

дію на людину, можливість дати їй естетичну насолоду, принести радість спілкування з мистецтвом і викликати відповідну реакцію почуттів і думок, лишити слід у духовному світі особистості, тобто закликати суспільство не тільки до відображення, а й до перетворення світу.

Твори мистецтва повною мірою розкривають свою суть тільки в процесі його сприйняття, яке в кінцевому результаті і являється метою художньої діяльності.

Дякуючи образній мові, у мистецтві образно і якимось по-особливому оживають не тільки люди, предмети і саме життя, але й думки про людей, про людські мрії.

Проаналізувавши особливості емоційної сфери, ми приходимо до висновку про необхідність цілеспрямованого впливу на неї, а цей процес тісно пов'язаний з оволодінням певним обсягом знань. Тому велику увагу слід приділити саме навчанню, як одному з головних засобів виховання. Бо, як відомо, навчання і виховання є невід'ємні один від одного процеси.

Сприяти художньому відродженню нації, нарощуванню культурного потенціалу суспільства зможе учитель, який сам має високий рівень особистої культури, розвинені орієнтири естетичної оцінки. Естетичне ставлення стає одним із найважливіших факторів розвитку, засобом удосконалення освітянської справи [4: 29].

Висновки. Формування естетичного ставлення студентів є дуже важливим та актуальним питанням у наш час. Найкращі досягнення національної культури, що несуть в собі високі національні ідеї, примушують пильніше вглядатися в національне минуле, пізнавати його духовну та музичну спадщину. Сучасна музична педагогіка все частіше звертається до творів українського народу та їх авторів. Це свідчить про позитивне ставлення до вивчення спадщини вітчизняних композиторів, справжню значущість якої має визначити молоде покоління. Потрібно розвивати культуру майбутніх учителів музики на естетичних засадах пізнання сучасних українських творів, з'ясовуючи основи формування естетичного ставлення майбутніх фахівців.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Заячківська Н.М. Формування моральної культури учнів профтехучилищ на народних традиціях у процесі вивчення української літератури // Науково-методичний вісник. – Львів. – 1995. – № 3. – С. 55 – 81.
2. М.М. Кір'ян. Мистецтво як засіб формування естетичних почуттів у сфері естетичної культури особистості // Наука і сучасність. – К., 1999. – В. 2. – Ч. 3. – С. 44 – 51.
3. Лисянская О.Г. Пути развития русской и украинской музыкальной культуры. Монография. – Х., Основа, 1993.
4. Побережна Л.Л. Психолого-педагогічні засоби розвитку естетичної культури студентів музично-педагогічних факультетів // Соціалізація особистості: Зб наук праць, – К.: НПУ, 1999 – Випуск 3. – С. 28 – 34.
5. Сухомлинський В.О. Народження громадянина. – К.: Рад. шк., 1970. – 288 с.

УДК 378

Ю.В. Дзядевич

ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ У МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ

У статті розкривається проблема формування професійного іміджу у майбутніх учителів.

In the article the problem of forming of professional image opens up for future teachers.

Постановка проблеми. В умовах модернізації системи освіти України, входження її в європейський освітній простір особливої актуальності набуває проблема підготовки вчителів нової генерації, здатних виховати сучасного громадянина України – самодостатню особистість із розвинутою індивідуальністю. Відтак особливої значущості набуває проблема створення в навчально-виховному процесі вищої школи таких умов, які б сприяли ефективному формуванню професійного іміджу майбутніх учителів.

Аналіз досліджень з проблеми. На сучасному етапі розвитку психолого-педагогічної науки розробкою проблеми формування іміджу займаються як вітчизняні, так і зарубіжні фахівці. Серед зарубіжних авторів, що займаються дослідженнями і практичними розробками в області формування іміджу особистості, слід назвати таких фахівців, як П.Берд, С.Блек, Ф.Буари, П.Вейл, Т.Сван, Б.Швальбе. Зовнішній аспект формування іміджу досліджували Л.Браун і М.Спіллейн, Б.Брюс, Б.Джі та Н.Енкельман проаналізували імідж з точки зору його внутрішньої форми.

У вітчизняній психологічній літературі – Г.Почепцов, Л.Донська, Є.Перелигіна, А.Бодальов, А.Панасюк, Є.Петрова, Е.Богданов, В.Зазикін, З.Зотова, Е.Егорова. У наукових напрацюваннях вітчизняних науковців імідж є певною формою, яка не може замінити реальну сутність, а лише допомагає донести її до аудиторії.

Метою статті є розкриття проблеми формування професійного іміджу у майбутніх учителів.

Результати дослідження. Поставлені перед державою й педагогічною громадськістю завдання модернізації вищого утворення диктують необхідність формування активної особистості майбутнього фахівця, власної „Я-концепції”, що включає також створення професійного іміджу. Одна із цілей діяльності – забезпечити становлення особистісної й професійної культури фахівця. При цьому поняття „імідж учителя” означає емоційно забарвлений стереотип сприймання образу вчителя у свідомості вихованців, колег, соціального оточення [2]. Поняття „імідж” почали використовувати ще у часи Аристотеля. Аналіз літературних джерел показав, що в Україні термін „імідж” з’явився наприкінці ХХ сторіччя. Воно походить від латинського „imago”, тобто „імітувати”, у перекладі з англійської мови означає „образ”. „Імідж – образ, розумове подання конкретної особи, змістовна сторона його характеру. У практичному вживанні це слово близько до відомого грецького слова „харизма”, у яке стародавні греки вкладали значення обдарованості, авторитетності, мудрості й святості. Люди, що володіють сукупністю таких якостей, завжди мали силу впливу на навколишніх” [3].

З метою виявлення сучасного стану професійного іміджу у майбутніх учителів було проведено експериментальну роботу на базі Херсонського державного університету. Дослідженням було охоплено 60 студентів. В експерименті були використані наступні методики:

– Тест-опитувальник самовідношення (В.В.Століна, С.Р.Пантелєєва) з метою оцінки індивідуальних особливостей особистості. В опитувальнику визначається три рівні самовідношення, які розрізняються за ступенем узагальненості: перший рівень – глобальне самовідношення; другий рівень – самовідношення, диференційоване за самоповагою, аутосимпатією, самоінтересом, очікуванням позитивного відношення до себе з боку соціального оточення; третій рівень – рівень конкретних дій відносно до власного “Я” [4].

– Методика “Мотивація афіліації” (методика А.Мехрабіана в модифікації М.Ш.Магомед-Емінова) з метою діагностики двох узагальнених стійких мотивів особистості, які входять у структуру міжособистісних стосунків у групі: прагнення до прийняття та страх відвернення [4].

Були отримані наступні дані:

За опитувальником самовідношення (В.В.Століна, С.Р.Пантелєєва):

За інтегральною шкалою: у 54 % осіб переважає високий рівень самовідношення, що означає загалом позитивне ставлення до себе, своїх можливостей, здібностей, недоліків, чеснот та конкретних дій, в цілому позитивне прийняття себе. Середній рівень

самовідношення виявлені у 46% досліджуваних, тобто ці респонденти загалом приймають себе такими, які вони є, в цілому вдоволені своєю поведінкою, але усвідомлюють, що певні їхні особливості можна й необхідно розвивати далі, удосконалювати. Низькі показники в даній групі відсутні.

За шкалою самоповаги: 29% респондентів притаманний високий рівень самоповаги, це означає поважне ставлення до себе і вимога відповідного ставлення до себе з боку інших. У 63% досліджуваних переважає середній рівень самоповаги. Лише 8% осіб даної групи мають низькі показники, тобто їм притаманна низька повага до себе та до свого “Я”.

За шкалою аутосимпатії: високий рівень виявився у 38% досліджуваних – вони зацікавлені собою, своїми індивідуально-психологічними особливостями, орієнтуються на свій внутрішній світ. У 58% досліджуваних переважає середній рівень аутосимпатії, у решти 4% респондентів дана властивість виявилася на низькому рівні, тобто вони не зацікавлені собою та власним “Я”.

За шкалою очікування позитивного ставлення з боку інших: на високому рівні дана властивість виявляється у 75% осіб, що означає в очікуванні людиною позитивного ставлення з боку соціального оточення, схваленні себе навколишніми. Середні показники притаманні 25% досліджуваних. Низький рівень відсутній.

За шкалою самоінтересу: у 75% досліджуваних переважає високий рівень вираження, що означає високий інтерес до себе і свого “Я”. Середній рівень показали 33% досліджуваних. Низькі результати відсутні.

За шкалою самовпевненості: впевненість у собі, своїх силах, можливостях притаманна 42% осіб; у 46% досліджуваних переважає високий рівень вираження ознаки, тобто вони загалом впевнені в собі. Низький рівень показали 13% осіб, які схильні за звичай сумніватися в своїх власних можливостях і здібностях.

За шкалою очікування відношення інших, рівень конкретних дій: переважає високий рівень вираження ознаки у 83% респондентів; середній рівень – у 17%. Це виявляється як очікування з боку людини конкретних позитивних або негативних дій, певних вчинків або відповідного ставлення загалом. Низькі показники в даній групі відсутні.

За шкалою самоприйняття: високий рівень означає повне самоприйняття – себе і свого “Я” – і проявився він у 71% досліджуваних. Середній рівень показали 29%. Низький рівень відсутній.

За шкалою самокерування: високий рівень властивий 54% учнів і виявляється як схильність до повного контролю людиною за своїми вчинками, діями, емоціями тощо. Середній рівень – у 46%. Низький рівень відсутній.

За шкалою самозвинувачення: звинувачують себе в різних діях як зовнішнього, так і внутрішнього світу 13% учнів – ця властивість притаманна їм на високому рівні. Низький рівень показали 17% учнів – їм притаманне некритичне ставлення до себе і своїх негативних вчинків. Адже у більшості учнів переважає середній рівень самозвинувачення – 71% досліджуваних.

За шкалою самоінтересу: переважає високий рівень вираження ознаки у 83% осіб, що передбачає високий інтерес до себе і свого “Я”. Середній рівень – 8%. Низький рівень показали 8% осіб, тобто їм притаманний низький інтерес до себе та до свого “Я”.

За шкалою саморозуміння: високий рівень означає розуміння себе, своїх дій, індивідуально-психологічних особливостей. І властивий 13% учнів. Низький рівень – 29% чоловік – пов’язаний з ускладненнями в саморозумінні. Середній рівень саморозуміння переважає в даній групі і складає 58% учнів.

За методикою “Мотивація афіліації”:

Прагнення до прийняття (шкала ПП), бажання бути прийнятим навколишніми на середньому рівні вираження виявлене у 83%, на високому – у 17% досліджуваних. Низький рівень відсутній.

Страх відвернення (шкала СВ), страх бути відверненим навколишніми на середньому рівні вираження виявлено у 79%, на низькому – у 8% досліджуваних. Високий рівень відсутній.

Переважаючий мотиву “прагнення до прийняття” (афіліації) виявлене у 58% досліджуваних, а переважаючий мотиву “страх відвернення” виявлене у 33%. Рівновага між двома мотивами притаманна 8% досліджуваних.

Висновки. Отже, самовідношення у досліджуваних характеризується такими вираженими властивостями, як очікування позитивного ставлення з боку інших, самоінтересу, самоприйняття, що означає домінування очікування позитивного ставлення з боку соціального оточення, високий інтерес до власного “Я” та позитивне прийняття себе в цілому. Це може свідчити про орієнтацію респондентів на однолітків або дорослих в усвідомленні зовнішніх та внутрішніх проявів певного іміджу, залежність вибору іміджу від сталості внутрішніх особливостей – самоінтересу, самоприйняття.

У студентській групі виразнішими є інтегральне самовідношення, самовпевненість, очікування позитивного відношення від інших. Тому можна говорити, що самовідношення та усвідомлення значущості власного “Я” мають тенденцію до зростання від підліткового до студентського віку. Ми вважаємо, що це може бути пов’язане з тим, що студенти орієнтуються на інтеграцію компонентів в усвідомленні значення іміджу. На це впливає як визначеність напряму професійної діяльності, так і сформованість внутрішніх особливостей їх особистості.

У респондентів мотивація афіліації проявляється суперечливо, адже серед їхніх результатів уже зустрічаються й свідчення рівноваги між мотивами. З одного боку, опитані студенти прагнуть відчувати поважне ставлення оточуючих та ровесників, з іншого боку, бояться цю повагу втратити. Таке суперечливе становище змушує студентів звертатися до різних засобів підтримування певного статусу в міжособистісних стосунках, впевненості у собі. Одним із конструктивних засобів і є імідж.

Для більшості опитаних характерне сприймання іміджу як інтегральної характеристики, тобто гармонійне поєднання зовнішніх особливостей та внутрішньо-особистісних властивостей, надання іміджу конкретного контекстного змісту, усвідомлення його певного значення, вмиле поєднання зовнішніх та внутрішніх складових іміджу та використання їх в міжособистісному спілкуванні.

Таким чином, студенти усвідомлюють багатоплановість і контекстність іміджу, тобто відповідність іміджу будь-якій конкретній ситуації, взаємодії чи спілкуванню. Це виявляється як розуміння того, що в різних групах та в різних ситуаціях певний імідж може відігравати як позитивну, так і негативну роль. На нашу думку, це свідчить, що студенти вже більш диференційовано розуміють та використовують не тільки власний імідж, але й імідж інших людей.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Зимняя И. А. Педагогическая психология: Учебник для вузов. – 2-е изд., доп., испр. и перераб. – М.: Логос, 2004. – 273 с.
2. Кайбияйнен А. А. Формирование позитивного имиджа студента как компонент профессиональной подготовки специалиста // Педагогическое образование и наука. – 2004. – № 2. – С. 41-44.
3. Поваляева М.А. Психология и этика делового общения / Серия «Высшее образование» – Ростов-н-Д.: Феникс, 2004. – 352 с.
4. Рогов Е.И. Настольная книга практического психолога: Уч. пособие: В 2 кн. – М.: Из-во ВЛАДОС – ПРЕСС, 2002. – Кн.1: Система работы психолога с детьми разного возраста. – 384 с.