

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ВЧИТЕЛЯ

Стаття присвячена дослідженню проблеми формування професійного іміджу вчителя. Розглядається процес створення Я-образу педагога. Проаналізовано характерні ознаки формування позитивного іміджу вчителя.

Ключові слова: професійний імідж, позитивний імідж, “Я-образ” педагога, функції іміджу.

Вирішення сучасних освітянських завдань вимагає значного підвищення професіоналізму педагогічних працівників, здатних до здійснення професійно-педагогічної діяльності, модернізації професійної підготовки вчителів згідно з актуальними педагогічними пріоритетами.

На сучасному етапі розвитку професійної педагогічної освіти можна простежити розширення та оновлення традиційної системи підготовки вчителів, що здебільшого спрямована не тільки на теоретичне осмислення студентами сутності навчально-виховного процесу, а й на підвищення загальнокультурного рівня та ціннісного ставлення до педагогічної професії.

Отже, важливо щоб ці зазначені характеристики були представлені не тільки як суто особистісні риси педагога, але й як якісні новоутворення. Таким чином, вчитель ніби входить у “роль-образ”, що є надзвичайно ефективним для забезпечення оптимальності навчально-виховного процесу, оскільки маються на увазі його стиль та спосіб життя, потреби в самореалізації та самовдосконаленні в професійній діяльності.

Мета статті – розкрити особливості формування професійного іміджу вчителя, а також визначити характерні ознаки формування позитивного іміджу сучасного педагога.

Важко переоцінити наявність сформованого іміджу для вчителів, які виховують і навчають молоде покоління. Роль педагога в цьому процесі надзвичайно відповідальна. Тому його образ має бути наближеним до ідеалу та поєднувати в собі найкращі людські риси, а також ґрунтуватися на гуманності, тактовності, освіченості та прагненні до саморозвитку.

Сьогодні вживання терміна “імідж” стає досить розповсюдженим явищем, сутність якого, на жаль, розглядається багатьма лише оформленням зовнішності. Вперше цей термін використав Д. Огієві, розробляючи “Теорію іміджу” в умовах насичення ринку товаром та потребою його збуту, де необхідною умовою успішної реалізації є не стільки інформація щодо специфічних функціональних якостей товару, скільки –оснащення його привабливим для цільової аудиторії виглядом чи позитивним іміджем [1, с. 128].

Поняття “імідж” походить від латинського “*imago*”, що в перекладі означає “імітувати”. За тлумачним словником Вебстера, імідж є штучною імітацією або поданням зовнішньої форми будь-якого об’єкта або особи.

Зазначимо, що дотепер все більша кількість спеціалістів вважає, що робота зі створення іміджу особистості професіонала стає особливо значущою в умовах сучасної цивілізації. Причому опора на власний позитивний імідж потрібна сьогодні в кожній професії, особливо в тих, які належать до типу соціономічних. Пояснюється це необхідністю оволодіння кожним спеціалістом, що працює в системі професій “людина – людина”, роллю власного іміджмейкера, який кожного разу, залежно від необхідної ситуації, покликаний створювати новий неповторний образ задля ефективного впливу на клієнта чи аудиторію в соціокультурних цілях.

Практика свідчить, що для цього необхідно керуватися не стільки інтуїтивними, скільки науково обґрунтованими прийомами ефективного впливу на соціальне оточення в цілому й окрему особистість, зокрема, що можливо за наявності урахування відповідної специфіки кожної професійної ролі у сфері іміджології та конкретних умов, які дозволяють

створити особливу комбінацію, котра найбільш ефективно впливає на професійний імідж особистості.

У дослідженнях Ю. Палехи зазначено, що термін “імідж” не вживався у мовній практиці вітчизняних науковців до 1992 року, що призвело до спрощеного сприйняття даного поняття, яке зумовлене невизначеністю наукового апарату, відсутністю теоретичного та практичного обґрунтування категоріальних ознак терміна “імідж” [5, с. 19].

Аналіз наукової літератури дає підстави стверджувати, що науковці дотримуються достатньо різнобічних тлумачень стосовно поняття “імідж”. Одними з таких є: знакові характеристики, що містять форму і зміст (Г. Почепцов); картинка, яку особистість подає іншим (П. Берд); вигляд, форма життєвих проявів людини (В. Шепель) та ін..

Отже, імідж як загальнонаукова категорія характеризує емоційно забарвлений образ, що виникає в масовій свідомості, причому не тільки візуальний, а й образ мислення, дій, вчинків, тобто уявлення про людину в цілому. На нашу думку, людина, яка є носієм певного іміджу-образу, повинна враховувати особливості сприйняття конкретного соціального середовища, імідж має виступати як спосіб соціалізації особистості, адже людина грає ту роль, що є найоптимальнішою за даних соціальних умов.

Величезну роль імідж відіграє в професійно-педагогічній діяльності, де суспільний ідеал вчителя нерозривно пов’язаний із формуванням власного позитивного іміджу. Педагог має володіти технологією іміджування і постійно працювати над її удосконаленням. Позитивний імідж і професіоналізм є безсумнівним ключем до успіху у будь-якій сфері діяльності.

Якщо звернутися до історії виникнення та розвитку професії вчителя, то можна простежити, що до іміджу педагога в різні часи та епохи ставилися різні вимоги. У Російській імперії, наприклад, усім державним службовцям (а до їх складу належали й педагоги) ставилася вимога – з’являтися на робоче місце лише у форменому мундирі. Минули століття – і сучасний вчитель має право одягатися, як йому подобається [8, с. 61].

Зазначимо, що у вітчизняній психолого-педагогічній науці двадцятого століття феномен професійно-педагогічного іміджу майже не вивчався, однак проблема формування Я-образу педагога досліджувалася досить активно в таких аспектах:

- педагогічна майстерність та педагогічна техніка вчителя (Є. Барбіна, Г. Васянович, І. Зязюн, В. Семиченко, С. Сисоєва, Н. Тарасевич та ін.);
- сутність та передумови розвитку особистості педагога в різні вікові періоди (Л. Божович, Д. Ельконін, В. Лісовський та ін.);
- особливості сприйняття людини людиною (Б. Ананьєв, О. Бодальов, Я. Коломинський, О. Савонько та ін.);
- психофізіологічний механізм формування Я-образу педагога-професіонала (Л. Виготський, Ф. Михайлов, С. Рубінштейн, В. Столін та ін.);
- динаміка розвитку професійно важливих якостей вчителя (О. Пенькова, В. Сластьонін, О. Степаненко, Р. Хмелюк, А. Щербаков та ін.);
- психологічна готовність майбутнього вчителя до професійно-педагогічної діяльності (М. Дьяченко, Л. Кандилович, А. Кононенко, Л. Кондрашова та ін.);
- особливості розвитку професійної свідомості й самосвідомості вчителя (С. Васьковська, В. Козієв, Ю. Кулюткін, Г. Метельський, Л. Мітіна, І. Юсупов) тощо.

Ми погоджуємося з думкою О. Степаненко, що “професійний імідж педагога має на меті не тільки справити враження на оточуючих своїм зовнішнім виглядом, але й обов’язково викликати довіру та повагу до своєї особистості. Саме тому консервативний стиль учителя не змінюється вже багато століть [8]”.

А. Кононенко вважає, що при формуванні індивідуального іміджу педагога доводиться враховувати той факт, що оцінювати його успішність будуть групи різнорідних суб’єктів, які висувають суперечливі вимоги. Тому імідж неодмінно повинен містити у собі такі особистісні характеристики, як гнучкість, толерантність та самодостатність [4]”.

Досліджуючи проблему формування іміджу професіонала, О. Пенькова наголошує на тому, що “вчитель, як людина обдарована, вольова, досконало знаюча свою справу, безперечно має вплив на тих, хто її оточує. Для того, щоб він був позитивним, необхідно його підтримувати за допомогою таких чинників, як привабливий позитивний вигляд, незалежна поведінка, досконале володіння розмовною мовою, уміння дотримуватись етикету, гідно реагувати на похвалу й критику [6]”.

Отже, узагальнюючи наукові **трактування дослідниками** поняття “імідж”, ми вважаємо, що імідж – складний, суперечливий і багатогранний психолого-педагогічний феномен, який покликаний справити у цільовій аудиторії певне враження, а також досягти соціального успіху й зайняти прийнятне для себе положення в групі.

Зазначаючи, що процес створення іміджу потребує певного часу і є достатньо тривалим, В. Бебик виокремлює декілька підходів, що визначають його сутність:

- *антропологічний*, що передбачає врахування набору конкретних якостей та зовнішніх рис, властивих певній людині;
- *антологічний*, який визначається образом особистості, що вже раніше був сформований у масовій свідомості;
- *ціннісний*, що передбачає орієнтування на еталон особистості, яка асоціюється з певним набором її якостей і властивостей;
- *етичний*, який спирається на образ морально розвиненої особистості [2, с. 123].

На переконання А. Калюжного, найбільш важливими елементами побудови педагогічного іміджу є такі:

- створення іміджу, яке є доповненням, а не заміною педагогічної діяльності;
- звертання до створення педагогічного іміджу задовго до початку педагогічної діяльності;
- наявність в основі комунікації простої мови, а розглянуті проблеми мати значення для кожного;
- присутність експертів для оцінки створеного іміджу [3].

Суттєво, що вчені виділили чотири елементи в структурі особистості, на які можуть спиратися стратегії персоналізації, у побудові її сприятливого іміджу:

- стиль у роботі, під яким розуміється вміння спілкуватися з людьми, знаходити спільну мову, організовувати прийняття спільних рішень, відстоювати та **аргументувати власну точку зору** в дискусіях;
- принципова думка, котра характеризується тим, що, не переслідуючи мету висунення нових поглядів, людина просто ототожнює із собою наявні ідеї та концепції;
- власний характер, якому повинні бути властиві впевненість у собі, чіткість у викладі своєї точки зору, артистизм як здібність захопити й утримати увагу публіки, переконати свою аудиторію;
- власний спосіб підходу до духу часу [7, с. 299].

До характерних ознак формування позитивного іміджу сучасного педагога, що виражаються в спілкуванні, дослідниця О. Степаненко пропонує віднести:

- *особистісно зорієнтовану діяльність*, яка базується на знанні індивідуальної специфіки кожного учня, інтерес до особистості дитини, її запитів і планів щодо майбутнього;
- *уміння створювати комфортні умови* для навчання дітей і глибоку зацікавленість успіхами кожної дитини, вміння працювати із здібними та обдарованими дітьми;
- *здатність об'єктивно оцінити* (а за необхідності – відкорегувати) свій імідж за результатами рейтингів серед учнів та їхніх батьків [8].

О. Кононко наголошує, що на формування та розвиток позитивного професійного іміджу фахівця, який сприяє підвищенню уваги до власної особистості, її професійної діяльності, життєвої компетентності, впливає емоційна спрямованість особистості, а саме:

- *інтерес* – емоція, яка мотивує когнітивно-аксіологічний компонент професійно-особистісної діяльності та творчі прагнення особистості. У стані інтересу підвищується увага, допитливість, захопленість власною діяльністю;
- *радість* – емоція, яка спрямована на переживання активного внутрішнього задоволення, впевненості в собі, власної значущості, успіху своєї професійної діяльності, прихильності оточуючих людей. Якщо ця емоція переважає в емоційному житті людини, то, як правило, він знаходиться у постійному емоційно-гармонійному зовнішньому та внутрішньому комфорті, має оптимістичний погляд на життя та займає активну громадську позицію;
- *любов* – емоція, яка посідає особливе місце в житті будь-якої людини. Ця емоція сприяє утворенню особливих стосунків, які впливають на різні сфери особистісно-професійного життя [4, с. 26].

У працях інших дослідників (Н. Арутюнова, І. Гобозов, П. Гуревич, В. Королько, Ф. Кузін, Г. Почепцов, В. Шепель та ін.) більше уваги приділяється таким особистісним ознакам: умінням піклуватися про інших, пристосовуватися до незвичайних ситуацій, наполегливості, вмінням спілкуватися і слухати, виступати перед аудиторією, розбиратися в політиці і стратегії, мати відчуття гумору, вміти орієнтуватись на майбутні події, розуміти, як власний приклад впливає на інших.

Слід відзначити, що неправильна поведінка вчителя може негативно вплинути на формування власного іміджу та призвести до конфліктних ситуацій. Так, австралійські психологи Хелена Корнеліус та Пошана Феер у книзі “Виграти може кожен. Як розв’язати конфлікти?” характеризують чинники, які негативно впливають на процес спілкування і провокують конфлікти. До них можна віднести:

- *накази*: “Терміново підійди до мене на перерві у кабінет. Роби, як я сказала”;
- *погрози*, що викликають страх, образу, ворожнечу: “Якщо Ви не в змозі приходити своєчасно до школи, мені доведеться подбати про виключення Вас зі школи. Робіть, як я сказала, або...”;
- *допитування*: “Скільки часу ти витратив на це? Чому ти спізнився? Чим ти займаєшся?”;
- *негативна критика*: “Ви недостатньо старанно працюєте. На Вас постійно скаржаться вчителі”;
- *несвоечасні поради* (приміром, коли учень хоче, щоб його просто вислухали): “Якщо б ти навів порядок у своєму портфелі, то не було б причин для паніки”.

На думку австралійських психологів, у повсякденній практиці вчителя виникають такі ситуації, коли учня треба не тільки похвалити, а й покритикувати. Але як зробити, щоб це не було погрозою чи висміюванням? І особливо важливо, щоб сказане Вами по-справжньому сприймалося. Критика не завжди повинна бути образливою. Вона може підбадьорювати: “Нічого. Якщо не вийшло зараз, наступного разу обов’язково вийде”. Є критика, яка дає надію: “Я сподіваюсь, що наступне завдання ви виконаєте без особливих труднощів, адже ви справжні молодці”. Конструктивна критика: “Робота виконана неправильно. Давайте разом подивимося, як можна виправити ці помилки” [8].

Як бачимо, імідж полегшує та урізноманітнює життя особистості, проте людина повинна чітко конструювати свій імідж, який повинен бути достатньо чітким і ясним для сприйняття іншими людьми.

Узагальнюючи думки попередніх авторів, А. Кононенко пропонує перелік функцій іміджу сучасного педагога, які пояснюють його широке використання в соціальних комунікаціях:

- *функція психологічного захисту* (використання іміджу дає можливість приховати недоліки, позбутися екзистенціальної тривожності, оптимізувати свою поведінку з метою максимального впливу на інших);

- *функція соціального тренінгу* (імідж дозволяє коректувати свою поведінку та адаптувати її до соціальних комунікацій, що пов'язано з неминучістю та бажаністю виконання ролей у конкретних соціальних групах);
- *функція соціально-символьного впізнання (ідентифікації)* (імідж завжди містить символіку готовності людини не тільки до комунікації, але й до обміну соціальними та духовно-моральними цінностями. Інакше кажучи, він немовби сигналізує: “Я свій”. Відсутність позначок такого впізнання викликає в інших реакцію відторгнення);
- *ілюзорно-компенсаторна функція* (імідж народжується із зіткнення світу психіки і світу соціуму, які тісно пов'язані між собою і функціонують завдяки один одному [4]).

Таким чином, підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що зміст іміджу дотепер уточнюється вченими різних галузей наукового знання. Наявність співіснування одночасно декількох гіпотез відносно природи і сутності феномена іміджу сприяло виникненню ряду його теоретичних концепцій, які значно розширили поле його дослідження в національному інформаційному просторі. При цьому, незважаючи на деякі наявні розбіжності у визначеннях сутності іміджу особистості професіонала, автори єдині в думці, що це феномен, покликаний дати цілісне бачення характерних особливостей і ціннісних орієнтацій особистості, що функціонує в процесі соціальних комунікацій.

Імідж сучасного педагога є складним інтегративним утворенням у структурі особистості, де гармонійно поєднуються зовнішні характеристики (зовнішність, одяг, зачіска, манера спілкуватися, жести, міміка тощо) та внутрішні – індивідуальні та професійні якості. Імідж дає змогу продемонструвати свою професійну майстерність, культуру педагогічної діяльності, рівень готовності до суб'єкт-суб'єктного спілкування з учасниками освітнього простору, а також здійснити вплив на емоційну сферу учня, а через неї – на його свідомість.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бебик В. М. Базові засади політології: історія, теорія, методологія, практика: [монографія]. / В. М. Бебик. – [2-ге вид]. – К.: МАУП, 2001. – 384 с.
2. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг: [навч.-метод. посібник] / В. М. Бебик. – К.: МАУП, 2001. – 216с.
3. Калюжний А. А. Особенности формирования профессионального имиджа учителя / А. А. Калюжний // PR в образовании. – 2005. – № 1. – С. 110-118.
4. Кононенко А. О. Психологічна характеристика індивідуального іміджу сучасного педагога / А. О. Кононенко // Наука і освіта. – 2005. – № 5-6. – С. 76-77.
5. Палеха Ю. І. Іміджологія: [навч. посібник] / Ю. І. Палеха; за заг. ред. З. І. Тимошенко. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 324 с.
6. Пенькова О. А. Проблема іміджу: соціокультурний і психолого-педагогічний аспекти / О. А. Пенькова // Рідна школа. – 2002. – № 6. – С.47-48.
7. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – К.: Ваклер, 2002. – 766 с.
8. Степаненко О. В. Позитивний імідж сучасного педагога / О. В. Степаненко // Імідж сучасного педагога. – 2005. – № (1-2) (50-51). – С. 61-62.

Барбина Е.С., Дзядевич Ю.В.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА УЧИТЕЛЯ

Статья посвящена исследованию проблемы формирования профессионального имиджа учителя. Рассматриваются процесс создания Я-образа педагога. Проанализированы характерные признаки формирования положительного имиджа учителя.

Ключевые слова: профессиональный имидж, положительный имидж, “Я-Образ” педагога, функции имиджа.

FEATURES OF FORMATION OF PROFESSIONAL IMAGE OF THE TEACHER

Article is devoted research of a problem of formation of professional image of the teacher. Considered process of creation of the I-image of the teacher. Characteristic signs of formation of positive image of the teacher are analyzed.

Key words: professional image, positive image, "I-image" of the teacher, image function.

УДК 378.046.4

Голобородько Є.П.

***РОБОТА З НАУКОВИМ ТЕКСТОМ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ
КВАЛІФІКАЦІЇ ВЧИТЕЛІВ У ПІСЛЯДИПЛОМНІЙ ОСВІТІ***

У статті розкрито стратегію роботи з науковим текстом як засобом підвищення кваліфікації вчителів в контексті аналізу структури навчальних програм закладів післядипломної освіти.

Ключові слова: робота, діяльність, науковий текст, підвищення кваліфікації, післядипломна освіта.

Робота – слово багатозначне. Це перш за все знаходження *в дії* (процес перетворення одного виду енергії в інший) (робота серця); заняття, праця, діяльність (розумова робота); служба, заняття на якомусь підприємстві, в закладі як джерело заробітку (поступити на роботу); виробнича діяльність по створенню, обробці чого-небудь (сільськогосподарські роботи); продукт праці, готові вироби (виставки учнівських робіт); матеріал, який треба опрацювати (взяв додому роботу); якість, спосіб виконання (річ досконалої роботи). Визначальним у цьому понятті є діяльність.

Текстом у широкому розумінні можна назвати кожне явище, процес, природу і людину як її частину. У вузькому – текст (від лат. *textus*, тканина, з'єднання) уживається також у різних значеннях: послідовність речень, слів; словесний твір; частина твору без таблиць, рисунків, формул; різновид типографських шрифтів і ін.

Науковий текст – це текст наукового стилю, що являє собою мовну систему, яка функціонує як форма логічно організованої наукової інформації.

Науковий стиль обслуговує сферу науки. Функція наукових текстів – передавати об'єктивну інформацію про природу, людину, суспільство. Цим зумовлені їх мовні особливості – точність, ясність, логічність, доказовість, повнота тощо. Характерні лексичні (термінологія), морфологічні (певні частини мови та їх категорії) та синтаксичні (переважно складні речення) особливості. У словесну тканину наукового стилю органічно входять широкі системи математичних, фізичних, хімічних, біологічних, географічних і інших знаків, елементів (карти, фотографії, схеми, діаграми, графіки і т.ін.). Науковий стиль втілюється в монографіях, підручниках, статтях, рефератах, тезах, патентах тощо.

Післядипломна освіта на сучасному етапі передбачає і навчання впродовж усього життя, тобто неперервну освіту, що викликано динамікою розвитку суспільства, науки, техніки. Мета неперервної освіти – підвищення кваліфікації або набуття додаткової професії фахівців.

Особливе значення має післядипломна педагогічна освіта, оскільки за твердженням педагогів-класиків, учитель вчить до тих пір, поки сам вчиться. Форми підвищення кваліфікації вчителів різні, основні серед них: самоосвіта, взаємовідвідування занять, участь у роботі методоб'єднань, у науково-методичних семінарах, конференціях, конкурсах, у педагогічних експериментах різних рівнів, науково-дослідницька діяльність, курси підвищення кваліфікації тощо. Післядипломна педагогічна освіта включає курсовий (через кожні 3-5 років) та міжкурсний періоди. Досить розгалужена і змістовна робота