

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

магістра

на тему: **«ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО-ПЕДАГОГІЧНОГО ІМІДЖУ
МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ»**

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0112
спеціальності 011 «Освітні, педагогічні науки»
освітньо-професійної програми
«Педагогіка вищої школи» В. О. Білоконь

Керівник: доцент кафедри педагогіки та
психології освітньої діяльності, доцент,
к.пед.н. _____ І. В. Козич

Рецензент: професор кафедри педагогіки та
психології освітньої діяльності, професор,
д.пед.н. _____ Г. В. Локарева

Запоріжжя
2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки та психології
Кафедра педагогіки та психології освітньої діяльності
Рівень вищої освіти магістерський
Спеціальність 011 «Освітні, педагогічні науки»
Освітньо-професійна програма «Педагогіка вищої школи»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри _____
«_____» _____ 2023 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Білоконь Володимиру Олексійовичу

- 1. Тема роботи:** «Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх учителів початкових класів»
керівник роботи Козич Ірина Володимирівна к.пед.н., доцент,
затверджена наказом ЗНУ від «26» вересня 2023 р. № 1505-с
- 2. Строк подання студентом роботи:** 23 листопада 2023 р.
- 3. Вихідні дані до роботи:** матеріали педагогічної практики
- 4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що належить розробити):** проаналізувано стан розробленості проблеми в теорії і практиці початкової школи; теоретично обґрунтовано суть поняття «професійний імідж учителя початкових класів», що розкриває сутність професійної свідомості та педагогічної позиції особистості вчителя початкових класів; досліджено рівень сформованості професійно-педагогічного іміджу майбутніх вчителів початкових класів; розроблено методичні поради для підвищення ефективності роботи з формування педагогічного іміджу майбутніх вчителів початкової школи
- 5. Перелік графічного матеріалу:** таблиця «Трактування вченими понять, дотичних до поняття «імідж педагога»; рисунок «Типи педагогічного іміджу за М. Скрипник»; рисунок «Структура професійного іміджу педагога»; таблиця «Критеріальний апарат готовності вчителя до розвитку позитивного іміджу»; таблиця «Методи дослідження уявлень студентів про імідж майбутнього учителя початкових класів»; 1 рисунок, 2 таблиці з результатами дослідження.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Консультант	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Козич І. В.	03.02.23 р.	03.02.23 р.
Розділ 1	Козич І. В.	15.04.23 р.	15.04.23 р.
Розділ 2	Козич І. В.	14.09.23 р.	14.09.23 р.
Висновки	Козич І. В.	18.11.23 р.	18.11.23 р.

7. Дата видачі завдання: 03.02.23 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	січень-лютий	виконано
2	Написання вступу	квітень	виконано
3	Написання першого розділу	травень-червень	виконано
4	Написання другого розділу	серпень-вересень	виконано
5	Написання висновків	жовтень	виконано
6	Оформлення роботи, рецензування	листопад	виконано
7	Захист	грудень	

Студент _____ Білоконь В. О.

Керівник роботи _____ Козич І. В.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Козич І. В.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 68 с., 5 таблиць, 3 рисунка, 70 джерел, 2 додатки.

Мета дослідження: теоретично обґрунтувати та експериментально перевірити педагогічні умови формування професійно-педагогічного іміджу в майбутніх учителів початкових класів.

Об'єкт дослідження – процес формування професійно-педагогічного іміджу майбутнього вчителя початкових класів.

Предмет дослідження – педагогічні умови ефективного формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх вчителів початкової школи.

Теоретичне значення нашого дослідження полягає в описі і аналізі найважливіших компонентів педагогічного іміджу сучасного вчителя початкової школи, глибинному аналізі особливостей процесу формування педагогічного іміджу, а також розробці методичних порад з метою підвищення ефективності формування професійно-педагогічного іміджу студентів вищих навчальних закладів майбутніх вчителів початкової освіти.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання отриманих результатів під час викладання педагогічних дисциплін у студентів-магістрів за освітньо-професійною програмою «Початкова освіта», а також у студентів-бакалаврів інших педагогічних спеціальностей; в можливості використання методичних порад для процесу формування професійно-педагогічного іміджу у майбутніх учителів початкових класів.

ІМІДЖ, ПРОФЕСІЙНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ІМІДЖ, МАЙБУТНІ УЧИТЕЛІ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ, ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС, ФОРМУВАННЯ.

SUMMARY

Bilokon V. O. Formation of the professional and pedagogical image of future primary school teachers.

The qualification work consists of an introduction, 2 parts, findings, a list of references (70 items, 4 of foreign origin), and 2 addenda on 2 pages.

The research revealed the problem of formation of the professional and pedagogical image of future primary school teachers.

The purpose of the study: to theoretically substantiate and experimentally verify the pedagogical conditions for the formation of a professional and pedagogical image in future primary school teachers.

The research tasks:

1) to analyze the state of development of the problem in the theory and practice of the primary school;

2) to theoretically substantiate the essence of the concept “professional image of the primary school teacher”, which reveals the essence of the professional consciousness and pedagogical position of the primary school teacher's personality;

3) to check the level of formation of the professional and pedagogical image of future primary school teachers;

4) to develop methodical advice for increasing the effectiveness of work on forming the pedagogical image of future primary school teachers.

The object of the research is the process of forming the professional and pedagogical image of the future primary school teacher.

The subject of the study is the pedagogical conditions of effective formation of the professional and pedagogical image of future primary school teachers.

In part 1 “The content and structure of the concept of the image of the primary school teacher in the theoretical aspect” the state of development of the problem in the theory and practice of the primary school is analyzed; the essence of the concept "professional image of the primary school teacher" is theoretically substantiated,

which reveals the essence of the professional consciousness and pedagogical position of the individual of the primary school teacher.

In part 2 “Formation of the pedagogical image of the future primary school teacher” the level of formation of the professional and pedagogical image of future primary school teachers is investigated; methodical advice was developed to improve the effectiveness of the work on forming the pedagogical image of future primary school teachers.

The obtained results and conclusions can be used when teaching pedagogical disciplines to master's students in the educational and professional program “Primary Education”, as well as to bachelor's students of other pedagogical specialties.

Keywords: image, professional and pedagogical image, future primary school teachers, educational process, formation.

ЗМІСТ

Вступ.....	8
Розділ 1. Зміст та структура поняття іміджу вчителя початкової школи в теоретичному аспекті.....	12
1.1. Поняття, складові та функції професійно-педагогічного іміджу.....	12
1.2. Закономірності та етапи формування професійного іміджу вчителя початкової школи.....	30
1.3. Вимоги до професійно-педагогічного іміджу сучасного педагога.....	45
Розділ 2. Формування педагогічного іміджу майбутнього вчителя початкової школи	52
2.1. Діагностика рівня сформованості професійно-педагогічного іміджу майбутніх вчителів початкової школи	52
2.2. Рекомендації щодо формування професійного іміджу майбутніх учителів початкових класів	68
Висновки.....	74
Список використаних джерел.....	76
Додатки.....	82

ВСТУП

У даний час найбільш актуальним напрямом модернізації системи освіти України є інтеграція у європейський простір. Саме від результатів цієї проблеми залежить кінцевий результат у здійсненні розпочатих інноваційних перетворень у галузі професійного навчання освітян нашої країни. У зв'язку з цим зростають вимоги до особистості, професіоналізму, рівня соціальної мобільності, розвитку особистісної та інформаційної культури сучасного вчителя та його іміджу. Розвиток професійного іміджу сучасного педагога має відбуватися упродовж всього його життя, зокрема у системі післядипломної освіти, яка володіє значним, але майже не реалізованим потенціалом щодо вирішення цієї проблеми.

Зміна акцентів у сфері освіти на початку ХХІ століття вплинула на загальні підходи до підготовки майбутніх фахівців, включаючи галузь педагогіки. Однією з основних вказівок у процесі реформування загальної середньої освіти є Концепція Нової української школи (НУШ). У цій концепції встановлені принципи збереження цінностей дитинства, гуманізації навчання, особистісного підходу до учнів, розвитку їхніх здібностей та створення навчального середовища, яке сприяє психологічному комфорту та розвитку творчості дітей [37; 38].

Звісно, враховуючи зазначені зміни, виникає потреба у новій генерації вчителів з певними особистісно-професійними якостями, що складають педагогічний імідж, який відіграє важливу роль у конкурентноздатності фахівця та у визнанні престижу навчального закладу, де він працює.

У Національній доктрині розвитку освіти України зазначено, що одним із пріоритетів державної політики щодо розвитку вищої освіти є підготовка компетентних кадрів, здатних до творчої праці, професійного розвитку, освоєння та впровадження наукових та інформаційних технологій, конкурентоспроможних на ринку праці [36]. Розв'язати ці складні завдання

може лише нова генерація професійних викладачів. Це пов'язано з тим, що саме від педагогів очікується розвиток професійної компетентності, виявлення таланту та формування особистості кожного студента як майбутнього фахівця з вищою освітою. У цьому контексті потреба у формуванні нового соціального модусу майбутніх педагогів, який відповідає викликам суспільного розвитку, мотивує розкриття проблеми формування іміджу та актуалізує необхідність її вивчення.

Останнім часом інноваційна педагогіка постійно приділяє увагу питанням самоосвіти, самодіяльності, самовдосконалення та самовизначення особистості, покладаючись усе більше на прагнення людини створити себе через свою професію, через побудову життєвої стратегії і планування професійної діяльності. Таке прагнення має виступати основним завданням професійної освіти майбутніх учителів початкових класів. Залучення студентів до створення в уяві образу майбутньої професії (результат професійної підготовки) може стати спонукальною силою, перетворитись у цілеспрямоване формування іміджу. Зрозуміло, цей процес потребує теоретичного забезпечення. Тому проблема формування професійного іміджу сучасного вчителя – завдання невідкладне.

Проблема іміджу у вітчизняній і зарубіжній науці має різнопланову інтерпретацію, відповідно до особливостей, мети, завдань психології і педагогіки, адже поняття «імідж» міждисциплінарне і застосовується в різних галузях знань, зокрема й в професійній педагогіці.

Теоретичні та методичні аспекти професійної підготовки майбутніх педагогів виступали предметом наукового пошуку В. Вербця, М. Євтуха, С. Лісової, С. Литвиненко, І. Малафійка, С. Мединського, Т. Потапчук, В. Руденка, Я. Сверлюка, Ю. Пелеха, О. Петренко, М. Фадєєвої, В. Федяєвої, Л. Шугаєвої, І. Ящук та ін.; формування професійно важливих якостей майбутніх учителів – А. Корольової, М. Прозорової, О. Резван, О. Торубари.

Незважаючи на зростаючий інтерес до педагогічної іміджелогії, дослідження показують, що питання формування професійного іміджу

майбутніх вчителів початкових класів були розглянуті з різних наукових позицій. Проте, окремі аспекти цього процесу вимагають більш глибоких та фундаментальних досліджень. У професійній педагогіці створені певні передумови для вирішення цієї проблеми, яку ми розглядаємо у нашому дослідженні.

Відповідно до наведених нами даних про стан дослідження даної проблеми нами була сформульована **мета дослідження**: теоретично обґрунтувати та експериментально перевірити педагогічні умови формування професійно-педагогічного іміджу в майбутніх учителів початкових класів.

Об'єкт дослідження – процес формування професійно-педагогічного іміджу майбутнього вчителя початкових класів.

Предмет дослідження – педагогічні умови ефективного формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх вчителів початкової школи.

Мета нашого дослідження конкретизується в **завданнях**:

1. Проаналізувати стан розробленості проблеми в теорії і практиці початкової школи.

2. Теоретично обґрунтувати суть поняття «професійний імідж учителя початкових класів», що розкриває сутність професійної свідомості та педагогічної позиції особистості вчителя початкових класів.

3. Перевірити рівень сформованості професійно-педагогічного іміджу майбутніх вчителів початкових класів.

4. Розробити методичні поради для підвищення ефективності роботи з формування педагогічного іміджу майбутніх вчителів початкової школи.

Для вирішення поставлених завдань нами було використано такі **методи дослідження**:

- теоретичні методи: аналіз наукової літератури за темою дослідження, вивчення та узагальнення досвіду роботи педагогів початкової ланки освіти, узагальнення і систематизація отриманих знань, що дало змогу скласти комплексне уявлення про особливості і закономірності формування іміджу вчителя початкової школи на сучасному етапі реформування освіти в Україні;

- емпіричні методи: бесіди зі студентами-магістрами, опитування, анкетування, спостереження, педагогічний експеримент (констатувальний і формувальний), порівняння результатів дослідження, аналітична обробка даних дослідження.

Теоретичне значення нашого дослідження полягає в описі і аналізі найважливіших компонентів педагогічного іміджу сучасного вчителя початкової школи, глибокому аналізі особливостей процесу формування педагогічного іміджу, а також розробці методичних порад з метою підвищення ефективності формування професійно-педагогічного іміджу студентів вищих навчальних закладів майбутніх учителів початкової освіти.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання отриманих результатів під час викладання педагогічних дисциплін у студентів-магістрів за освітньо-професійною програмою «Початкова освіта», а також у студентів-бакалаврів інших педагогічних спеціальностей; в можливості використання методичних порад для процесу формування професійно-педагогічного іміджу у майбутніх учителів початкових класів.

РОЗДІЛ 1

ЗМІСТ ТА СТРУКТУРА ПОНЯТТЯ ІМІДЖУ ВЧИТЕЛЯ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ В ТЕОРЕТИЧНОМУ АСПЕКТІ

1.1. Поняття, складові та функції професійно-педагогічного іміджу

Імідж – це феномен 20-го століття, але його коріння сягає глибини історії. Імідж можна вважати джерелом інформації про соціальний статус людини, її економічне становище, цінності та ступінь самореалізації. Імідж професії – це сукупність уявлень про себе, сприйняття себе як представника певної професійної групи та крізь призму стереотипних уявлень, які зумовлені оточенням.

Поняття «імідж» походить від лат. «*imago*», що пов'язане з латинським словом «*imitari*», тобто імітувати, або від слова «*image*», що в буквальному перекладі з англійської чи французької мови означає образ [32].

Сам термін «імідж» має латинське походження і використовується у французькій мові (*image*) у значенні «картина», у німецькій (*imaginar*) – як уявний образ, в англійській (*image*) – як «ікона, ідол, образний вираз».

Більшість довідникових видань розкривають зміст поняття «імідж», трактуючи його як цілеспрямований образ, набір визначених якостей, що асоціюються у людей з певною індивідуальністю, або уявним образом чогось раніше невідомого, конкретного чи абстрактного. Найчастіше поняття «імідж» розшифровується як закріплений у масовій свідомості образ, що має характер емоційно забарвленого стереотипу кого-небудь або чого-небудь. Наприкінці ХХ ст. дане поняття стало предметом суспільної уваги і наукового аналізу. Праця В. Шепель «Іміджелогія та секрети особистої привабливості» поклала початок процесу глибокого вивчення поняття і сутності іміджу, а також дала поштовх для розвитку нової галузі наукового дослідження – іміджелогії, а у сфері професійної підготовки фахівців – започаткуванню нової спеціальності –

іміджмейкера [63].

Наукове дослідження поняття «імідж» датується серединою 50-х рр. ХХ століття і пов'язане з іменами таких зарубіжних учених, як Д. Бурстін, Б. Гарден, Дж. Грунід, С. Леві та ін. Учені під час трактування поняття «імідж» виокремлювали в ньому дві сторони, до яких вони віднесли – джерело інформації, тобто об'єкт іміджу та отримувач інформації – реципієнт. Це доводить висунуту науковцями точку зору про те, що імідж поза реципієнтом не існує.

Подальше дослідження поняття «імідж» пов'язується з особистістю людини, незалежно від її професійної діяльності – Б. Ананьєв, П. Анохін, Г. Беленька, Н. Гузій, П. Гуревич, І. Зязюн, А. Кононенко, Л. Мітіна, Е. Петрова, С. Рубінштейн, Б. Ушаков, В. Шепель

У психологічному словнику імідж визначається через поняття образ і його відображення у свідомості та розуміється, як «сформований у масовій свідомості та такий, що має характер стереотипу, емоційно забарвлений образ будь-кого або будь-чого» [49, с. 134].

Відомий дослідник іміджу А. Панасюк розуміє під іміджем образ про людину, що виникає в інших [41, с. 9].

І. Нефьодова та Є. Власова дають наступне визначення іміджу – «це прояв внутрішніх відчуттів та власних уявлень про себе з урахуванням стереотипів сприйняття оточуючих людей» [8, с. 8].

Науковиця Є. Петрова вказує, що, будучи феноменом індивідуальної, групової або масової свідомості, імідж функціонує як образ-подання, в якому поєднуються зовнішні та внутрішні характеристики об'єкта, його соціальні ролі та функції, що спираються на менталітет [45, с. 27].

У соціологічній енциклопедії зазначено, що іміджем є зовнішній образ, створюваний суб'єктом, із єдиною метою викликати певне враження, думку, ставлення в інших [57].

На основі аналізу наукової літератури і, зокрема, досліджень Н. Власової, І. Ладанова, О. Перелигіної, Г. Почепцова, О. Почепцова, О. Ладанова.

О. Феофанової, В. Шепель та ін. виокремимо основні підходи до інтерпретації сутності поняття «імідж»:

- відображення у суспільній свідомості та суспільному несвідомому глибинних рис і прагнень особистості, які вона не усвідомлює (В. Пизін);
- образ-уявлення, метод асоціацій, який наділяє об'єкт додатковими цінностями, тим самим забезпечуючи формування соціальних ілюзій (О. Феофанова);
- навмисно створюване візуальне враження про особистість або соціальну структуру; соціальна установка, ціннісний стереотип (В. Шепель);
- символічний образ суб'єкта, який створюється у ситуації суб'єкт-суб'єктної взаємодії (О. Перелигіна);
- сформований у психіці людей образ, який ними обов'язково оцінюється позитивно (А. Панасюк);
- відображення якогось об'єкта дійсності в чуттєвій формі (А. Бодалєв) [41; 48; 63].

Представлені підходи до визначення сутності поняття «імідж» дають нам змогу відзначити відсутність єдиного трактування цього терміну і дійти висновку, що найчастіше воно співвідноситься з поняттями образ, вигляд.

Таким чином, аналіз наукової літератури, в яких розкриваються загальні питання, пов'язані із сутністю поняття «імідж», дає нам змогу зазначити, що імідж є об'єктом досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних учених. У науці відсутнє єдине розуміння цього поняття, але ключовим у всіх підходах є образ, характеристика, притаманна людині.

У педагогічних дослідженнях розглядаються проблеми формування іміджу навчальних закладів (В. Волкова, М. Олімова, Н. Тягунова та ін.), методологічні та методичні засади формування іміджу вчителя (Т. Калюжний, О. Камишева, А. Кононенко, Н. Тарасенко, В. Черепанова), позиції майбутнього вчителя в процесі професійної підготовки (О. Бекетова, М. Єлагін, Л. Качалова, Т. Кулакова, Л. Семенова.).

У сучасних дослідженнях поняття імідж педагога трактується

неоднозначно. Автори акцентують увагу на окремих його сторонах. Коли йдеться про імідж педагога, за основу береться соціально-психологічний контекст, розглядається його прояв у ситуаціях взаємодії педагога з учнями, батьками, колегами. Так, А. Калюжний розуміє імідж педагога як соціально-психологічну категорію, соціальну перцепцію. На його думку, імідж – це образ, уявлення, що методом асоціацій наділяє об'єкт додатковими цінностями, які не мають підстави в реальних властивостях самого об'єкта, але мають соціальну значущість для того, хто сприймає цей об'єкт [18].

У контексті освітньої діяльності імідж педагога визначається як «емоційно забарвлений стереотип образу педагога, який сприймається у свідомості учнів, колег, соціального оточення та масової свідомості. У побудові іміджу вчителя синтезуються реальні та якості, що приписані оточенням.» Як зазначає А. Дістервег, найважливішим явищем у школі, найбільш повчальним об'єктом спостереження і найяскравішим прикладом для учнів є сам учитель. Він є втіленням методу навчання, принципів виховання і розвитку. Його особистість формує повагу, вплив, силу духу та моральні якості особистості [65].

В Українському педагогічному словнику подано тлумачення поняття «імідж вчителя» як «емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу вчителя у свідомості вихованців, колег, соціального оточення, у масовій свідомості. При формуванні іміджу вчителя реальні якості тісно переплітаються з тими, які приписують йому оточуючими» [10].

Імідж вчителя розглядається вченим у рамках професійного іміджу та є особистісним феноменом, який має соціально-психологічну природу, детерміновану суб'єктом особистості педагога як фахівця-професіонала. Він відображає значні особливості особистості, професійної діяльності та спілкування, поведінки та зовнішнього вигляду педагога. Г. Коджаспірова, А. Коджаспіров визначають імідж педагога як емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу педагога у свідомості вихованця, колег, соціального оточення, масової свідомості [20; с. 46].

Науковець В. Тимошенко обґрунтовує поняття «індивідуальний імідж педагога» у контексті реалізації гуманістичної концепції освіти, яка визначає гармонійну сукупність зовнішніх та внутрішніх індивідуальних, особистісних, індивідуальних та професійних якостей педагога, покликаних продемонструвати його бажання, готовність та здатність до суб'єкт-суб'єктного спілкування процесу [59].

О. Тарасенко характеризує індивідуальний імідж педагога як компонент культури педагогічної діяльності, який визначає успішність професійної діяльності педагога, оскільки дозволяє йому краще виявити особистісні та ділові якості. На його думку, індивідуальний імідж – це система особистісних якостей педагога (толерантність, тактовність, доброзичливість, рефлексивність та ін.) та психологічних засобів (вербальних та невербальних, способів спілкування, позицій, ролей), до яких цілеспрямовано вдається педагог з метою досягнення оптимального результату педагогічної діяльності [58].

Дослідниця Л. Качалова звертає увагу на те, що імідж педагога – це інтегральна, цілеспрямовано сформована, цілісна, динамічна якість, обумовлена відповідністю та взаємопроникненням внутрішніх та зовнішніх особистісних та індивідуальних якостей педагога, покликана забезпечити гармонійну взаємодію його з самим собою та учасниками освітнього процесу, що дозволяє реалізувати педагогічну діяльність через формування позитивної думки [19].

Імідж має неабияке значення в ділових і особистісних стосунках, надає можливість бути прийнятим і зрозумілим для інших, відображає здібності та моральні якості індивіда.

На думку І. Криксунової, імідж – це символ, який інформує про соціальний статус людини, її професійні якості, характер, темперамент, фінансові можливості, смаки і, навіть, сімейний стан [23, с. 45].

І. Ладанов стверджує, що під іміджем зазвичай розуміють образ людини, яка має авторитет та високий соціальний статус (позитивну оцінку оточуючих) [24, с. 103].

Констатуючи активну розробку різних аспектів іміджу педагога, ми

вважаємо, що проблема педагогічного іміджу поки не стала предметом спеціального дослідження. Аналіз наукових трактувань понять «імідж», «імідж педагога» дозволяє зробити висновок у тому, що єдиного науково-структурованого тлумачення поняття «педагогічний імідж» поки немає. Більше того, цей термін у літературі зустрічається вкрай рідко, дане поняття відсутнє у словниках та енциклопедіях, немає і робіт, які розкривають сутність, зміст, технології формування педагогічного іміджу вчителя.

Трактування вченими понять, дотичних до поняття «імідж педагога» представлено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Трактування вченими понять, дотичних до поняття «імідж педагога»

Поняття	Прізвище та ім'я вченого	Трактування поняття
Імідж учителя	Калюжний А.	емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу вчителя у свідомості вихованців, колег, соціального оточення, масовій свідомості
	Черновол Ткаченко Р.	безпосередньо або зумисне створюване ним візуальне враження про себе
Професійний педагогічний імідж учителя	Павлова С.	форма самовиявлення індивідуального цілісного образу особистості вчителя як реалізатора потреб мікро- і макросоціуму в освітніх послугах, за якої виявляються найбільш виразні ділові та особистісні якості відповідно до статусу педагога та його соціальної ролі в освітньому середовищі
Професійний імідж учителя початкової школи	Размолодчикова І.	складна системна проблема цілісного розвитку особистості майбутнього фахівця, яка може бути вирішена шляхом створення спеціальних умов (виокремлення психологічно доцільного та педагогічно виправданого компонентів навчального заняття) в процесі вивчення фахових дисциплін

Вищесказане дозволяє зробити висновок про те, що поняття педагогічного іміджу педагога як наукова проблема є актуальною та перспективною у сучасній педагогічній науці.

Враховуючи наявні у педагогічних дослідженнях сутнісні характеристики

іміджу педагога, ми вважаємо, що педагогічний імідж майбутнього педагога має бути визначений як образ, що представляє сукупність внутрішніх (особистісних, професійних якостей, що виражаються в індивідуальному стилі діяльності вчителя) та зовнішніх характеристик (культура вербального та невербального спілкування) разом із естетичним оформленням одягу, зачіски, макіяжу та інших атрибутів, що створюється внаслідок прямого сприйняття у процесі взаємодії вчителя з учасниками педагогічного процесу чи опосередковано через думку інших людей. В образі конкретного педагога поєднуються індивідуальний, професійний та віковий іміджі.

Іміджелогія оперує поняттями особистого іміджу, що визначається як поєднання зовнішніх та внутрішніх складових особистості. Ці компоненти зумовили наступну типологію іміджу: самоімідж – сприйняття особистістю себе; імідж, який сприймається іншими; бажаний імідж, який в свою чергу, поділяється на індивідуальний або особистий та професійний, що може бути як позитивним, так і негативним (рис.1.1).

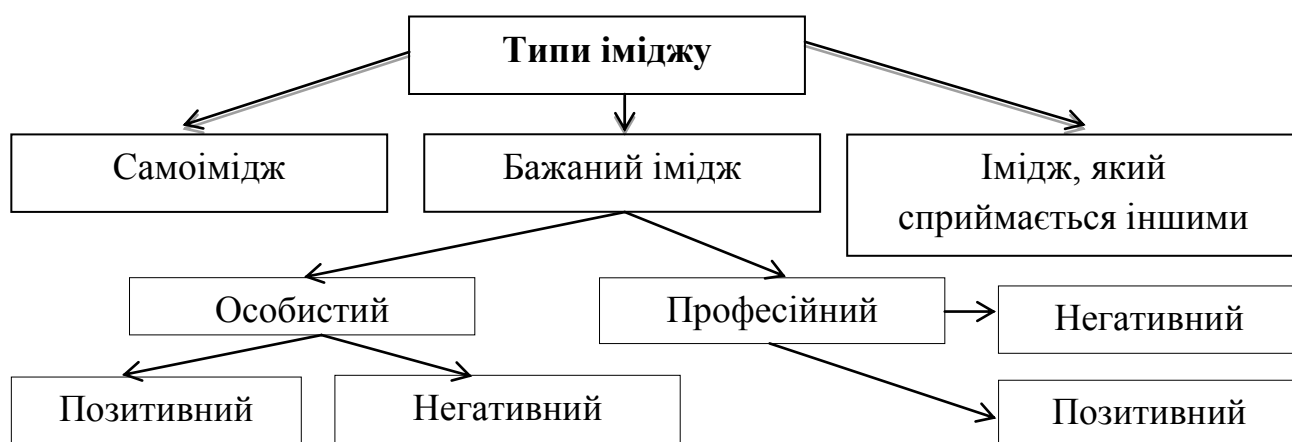


Рисунок 1.1. Типи педагогічного іміджу за М. Скрипник

Зазначена типологія віддзеркалює погляд на імідж із різних позицій: свого «Я», сприйняття іншими, бажань та реалій. Самоімідж педагога як результат минулого досвіду засвідчує теперішній стан самоповаги педагога. Ілюструючи цей тип іміджу, теоретик іміджелогії Г. Почепцов звертається до роздумів С. Маршака. На думку поета, той, хто хоче, щоб його поважали, має спочатку поважати себе сам. Імідж, який сприймається іншими – це той образ,

який інші бачать. Ця точка зору може не збігатися із самоіміджем, але у педагогічній професії цей тип іміджу найчастіше розуміється і сприймається через зміни, які відбуваються у структурі психіки педагога [48].

Зовнішніми ознаками цих змін є:

- повчальна манера мовлення;
- спрощений підхід до проблем і шляхів їх розв'язання, які найчастіше ґрунтуються на авторитаризмі;
- прямолінійне не гнучке мислення;
- категоричність, владність, що призводить до втрати гумору у розв'язанні професійних проблем;
- поява і закріплення розумових і мовленнєвих штампів;
- упевненість у власній непогрішності;
- сухість і формалізм у стосунках.

Потрібний імідж пов'язаний з конкретними професіями, які й визначають іміджевий розвиток. У ряді випадків цьому допомагає тип і форма одягу. Потрібний імідж визначає наявність визначених іміджевих характеристик, які відрізняють одну людину від іншої в залежності від спрямованості. Усе, що стосується особистого або індивідуального іміджу – це узагальнена суть «Я», образ, який складається в свідомості однієї людини при взаємодії з іншими.

Для виокремлення основних видів іміджу звернемося до досліджень Ф. Джефкінса, Е. Семпсона, О. Жарікової, Д. Ядіна.

У дослідженнях Ф. Джефкінса, Д. Ядіна для виокремлення основних видів іміджу використовують три основні підходи – функціональний, контекстуальний, зіставний.

З позиції функціонального підходу вчені виокремили такі види іміджу, як дзеркальний, поточний, бажаний, корпоративний і множинний.

З позиції контекстуального підходу Е. Семпсон виокремлює такі види іміджу, як самоімідж, імідж, який сприймається іншими, бажаний імідж. Досліджуючи ці види іміджу, Е. Семпсон звертала увагу на те, що самоімідж відображає актуальний стан самоповаги; імідж, що сприймається, пов'язаний з

тим, як особистість сприймають інші; імідж, що вимагається, безпосередньо пов'язаний із професійною діяльністю [68].

З позиції зіставного підходу виокремлюють імідж ідеальний, первинний і вторинний. Такий підхід до визначення видів іміджу, ми знаходимо в дослідженнях Л. Жарикової [15].

У дослідженнях Г. Почепцова, які присвячені дослідженню іміджу особистості, особлива увага звертається на основні його властивості. До них дослідник відносив: цілісність і гармонійність; керованість; яскравість та індивідуальність; динамічність; специфічність [48].

Імідж особистості формується із сукупності різних якостей, які характеризують людину. Нині у науці представлені різні погляди на виокремлення цих якостей. Розглянемо їх:

- природні якості, властивості особистості, життєвий і професійний досвід (В. Шепель);
- впевненість у собі та позитивна енергетика (І. Ладанова);
- комунікативні здібності, доглянутість, вигляд і хороші манери (Г. Нолл, К. Тенкерслей);
- зовнішність, виконання, оточення (Г. Почепцов);
- службовий етикет, ділові бесіди та виступи, робота з документами, ділове листування, зовнішній вигляд, манери тощо. (А. Пелих, Т. Кизилова) [24; 48; 63].

Таким чином, узагальнивши різні погляди на виокремлення якостей, що становлять імідж людини, представимо систематизований їхній варіант. Серед них – етикет службових відносин, візуальний образ, комунікабельність, володіння невербальними засобами спілкування, рівень самооцінки, професійна компетентність, особистісно-ділові якості.

Створення іміджу, як зазначається в дослідженнях В. Шепель, залежить від умов і технологій формування іміджу. Особливу актуальність у сучасній науці має така технологія, як іміджування та само презентація [63].

Розглядаючи самопрезентацію, як синонім поняттю «іміджування»,

В. Шепель визначає її як «вміння подавати себе, привертаючи до себе увагу, актуалізуючи інтерес людей до якихось своїх відео-аудіо якостей» [63].

У роботах зарубіжних психологів і соціологів (Е. Гоффман, Д. Маєрс, М. Рієс, Ж. Тедеші та ін.), самопрезентацію визначають як довільну поведінку, що спрямована на створення певного позитивного враження про себе в оточуючих». Як синоніми цьому поняттю дослідники пропонують використовувати – «самоподача», «самопред'явлення», «самопрезентація», «управління враженням» [67].

Сучасна наука розглядає імідж як складну системну освіту та виділяє кілька його варіантів. Розглянемо три найбільш поширені класифікації іміджу:

- функціональний, у якому виділяють різні його типи, з функціонування;
- контекстний, у якому ці типи перебувають у різних контекстах реалізації;
- порівняльний, у якому порівнюються близькі іміджі.

Прихильником функціонального підходу є Ф. Джекінз – фахівець з рекламної справи та маркетингу. Він пропонує такі типи іміджу:

- дзеркальний імідж, властивий нашому уявленню про себе;
- поточний варіант іміджу, характерний для погляду з боку;
- бажаний тип іміджу, який відбиває те, чого ми прагнемо;
- корпоративний імідж організації загалом чи її результатів;
- множинний імідж, що утворюється за наявності низки незалежних структур [14].

За контекстуального підходу імідж класифікується за видами діяльності. Наприклад, імідж політика, імідж бізнесмена, імідж педагога, імідж зірки, імідж політика.

При порівняльному підході порівнюються якості кількох близьких іміджів. Наприклад, двох лідерів: компетентність, інтелігентність, вміння надихати, схильність до силового рішення.

Слід звернути увагу до класифікації видів іміджу, розроблених І. Жорової, яка виділяє «ідеальний», «первинний» і «вторинний» іміджі [16].

- ідеальний імідж – це сумарне уявлення людей про лідера, але ідеальний імідж рідко можна досягти.

- первинний імідж – це уявлення про конкретну людину, що склалося у свідомості багатьох людей після першого знайомства з ним. Первинний імідж багато в чому відповідає ідеальному іміджу, але не збігається з ним.

- вторинний імідж формується у процесі конкурентної боротьби. Це компроміс між прагненням знайти лідера, образ якого дзеркально повторює ідеал і бажанням уникнути лідера, образ якого найбільше суперечить ідеальному.

Англійська дослідниця Е. Семпсон виділяє три види іміджу: самоімідж, який сприймається іншими, імідж і необхідний імідж. Ця типологія відбиває погляд на імідж із різних позицій: із боку свого власного «Я», з боку інших людей, з боку реальності та з боку бажань [68, с. 62].

- самоімідж впливає з минулого досвіду та відображає стан самоповаги, довіри до себе на даний момент.

- сприйманий імідж, як нас бачать інші. Ця думка відрізняється від самоіміджу, тому що ми часто не знаємо, як до нас ставляться насправді, як реально про нас відгукуються.

- необхідний імідж означає, що ряд професій (ролей) потребує певних іміджевих характеристик. Наприклад, тип одягу. Військова форма, судова мантія, головний убір кухарі – все це іміджеві «знаки», які вказують на виконання певної ролі професії. Тобто ці «знаки» входять у набір символів, що необхідні для виконання цих ролей.

Як зазначає В. Андрущенко, на початку 20 століття у вітчизняних дослідників окреслено тенденцію до створення образу національного ідеалу педагога. Було створено так званий реальний ідеал, згідно яким ідеальний учитель розглядався як духовно досконала особистість, комунікабельна, з високими моральними якостями та знаючий фахівець. Він має бути науковцем (володіти дослідницьким підходом), педагогом (знати педагогічну теорію і вміти застосовувати її на практиці), психологом (повинен знати основи

психології, вікові особливості учнів та психологічні особливості особистості), організатором (володіти методами і прийомами навчально-виховного процесу та втілювати наукові ідеї на практиці); лікарем (знати фізичні і психічні межі дитячого організму та межі психологічних навантажень), артистом (вміти перевтілюватися, володіти правильною дикцією, володіти художнім словом) тощо [1, с. 5-7].

О. Пехота підкреслює важливу роль особистості вчителя як особливого педагогічного утворення: «Особистість педагога – це цілеспрямована, самоорганізуюча частина педагогічної діяльності, основною функцією якої є вплив і реалізація індивідуальних способів взаємодії з суб'єктами педагогічної діяльності. Функцію регуляції поведінки та діяльності вчителя виконують його мотивація, спрямованість, особистісні якості та рівень педагогічної компетентності. Особистісні характеристики вчителя допомагають йому робити вибір, оцінювати наслідки своїх рішень і брати на себе відповідальність. Вчителі як особистості володіють прийомами та засобами регуляції власної поведінки та професійної діяльності [46].

Узагальнюючи вищеперелічені поняття, зазначимо, що «імідж» – це «образ», причому як візуальний, так й спосіб мислення, дій, вчинків. У свою чергу, «образ» не можна вважати повним синонімом поняття «імідж». Правильніше буде визначити імідж як різновид образу, прообразом якого є не будь-яке явище, а суб'єкт.

Проаналізувавши наукові доробки дослідників щодо складових іміджу педагога, зазначимо, що серед них немає одностайності у вирішенні цієї проблеми. Розглянемо це питання більш детально.

Так, Ю. Скорик умовно поділяє компоненти професійного іміджу на три групи: 1) педагогічні здібності, тобто індивідуальні стійкі характеристики особистості викладача, які знаходять прояв в уважному ставленні до об'єктів спілкування, ретельному доборі засобів і умов педагогічної діяльності, продуктивних моделях формування необхідних якостей особистості студента; 2) комунікативні здібності; 3) здібності до створення позитивного професійного образу [55].

Т. Марєєва пропонує виокремлює такі компоненти професійно-педагогічного іміджу: 1) візуальний (зовнішній вигляд, невербальні засоби комунікації, предметне середовище); 2) аудіальний (володіння технікою та комунікативними якостями мовлення, ораторським мистецтвом); 3) професійний (компетентність, якість праці в цілому, досвід, репутація, вміння самовдосконалюватися); 4) внутрішній (педагогічна спрямованість, психічне й психологічне, соціальне і духовне здоров'я, особистісно професійні якості педагога) [28].

За С. Якушевою імідж є інтегральною складовою особи, що поєднує:

1) інтелектуальну культуру, яка пов'язана з розвитком розумових процесів, творчістю, рефлексією і самосвідомістю та зростанням професійної майстерності педагога);

2) габітарну культуру, яка містить фізичні і психофізіологічні особливості особистості; стиль;

3) кінетичну культуру, обумовлену мімікою і пантомімікою (жести, вираз очей, поза, рух тіла, хода та постава);

4) мовну культуру, яка розвивається на основі принципу об'єктивних зв'язків між мовою і пізнавальними процесами;

5) культуру середовища, яка включає матеріальні і соціальні аспекти існування людини (оточення й аксесуари);

6) артистичну культуру, яка є єдністю загальної культури та артистизму і полягає у емоційному відношенні до педагогічної діяльності, володінні умінням самопрезентації тощо [70].

У структурі іміджу професіонала, запропонованої Л. Качаловою, виділено зовнішній, процесуальний та внутрішній компоненти. Зовнішня складова включає міміку, жести, тембр та силу голосу, костюм, манери, ходу. Зовнішній вигляд викладача, безумовно, може створити робочий чи неробочий настрій на занятті, сприяти чи перешкоджати порозумінню, полегшуючи чи утруднюючи педагогічне спілкування [19, с. 29].

Професійна діяльність, на думку дослідниці, розкривається через

процесуальну складову іміджу, яка конкретизується такими формами спілкування, як професіоналізм, пластичність, виразність і т.д. Емоційно багатий педагог, який володіє прийомами вербального та невербального прояву почуттів та цілеспрямовано їх застосовує, здатний оживити заняття, зробити його експресивним, наблизити до природного спілкування [19, с. 30].

Учена Л. Мітіна в структурі професійного іміджу педагога виділяє процесуальний, зовнішній і внутрішній компоненти. Процесуальний – професійна культура особистості. Зовнішній – міміка, жести, тембр, сила голосу, одяг, манери, хода. Внутрішній – психіка людини, її духовний і моральний потенціал, цінності, потреби, інтереси, установки [30].

Проаналізувавши підходи вітчизняних та зарубіжних науковців щодо визначення складових іміджу педагога, можна зробити висновок, що, незважаючи на певні відмінності у назвах та деталізації складових, автори підкреслюють важливість таких компонентів професійного іміджу, як зовнішній вигляд, навички професійного спілкування, володіння вербальними та невербальними засобами, професійна компетентність, індивідуальні соціально-психологічні характеристики тощо.

Таким чином, узагальнивши погляди різних науковців ми пропонуємо власну структуру професійного іміджу педагога (рис. 1.2).

У суспільній свідомості склався усталений імідж професії педагога, в якому узагальнені найбільш типові характеристики вчителя, що закріплені у вигляді образу-стереотипу. На його основі складались професіограми (опис якостей чи характеристик) ідеального вчителя. Вони змінювались із зміною суспільства і тих цінностей, що сповідувались його членами. Імідж педагога є інтегральною характеристикою, що включає в себе сукупність зовнішніх і внутрішніх особистісних (індивідуальних), а також професійних якостей педагога та забезпечує ефективність його педагогічної діяльності.

За твердженням Г. Почепцова, визначним для іміджу є його інформаційно-комунікативна складова частина, саме тому він розглядається як інструмент спілкування з масовою свідомістю [48].

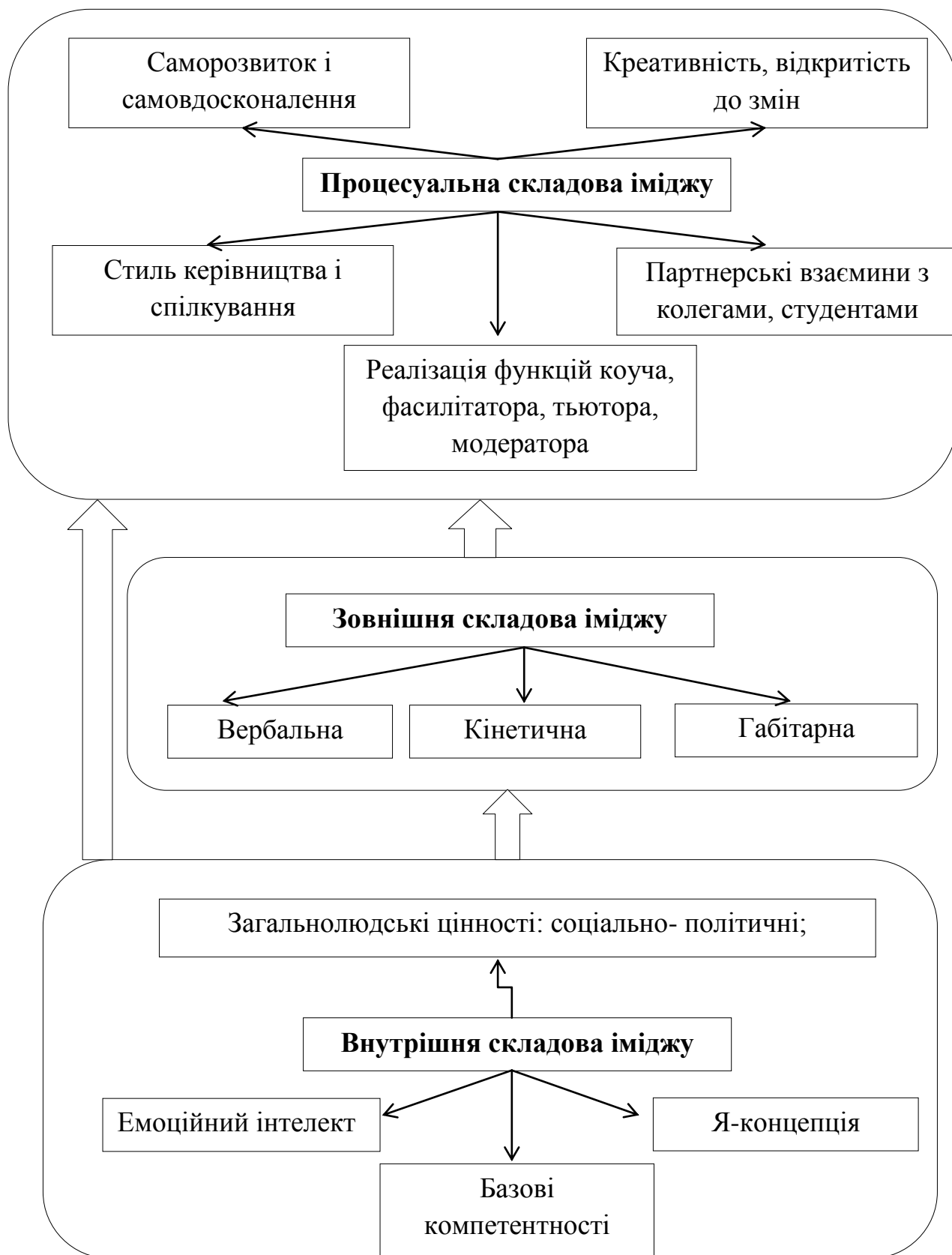


Рисунок 1.2. Структура професійного іміджу педагога

Правильно підібраний та сформований імідж є найефективнішим способом роботи з масовою свідомістю. Це твердження він проводить через

призму функціонального апарату іміджу:

- функція ідеалізації – саме завдяки іміджу бажане видається за дійсне;
- функція протиставлення – імідж враховує контрастне уявлення про дійсність (лиху людину можна побачити тільки на фоні доброї);
- функція ідентифікації – імідж задає апробовані шляхи ідентифікації об'єкта, отже, полегшує людині можливість прогнозування дій цього об'єкта.

Імідж – образ повинен враховувати особливості публічного чи зовнішнього «Я» людини, а також те, як вони можуть бути сприйняті у конкретному соціальному середовищі. У такому розумінні імідж і виступає як спосіб соціалізації особистості, адже примушує її грати ту роль, що є найоптимальнішою для цих соціальних умов. Розглянута особливість вказує на те, що імідж є засобом акумуляції певної світоглядної інформації. Питання лише в тому, в якому ракурсі ця інформація сприймається. Цю особливість можна простежити крізь призму світоглядних функцій іміджу.

Вчені, що досліджують поняття іміджелогії, поділяють функції педагогічного іміджу на дві великі групи – ціннісні та технологічні. Ціннісні функції, в свою чергу, включають в себе психотерапевтичну, особистісно-підвищувальну та функцію комфортизації особистісних стосунків. Серед технологічних функцій виділяють функцію міжособистісної адаптації, організації уваги, подолання вікових бар'єрів, висвітлення кращих і затінення негативних особистісних характеристик. Тепер розглянемо вищезазначені функції більш детально.

Дослідження функцій іміджу ми знаходимо також у дослідженнях О. Лисікової, О. Кривоносова, О. Філатової, М. Шишкіної та ін.

Так, наприклад, О. Лисікова до основних функцій іміджу відносила професійну, адаптаційну, функцію особистісної реакції, аксіологічну тощо [25].

У дослідженнях А. Кривоносова, О. Філатової, М. Шишкіної визначено основну функцію іміджу, яка полягає у формуванні позитивного ставлення до соціального суб'єкта [22].

Г. Почепцов виокремлює основні властивості іміджу. Серед них –

цілісність і гармонійність іміджу, керованість іміджу, яскравість та індивідуальність іміджу, динамічність і специфічність іміджу [48].

Особистісно-підвищувальна функція пов'язана з формуванням навколо особистості атмосфери привабливості, що приводить до розкнутості, прояву найкращих якостей та, як наслідок, до підвищення соціальної важливості людини. Сутність психотерапевтичної функції полягає в тому, що завдяки усвідомленню власної незвичайності та підвищеній комунікабельності людина здобуває стійкий позитивний настрій та впевненість в собі. Функція комфортизації міжособистісних стосунків передбачає терапевтичний ефект від такого явища, як особистісна чарівність, що привносить симпатію й доброзичливість у спілкування та згодом необхідну міру терпіння й такту [26, с. 20].

Що стосується формування професійного іміджу вчителя, то однією з найважливіших рис успішно створеного образу є гармонійне втілення ціннісних компонентів іміджу в навчально-виховному процесі. Аудиторія іміджу вчителя (учні) схильна до відображення психологічного стану та моральних настанов останнього, тому вчитель має усвідомлювати відповідальність за коректний відбір засобів вираження його внутрішнього світу та індивідуальності [35].

Технологічні функції вчителя початкової школи є не менш важливими в процесі його професійної діяльності. Так, наприклад, функція міжособистісної адаптації базується на вмінні оперативно асимілюватися в конкретному соціальному середовищі, викликаючи інтерес і зацікавленість власною особистістю з боку оточуючих, а також пробудження доброзичливого ставлення до себе, бажання і готовність співпрацювати на демократичних засадах.

Щодо функції висвітлення найкращих особистісно-ділових якостей, то згідно з нею імідж надає можливість візуально уявити найбільш привабливі риси людини, дозволяючи оточуючим пізнавати лише ті характеристики, що викликають симпатію або прихильність. Тобто вчитель завдяки сформованому особистісному іміджу здатен презентувати себе в суспільстві і колективі учнів

та вчителів з найкращого боку.

Затінення негативних особистісних характеристик виступає паралельно з вищезазначеною функцією і є як одна з провідних для професійно-педагогічного іміджу. Дана функція допомагає відвернути увагу від недоліків зовнішності завдяки використанню дизайну одягу, макіяжу, аксесуарів, зачіски, манери поведінки тощо. Вона дозволяє вчителю приховати негативні сторони власної особистості для того щоб налагодити позитивні взаємовідносини в колективі і викликати до себе якнайкраще ставлення.

Функція організації уваги пов'язана з таким психологічним механізмом: привабливий імідж притягує людей, відповідаючи їхнім стереотипам та прагненням, і, як наслідок, сприяє створенню прихильності з боку оточуючих та позитивному ставленню до власних ідей. Усвідомлення надзвичайної важливості цього механізму сприятиме більшій успішності професійної діяльності вчителя.

Окрім згаданих функцій, імідж також виконує роль інструменту подолання вікових бар'єрів. Саме в професійній діяльності вчителя ця функція іміджу набуває особливого значення. Педагогічне середовище складається з осіб різного віку – учнів, батьків, колеґ-вчителів, керівництва, тощо, які, з огляду на це, мають різні інтереси та прагнення. Тому одним із завдань під час формування професійного іміджу є виховання вміння налагоджувати стосунки з людьми будь-якого віку та рівня освіченості. Володіння технологією самопрезентації, яке втілене в успішному відборі моделей поведінки під час виконання різних ролей, надає можливість ефективно спілкуватися з людьми різного соціального становища або професійного статусу [39].

Разом з тим визначено такі соціально важливі функції педагогічного іміджу, як функція психологічного захисту, яка передбачає наявність емпатії, вміння позитивно впливати на вихованців; функція соціального тренінгу, що дозволяє гнучко поводитися у різноманітних ситуаціях соціального спілкування згідно з обраним стереотипом; функція ідентифікації, яка базується на положенні щодо соціального впізнавання; ілюзорно-компенсаторна функція,

яка за допомогою метода Л. Фестінгера (створення ілюзій) сприяє відтворенню збалансованості різних психологічних систем та блоків [40].

Процес створення привабливого професійного іміджу також спирається на такі характеристики, як духовність, моральність, ділові та лідерські якості, вміння вирішувати конфлікти, встановлювати партнерські відносини, комунікативні здібності, впевненість, адаптивність, оптимізм та доброзичливість. Однак слід також зазначити неможливість розмежування індивідуального та професійного іміджів. Особистісні якості, незважаючи на їх суб'єктивність, є первинними у порівнянні з професійними. Важливо також наголосити на виключній ролі особистісного у формуванні образу, бо саме індивідуальні риси є своєю базою для подальшої надбудови професійного іміджу. Окремо можна виділити і функцію символічного впізнання, що забезпечує колегам зручність у спілкуванні, а для інших членів суспільства є стимулом для обміну та отримання інформації, що стосується питань навчання і виховання [9].

Як і будь-яка діяльність, діяльність по створенню іміджу починається з мотиву, рушійною силою формування іміджу, і визначається їм. В основі діяльності може лежати як прагматична мотивація, пов'язана з бажанням використовувати імідж для більш ефективного соціального впливу і досягнення при його допомогою тих чи інших зовнішніх цілей, так і психологічна мотивація, пов'язана з потребою людини в поліпшенні Я-концепції, її наближення до ідеального «Я», підвищення своєї самооцінки, результатом чого стає досягнення психологічного комфорту [8, с. 13].

1.2. Закономірності та етапи формування професійного іміджу вчителя початкової школи

Професійний імідж – риси образу людини як суб'єкта діяльності, що відображають ступінь його професійної успішності; стимулює зростання авторитету; розширює перспективи професійної кар'єри, професійного

покликання; виступає умовою професійної самореалізації, досягнення професійних вершин.

Педагогічний словник дає визначення іміджу педагога як «емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу педагога у свідомості вихованців, колег, соціального оточення, у масовій свідомості. При формуванні іміджу реальні якості тісно переплітаються з тими, які приписуються йому оточуючими» [44].

Імідж педагога допомагає не лише привернути увагу, а й здобути для себе прихильність колег, батьків та учнів. Майбутній педагог повинен приділяти особливу увагу своєму вигляду, оскільки дорослі є прикладом для дітей. Разом з цим у ньому має відобразитися смак та культура людини.

У філософії, як відомо, закономірність розглядається як невід'ємний та стійкий зв'язок між явищами, які систематично повторюються під час діяльності. Ця взаємозалежність є основою для формування тенденцій, що визначають основний напрямок розвитку процесу [3].

У контексті формування іміджу майбутнього вчителя початкової школи під закономірностями ми розуміємо взаємозалежність компонентів технології, які складають цей імідж в практичному плані.

В іміджелогії педагогічного процесу, зазвичай, виділяють три рівні закономірностей: універсальні, загальні та специфічні. Універсальні закономірності формування педагогічного іміджу включають в себе взаємозв'язок і взаємопов'язаність суб'єкта та суб'єктивності. Педагог, що працює у освітньому закладі, розв'язує конкретні завдання і є суб'єктом даної діяльності, так званого функціонального забезпечення або процесу вирішення задач, на конкретний результат яких впливає його власне суб'єктивне сприйняття ситуації та своєї ролі в даній ситуації. Цей взаємозв'язок також означає, що соціальне становище педагога у суспільстві залежить від його внутрішнього сприйняття ситуації, в якій він опинився. Далі, загальні закономірності формування професійного іміджу майбутнього вчителя початкової школи можна описати як залежність результатів цього процесу від

рівня розвитку психологічної та моральної готовності особистості до змін, які відбуваються як внутрішньо, так і зовнішньо, а також до розуміння вивчених понять і основ іміджу [42].

Головною метою педагога, який працює над формуванням свого професійно-педагогічного іміджу є його поведінка у процесі взаємодії з учнями та колегами-вчителями в різних ситуаціях, якщо він має уявлення про те, як вести себе та діяти на основі свого сформованого іміджу, то це створює надійну основу для досягнення максимальних результатів у освітньому процесі.

Наступним і найнижчим рівнем закономірностей виступають специфічні або приватні, що передбачають взаємозалежність результатів формування іміджу майбутніх вчителів початкової школи у процесі їхньої професійної підготовки у вищих навчальних закладах і зворотнього зв'язку від учасників цього процесу. Проаналізувавши наведені вище закономірності можна зробити висновок, що ефективно розв'язувати завдання з формування педагогічного іміджу і оцінювати отримані результати може тільки вчитель, який може оцінити всю картину в цілому – не лише результати, які виявляються через іміджового суб'єкта, але й власну позицію у даному процесі. Ця залежність стосується, в першу чергу, студентів як суб'єктів процесу цілеспрямованого формування [47].

Педагогічний імідж, як відомо не формується спонтанно, а є результатом цілеспрямованої роботи педагога над собою. В процесі цієї роботи майбутній педагог намагається вибудувати систему взаємопов'язаних компонентів (когнітивного, габітарного, комунікативного або вербального та кінетичного). Також слід зазначити, що компоненти процесуальності також характерні для процесу формування педагогічного іміджу. До таких компонентів відносять цілемотивований, когнітивний, діяльнісний та оцінно-рефлексивний. Наявність цілісної системи компонентів свідчить про високий рівень сформованості внутрішнього та зовнішнього іміджу [43].

Розглянемо компоненти формування професійного іміджу педагога більш детально. По перше, слід звернути увагу на цілемотивований компонент,

сутність якого полягає в постановці конкретної цілі, визначення мотивів, що базуються на стійкому і усвідомленому бажанні до самовдосконалення.

По-друге, важливе значення має використання когнітивного компоненту, який включає в себе процес пошуку знань майбутнім педагогом. Використання цих знань допомагає йому поліпшувати свій імідж або створювати новий.

По-третє, одним з основних аспектів є діяльнісний компонент. Цей компонент відповідає за використання знань у практичній діяльності, сприяючи розвитку творчості та впровадженню цілеспрямованих планів самовдосконалення.

Не менш важливим є оцінно-рефлексивний компонент, який передбачає аналіз і оцінку власної діяльності та планування подальших кроків на шляху формування іміджу, враховуючи отримані результати. Це включає у себе спостереження за собою з боку інших та самооцінку. Ці компоненти взаємодіють між собою і використовуються в певній послідовності.

Таким чином, з огляду на особливості процесу формування педагогічного іміджу і компоненти, які входять до складу даного процесу, можна виділити наступні фактори, що впливають на формування іміджу педагога:

- 1) прагматична і психологічна мотивація педагога;
- 2) усвідомленість педагогом спрямованості своїх дій на створення індивідуального стилю;
- 3) можливості самого педагога;
- 4) фактор середовища – педагогу, так чи інакше, доводиться підлаштовуватися під тих, кого виховує і навчає, підкорятися вимогам аудиторії;
- 5) фактор вибору моделі поведінки;
- 6) фактор результату діяльності;
- 7) ставлення педагога до своєї Я-концепції.

Можна говорити про те, що формування іміджу дозволяє виділити і змодельовати деякі особливості особистості і приховати недоліки, а то і зовсім, переглянути і викоринити їх. В результаті формування іміджу у кожного

педагога відбувається становлення свого власного стилю педагогічної діяльності.

Рівень ефективності індивідуального іміджу сучасного вчителя впливає на успішність його діяльності і несе в собі відбиток змісту особистості вчителя. Успішність особистісного іміджу будуть оцінювати різні групи людей, які висловлюють суперечливі вимоги, тому імідж повинен бути гнучким, самостійним, толерантним; він повинен будуватися індивідуально з огляду на конкретні характеристики, вік учнів чи студентів та соціальну ситуацію. Будується він здебільшого під впливом учителя, залежить від стилю керівництва, культури вчителя та його системи поглядів [54].

Формування педагогічного іміджу студентів майбутніх вчителів початкової школи відбувається поступово і цілеспрямовано. На основі проаналізованих даних науково-методичної літератури нами було виділено ряд закономірностей його формування, в залежності від етапу професійної підготовки у ЗВО.

А. Маркова визначає такі етапи професійного зростання:

1. Етап адаптації до професії – засвоєння студентами норм, менталітетів; відбувається внутрішній розвиток студента;

2. Етап самоактуалізації в професії – друга стадія, протягом якої відбувається аналіз студентом своїх можливостей, саморозвиток засобами професійної практики, усвідомлення своїх позитивних і негативних якостей, а згодом і закріплення індивідуального стилю, самореалізація в професійній діяльності та самовдосконалення. Цей стан відповідає стадії автономності і продовжується три – п'ять років навчання у ЗВО. Цей етап, на нашу думку, умовно можна поділити на два етапи: початковий і основний [29, 56].

На початковому етапі, згідно досліджень О. Власової, поряд із впливом педагогічного середовища на особистість, виникає і вплив особистості на педагогічне середовище. Сила впливу педагогічного середовища на формування особистості переважає силу впливу суб'єкта діяльності на педагогічний процес. У цей час самооцінка та концепція розвитку

стабілізуються на основі формування ціннісних орієнтацій, світоглядних переконань у зв'язку з адекватним усвідомленням власних особистісних якостей, завдяки збільшенню кола осіб в процесі спілкування [8, с. 37].

Цей етап можна назвати етапом індивідуалізації: розвитку на основі отриманих знань, індивідуально забарвлених професійно значущих якостей та здібностей особистості, професійних умінь [8, с. 37]. Він спрямований на найповніше розкриття особистості та ампліфікацію її розвитку, опанування широкого кола педагогічних знань, формування світоглядних позицій, оволодіння основними професійними вміннями та кроками до педагогічної майстерності. Студенти вчаться проєктивній поведінці: обігравати ситуацію на декілька кроків вперед, прораховувати можливі дії іншої людини і, в залежності від цього, планувати свою поведінку, замислюватись яким буде результат, вміти на нього вплинути [61].

На основному етапі формування педагогічного іміджу у студентів з'являється самоповага до себе, як до педагога – це ступінь, на якому вони цінують себе, як майбутнього педагога і який часто називається самооцінкою. Під самооцінкою ми розуміємо: вміння людини визнати свою цінність, значущість, котрою особистість наділяє себе в цілому або окремі сторони своєї діяльності та поведінки. Це пов'язано з рівнем її домагань та відноситься, як і Я-концепція в цілому, до ядра особистості. Від самооцінки залежать стосунки студентів з оточуючими, їх критичність, вимогливість до себе, ставлення до успіхів і невдач. Тим самим вона впливає на ефективність діяльності та подальший розвиток особистості студента [7].

Етап вільного володіння професією – третя стадія, що характеризується виявом майстерності, гармонізації професійних якостей педагога. Відбувається засвоєння професійних стандартів, відтворення на високому рівні методичних рекомендацій. Це період утвердження педагога – він триває від 10 до 20 років педагогічного стажу. Студенти, які навчаються, також мають вже свій досвід: загальнокультурний, індивідуальний, професійний. Цей етап на думку Г. Беленької [4, с. 76], називається інтеграцією у педагогічне суспільство та

соціальне середовище (самореалізація). Він створює умови для закріплення єдності розвитку когнітивного та діяльнісного компонента фахової підготовки та самореалізації всіх потенційних можливостей педагога в обраній сфері професійної діяльності. На цьому етапі відбувається розвиток аналітико-синтетичних умінь, вибір методологічних орієнтирів діяльності, вдосконалення професійних умінь і набуття та реалізація педагогічної майстерності, на базі набутих знань.

Закономірністю є й те, що імідж оптимізує професійну діяльність особистості. Для цього необхідно забезпечити наступні умови:

- опору на базові емоційно-образні установки особистості;
- використання образу або символу, що знаходиться в зоні найближчого розвитку, як зразка для наслідування;
- організації у відповідності до мети навчання соціального середовища, прийняття та стимулювання розвитку, вирішення соціальних проблем особистого характеру;
- регулювання напрямів розвитку особистості;
- організації діяльності, що забезпечує психологічний захист і форсажний стан, підвищення активізації та ефективності діяльності (створення «ситуації успіху»).

Етапи формування професійного іміджу можна представити у такому вигляді [63, с. 56]:

1 етап: сприйняття образу, на основі якого буде будуватися цілісний імідж. На першому етапі слід визначити, що ви хочете в собі змінити і яким стати. На цій стадії бажано для визначення самооцінки особистості скористатися відомою формулою У. Джеймса: самоповага = успіх + домагання;

2 етап: аналіз інформації та уявна корекція сприйнятого образу відповідно до ідеального образу та індивідуальних особистостей того, хто сприймає. Слід скласти план дій, сценарій, щоб уявити себе в образі нового «Я». Готуйте себе до нової ролі: знову і знову в думці випробовуйте цю роль, аби закріпити реальність створеного вами образу, в якому ви намагаєтесь

досягти таких результатів як: зовнішній вигляд, рівень ерудиції, професійна компетентність, загальна культура, ораторське мистецтво та ін.;

3 етап: використання (примірювання, програвання) окремих елементів бажаного іміджу: стилю спілкування, техніки володіння жестами, одяг тощо;

4 етап: «уживання, входження» в образ. На даному етапі слід здійснювати порівняння запланованих результатів з тими, які реально досягнуті вами. Необхідно розуміти, що створення привабливого іміджу - довготривалий, багатогранний процес, у якому немає дрібниць;

5 етап: привласнення та індивідуалізація обраного (бажаного) образу. Зазначимо, що чимало науковців, які досліджували проблеми формування професійного іміджу вчителя та лінії їхньої педагогічної поведінки зазначають, що на першому етапі важливе значення має реальний образ учителя, що виступає в подальшому зразком для наслідування студентами. Якщо ж такого образу немає в реальному житті студентів, вони створюють його на основі ідеальних уявлень, інформації, отриманої з літературних джерел чи інших засобів інформації [62].

Зрозуміло, що в основі іміджу лежить реалізація особистістю своїх потенційних можливостей, тобто реалізація «Я-концепції». Американський учений К. Роджерс стверджує, що до ефективної взаємодії готовий лише учитель із позитивною Я-концепцією, якому властиве почуття власної значущості, гнучкість мислення, впевненість у здатності займатися педагогічною діяльністю, переконаність в імпонуванні всім людям, зокрема учням [52, с. 65]. Такий учитель готовий до подолання професійних і життєвих труднощів, відчуває соціальну значущість власної професії, а свої здібності, прагнення до емпатійності, сензитивність, емоційну рівновагу, життєрадісність і впевненість у собі застосовує під час навчально-виховного процесу. Така людина зазвичай стійка до професійних деформацій, емоційного, інтелектуального, фізичного виснаження, професійного вигорання, викликає повагу й прагнення до наслідування серед учнів.

Представимо ще один варіант етапів формування професійного іміджу

педагога.

Етап 1. Діагностика сформованості іміджу педагога. На цьому етапі визначається наявність чи відсутність «проблеми іміджу». Для цього організуємо пошук джерел інформації, систематизацію, аналіз та узагальнення. На цьому етапі розв'язуються такі завдання:

- необхідність формулювання думки аудиторії про імідж педагога, тобто яким має бути «status id» – ідеальний стан думки про нього;
- визначити, якою є думка в даний момент у аудиторії іміджу про даного фахівця, тобто якою є «status quo» – фактичний стан думки;
- з'ясувати співвідношення status id і status quo і визначити, чи є між ними розбіжність.

Якщо status id і status quo явно не збігаються, то висновок наступний: констатується наявність проблеми іміджу і приймається рішення про його формування. Якщо в даній аудиторії думка про даного фахівця така сама, яка і необхідна, тобто коли «status id» і «status quo» збігаються, то висновок такий: необхідності у формуванні іміджу немає.

Щоб створити та усвідомити необхідність зміни іміджу, необхідний самоаналіз, який складатиметься з кількох моментів: спочатку людина дає оцінку собі, а потім оцінку дають люди різних категорій (рідні та близькі, друзі, колеги по роботі тощо). Для цього використовуються спеціальні анкети та питання («що я хочу змінити?», «Як це зробити?»). Важливо наголосити на наступному. Аналізована якість – це гідність чи недолік? Як його можна розвинути чи як позбутися його? Чого ще треба навчитися? Де і в якому обсязі можна отримати необхідну інформацію? Потім ці питання задаються іншим людям, і потім отримані дані аналізуються і порівнюються.

Етап 2. Цілепокладання. Метою формування іміджу педагога є виникнення позитивної думки учня про вчителя, виникнення довіри, прислухання до думки вчителя, дотримання рекомендацій та ефективну взаємодію у процесі навчання.

Етап 3. Планування. На цьому етапі визначається система заходів, які

забезпечують формування позитивного іміджу педагога.

Етап 4. Реалізація запланованих заходів. На цьому етапі здійснюється послідовна реалізація намічених програмою заходів.

Етап 5. Оцінка. Передбачається зіставлення результатів із критеріями успішності формування іміджу педагога. Висновки, що випливають із результатів аналітичної роботи, використовуються для уточнення мети та завдань, для вироблення програми дій, визначення змісту, організаційних форм та методів формування іміджу педагога.

У формуванні іміджу вчителя тісно переплітаються його реальні якості та уявлення про нього інших людей. Імідж включає зовнішній вигляд, одяг, стиль спілкування, поведінку та ставлення. Іншими словами, це мистецтво «управління враженнями». Слід зазначити, що імідж не формується спонтанно, а є результатом свідомої роботи вчителя над собою у побудові взаємопов'язаних конструктивних-когнітивних, звичних, комунікативних, мовних і рухових. Формування іміджу – це процес, який характеризується всіма компонентами процесуальності, а саме: мотиваційним, когнітивним, діяльнісним та оцінно-рефлексивним компонентами. Результатом ефективності процесу є створений імідж.

Мотиваційний компонент – це мета, мотивація, що ґрунтується на бажанні змінити себе. За допомогою когнітивного компоненту вчителі шукають знання, які допоможуть їм покращити власний імідж або створити новий.

Діяльнісний елемент – використання знань у безпосередній роботі над собою, що сприяє прояву креативності та реалізації плану самотворення. Оцінно-рефлексивний елемент: оцінка виконаної роботи та створеного педагогічного іміджу.

Оцінно-рефлексивний компонент. Ці компоненти взаємозалежні і використовуються в певній послідовності. Цільовий компонент є основою для створення особистого іміджу вчителя [64].

Мотиви є рушійною силою формування професійного іміджу сучасного педагога. Різноманітні мотиви особистості виступають рушійною силою для

досягнення цілей: на думку Б. Ромова, мотиви і цілі утворюють своєрідний «вектор» діяльності, визначаючи її спрямованість і величину зусиль [6].

Особистість потім розвивається під час її здійснення. Цей вектор виступає системоутворюючим фактором, що організовує всю систему психічних процесів і станів, які формуються і виявляються в ході творчої діяльності.

Мотивація – це процес, за допомогою якого діяльність набуває особистісного сенсу для індивіда, створює стійкість інтересу до діяльності та перетворює зовнішню мету діяльності у внутрішнє бажання людини [17].

На думку С. Рубінштейна, основною функцією мотивації є саморегуляція на певних етапах діяльності людини. Він зазначає, що це серед мотивів, які сприяють професійному розвитку сучасного педагога, є мотивація до зміни свого іміджу [53, с. 303]. Різниця між успішними і неуспішними людьми полягає не в таланті, а в наполегливості, яка проявляється в мотивації. Внутрішня мотивація керує поведінкою і підтримує людей, коли вони долають труднощі та невдачі, і є Мрії – самореалізація, Ідеї – творчість, Самоствердження – впевненість, Потреба – самозростання, Потреба у спілкуванні. Творчість, Самоствердження-впевненість, Потреба-самозростання, Потреба у спілкуванні [53, с. 78].

Народна мудрість говорить: «Якщо ти не можеш забезпечити себе, не варто очікувати хороших результатів від інших». Отже, слід створювати власну мотивацію. Самомотивація утворена від слів «я» та «мотивація» і визначає стан людини, який стимулює успішну педагогічну поведінку.

За А. Маслоу існують два типи мотивації [31, с. 24]:

- 1) психологічний – імідж, орієнтований на самовідчуття і самооцінку, в основі його лежить особиста інтуїція;
- 2) прагматичний – імідж, орієнтований на сприйняття – для більш ефективного соціального впливу і досягнення зовнішньої мети, в його основі лежать знання і досвід. Стосовно мотивації створення іміджу класифікація будується на основі людських потреб:

- визнання (потреба відчувати себе компетентним);
- захисту (захист та допомога у здійсненні мети);
- домінування (потреба вплинути на інших людей);
- незалежності (прийняття незалежних рішень);
- любові і прив'язаності (потреба, щоб вас розуміли і любили);
- фізичного комфорту (потреба в хорошому здоров'ї та безпеці).

Формування професійного іміджу є системою соціального формування поведінки засобом ментальних стереотипів і символів. На думку Н. Гузій, системоутворювальним чинником, а також однією із закономірностей формування педагогічного іміджу можна вважати естетичні якості особистості вчителя. Естетичний потенціал педагогічної культури дозволяє вчителю позбавитися унітарності у розв'язанні професійних задач, допомагає розв'язати їх за законами краси та досконалості. Естетична культура гармонізує педагогічний інтелект, емоційно-почуттєву, вольову і потребнісно-мотиваційну сферу професійної самосвідомості вчителя. Естетична розвиненість учителя стимулює роботу педагогічної уяви та фантазії, збагачує образність та асоціативність професійного мислення, витончується культура почуттів, емоційної виразності професійної поведінки та зовнішнього вигляду, виховується наполегливість, терпіння та вміння керувати собою [13, с. 86].

Особливий інтерес для усвідомлення системоутворювальної ролі естетичного компонента в професійній культурі вчителя становить ідея єдності краси, добра, істини, що зумовлює невичерпні евристичні, пошукові форми педагогічної творчості. Відчуття та розуміння вчителем краси підвищує здатність до співробітництва, до духовної й інтелектуальної насиченості педагогічної діяльності.

Імідж може формуватися на основі даних зовнішності людини та її психологічних характеристик як за першим уявленням, так і в процесі взаємодії. Його формування є досягненням впливу зовнішніх якостей і виразності внутрішнього образу педагога на особистість. Змальовування, створення та розігрування образу назовні – все це передбачає володіння

прийомами матеріалізації іміджу, знаходженню нової форми образу, контуру, силуету, конфігурацій, що потребує «прописування зовнішніх фарб», безпосереднього ситуативного «обіграння» внутрішніх якостей через володіння технікою мінісцени [5].

Формування нового іміджу можна розглядати і як вияв зони найближчого розвитку, «визначення образу на зростання». Весь процес формування нового іміджу можна розподілити на чотири етапи: іміджаналіз, імідж-креатив, імідж-дизайн та імідж-промоушн [2, с. 197].

Спочатку проводиться аналіз зовнішності та якостей людини, її потенціалу, можливостей, а згодом знаходиться ідея перевтілення. Після цього будується нова картинка, яка через певний час буде представлена суспільству.

Іміджеформувальна діяльність сучасного вчителя повинна виконуватися в зоні найближчого розвитку – це може бути образ, який можна досягнути при деяких злиттях з боку вчителя та допомозі ззовні. Спроби створити собі імідж – це спосіб самовиховання, розуміння своїх можливостей. Роботу з формування іміджу можна уявити у вигляді наступної моделі: визначення вимог групи сильних і слабких сторін особистості, формування образу (підсилення позитивних моментів), переведення потрібних характеристик особи у вербальну, візуальну та процесуальну форму [12].

Формується індивідуальний імідж у процесі соціальних комунікацій, де в закодованому вигляді відбито основні психологічні процеси (рівень тривожності, рефлексивності, копіювання, емоції), шифр існує у вигляді символів на рівні зовнішніх проявів.

Комунікативні здібності вчителя полягають у вмінні знайти індивідуальний підхід до кожного учня, проявляти тактовність, встановлювати взаємини, побудовані на довірі, повазі, взаєморозумінні. Під час презентації свого професійного образу в педагогічному спілкуванні перед учителем постає низка завдань вербальної комунікації, що включають прояв лекторської майстерності (встановлення контакту з аудиторією, інформативність, доступність викладу інформації), навчання основам мистецтва й культури

мовлення (планування виступів, їх змістовність, аргументованість, доречність, рівень словникового запасу), дотримання принципів суб'єкт-суб'єктних відносин (безоціночне ставлення до співрозмовника і повне прийняття його особистості, використання технік активного слухання, використання «Я-висловлювань», рефлексія).

До засобів невербального впливу на суб'єктів спілкування належать:

- 1) паралінгвістичні – тембр, висота, гучність голосу;
- 2) естралінгвальні зітхання, паузи, сміх, кашель;
- 3) візуальні (точка спрямування погляду, його тривалість, міміка);
- 4) кінетика – хода, рухи ніг, рук, тулуба.

Формуючий вплив учителя передбачає професійне управління власною комунікативною діяльністю, що потребує низки комунікативних умінь – спілкуватися в присутності сторонніх, цілеспрямовано організовувати процес комунікації і керувати ним, за допомогою системи спілкування організовувати з учнями навчальну, виховну й творчу діяльність [5].

Рівень ефективності індивідуального іміджу сучасного вчителя впливає на успішність його діяльності і несе в собі відбиток змісту особистості вчителя. Успішність особистісного іміджу будуть оцінювати різні групи людей, які висловлюють суперечливі вимоги, тому імідж повинен бути гнучким, самостійним, толерантним; він повинен будуватися індивідуально з огляду на конкретні характеристики, вік учнів чи студентів та соціальну ситуацію. Будується він здебільшого під впливом учителя, залежить від стилю керівництва, культури вчителя та його системи поглядів

Етапи формування професійного іміджу представимо такою схемою:

1 етап: сприйняття образу, на основі якого буде будуватися цілісний імідж;

2 етап: аналіз інформації та уявна корекція сприйнятого образу відповідно до ідеального образу та індивідуальних особистостей того, хто сприймає;

3 етап: використання (примірювання, програвання) окремих елементів

бажаного іміджу: стилю спілкування, техніки володіння жестами, одяг тощо;

4 етап: «уживання, входження» в образ;

5 етап: привласнення та індивідуалізація обраного (бажаного) образу.

Зазначимо, що чимало науковців, які досліджували проблеми формування професійного іміджу вчителя та лінії їхньої педагогічної поведінки зазначають, що на першому етапі важливе значення має реальний образ учителя, що виступає в подальшому зразком для наслідування учнями.

Якщо ж такого образу немає в реальному житті учнів, вони створюють його на основі ідеальних уявлень, інформації, отриманої з літературних джерел чи інших засобів інформації.

На етапі аналізу відбувається зіставлення власних та бажаних якостей, приймається рішення про можливість та доцільність їх використання, здійснюється корекція відповідно до типу власного темпераменту, особливостей розвитку фізичної та інтелектуальної сфери, фінансових можливостей тощо.

Для третього етапу характерним є робота з окремими компонентами бажаного іміджу. Найвідповідальнішим є четвертий етап – уживання, входження в образ, який ефективно відбувається в процесі педагогічної практики, коли учні самою формою організації навчальної діяльності поставлені в умови необхідності рольового використання педагогічного іміджу.

Наступний (п'ятий) етап є пролонгованим у часі і таким, що віддзеркалює всі внутрішні зміни, що відбуваються в інтелектуальному та моральному розвитку особистості. Зрозуміло, що в основі іміджу лежить реалізація особистістю своїх потенційних можливостей, тобто реалізація «Я-концепції»

На основі аналізу наукової літератури та досвіду роботи вчителів практиків нами були сформульовані педагогічні умови ефективного формування іміджу вчителя, до яких відносяться:

- наявність мотивації до професійної діяльності та росту: усвідомленням ролі та значення формування власного позитивного іміджу, особистісного розвитку та підвищення рівня самопізнання і кругозору;

- забезпечення системного підходу до діяльності з формування та корекції професійного іміджу вчителя початкової школи та плюралізму щодо методів та форм здійснення цієї діяльності;

- активне включення вчителя початкової школи у процес формування професійного іміджу, що полягає в самопізнанні, вдосконаленні, рості;

- використання кар'єро-орієнтованого підходу у процесі підготовки майбутніх вчителів: передбачає наявність дисциплін з особливостей формування іміджу та роз'яснення його ролі;

- забезпечення доведення до майбутніх вчителів основ естетичного оформлення свого зовнішнього вигляду і самопрезентації [50; 51].

Таким чином, можна зробити висновок, що процес формування професійного іміджу сучасного педагога, майбутнього вчителя початкової школи відбувається цілеспрямовано і складається з п'яти основних етапів. Успішна реалізація даних етапів в процесі підготовки майбутнього спеціаліста базується на універсальних, загальних та специфічних закономірностях, які напрямую пов'язані з суб'єктом даного процесу. Взаємозв'язок теоретичних положень і їх реалізації на практиці під час підготовки майбутніх вчителів початкової у вищому навчальному закладі здійснюється шляхом практичного втілення когнітивного, габітарного, комунікативного, кінетичного а також процесуальних компонентів.

1.3. Вимоги до професійно-педагогічного іміджу сучасного педагога

У даний період часу професія педагога не користується особливою популярністю серед молоді, яка стоїть перед вибором професії. А повага учнів до вчителя є вибірковою, адже школярі поважають лише учителів, які їм подобаються, а не педагогів загалом. Батьки учнів, теж не завжди з повагою ставляться до роботи вчителя. Пояснення цієї ситуації можуть бути різні: це соціальна та матеріальна незахищеність педагога, а іноді вплив на суспільну

свідомість не завжди позитивного прикладу окремих працівників закладів освіти. Отже, формування позитивного іміджу педагога набуває нині особливого значення, і не можна обійти стороною особистісно-професійний розвиток майбутніх учителів початкових класів, який здійснюють заклади вищої освіти.

Турбота педагога про свій імідж – це важливе завдання педагогічної діяльності, що є також і професійною вимогою. Тому зазначимо, що візуальний образ педагога «працює» лише п'ять хвилин заняття, а далі увагу школярів тримає особистість педагога. Але все ж таки йому необхідно дотримуватися загальноприйнятих норм в одязі, зачісці, макіяжі, щоб не відволікати увагу на непотрібні деталі. Імідж складається із суми: візуальний образ (костюм, зачіска, манери, міміка), акустичний (тембр, сила голосу, висота, темп мовлення, особливості – дихання, картавість...) та внутрішній (темперамент, настрій, спосіб мислення, духовна практика). Залежно від цього, велику значення має, ступінь володіння педагогом мистецтвом створення свого образу – це дається від природи або вдумливий педагог засвоює початкові навички самостійно.

Проаналізувавши процес спілкування зі студентами та школярами, ми з'ясували для себе елементи іміджу педагога, які їм здаються найбільш привабливими, і дійшли висновку, що зовнішня сторона хвилює їх значно менше, ніж внутрішній світ педагога. Перше, що відзначають студенти, це оптимізм, повноту та жагу до життя, які має демонструвати педагог: «Він повинен хотіти змінити світ на краще, а не лише вчити нас формулам та алгоритмам!» Дуже важливо займатися собою, своїм особистісним зростанням. Це один із найнадійніших способів домовитися з іншими. Вилікуватися від нелюбові до себе – радять психологи. Навчитися керувати своїми негативними характеристиками характеру. Крик ніколи не був ефективним способом спілкування. Емоції виникають вістря конфлікту, але не допомагають розв'язувати його. Дуже важливо відокремлювати особисті кризи та вікові дефініції від професійної діяльності. Вміння керувати своїм психічним станом – почуттями, настроєм, афектами, стресами; вміння бачити себе із боку.

Психологи це називають соціальною перцепцією – вона теж входить у педагогічну техніку. Сюди ми відносимо здатність до перевтілення, здатність до гри, нейролінгвістичне програмування (НЛП). Встановлено, що єдиний параметр, який визначає успіхи школярів і від якого залежить якість освіти – це рівень взаємодії вчителя та учня на уроці, що, як і раніше, залежить від кваліфікації педагога.

Часто під іміджем розуміють лише його зовнішній бік, а саме манеру одягатися, зачіску тощо. Хоча зовнішність справді визначає імідж людини, поняття іміджу значно ширше.

Нижче докладно розглянемо основні складові іміджу.

Зовнішній вигляд. Це один із найголовніших компонентів, які грають дуже істотну роль у створенні іміджу. Кожна людина прагне показати себе в певному образі, щоб привернути увагу до себе, до свого внутрішнього світу і своїх здібностей. Саме тому зовнішньому вигляду свідомо приділяється більше уваги, аніж іншим компонентам іміджу. Чому це так важливо? Стороння людина може зробити висновок за одягом та зачіскою, не тільки про внутрішній імідж, але навіть про особисті якості. Деякі люди думають: «У мене надто багато справ, щоб приділяти увагу своїй зовнішності» або «Турбота про зовнішній вигляд загрожує моїй мужності». Але інша людина швидше подумає про те, що він/вона виглядає неохайно або навіть «сама себе не поважає», «Ця людина ображає почуття присутніх неналежним виглядом». Для того, щоб гарно виглядати і сформувати про себе гарну думку, зовсім не обов'язково ходити тільки в дорогих костюмах від модних брендів, показувати всі свої коштовності та хутра. Достатньо купити якісний одяг гарного крою та навчитися грамотно підбирати кольори та фасони за типом фігури [60].

Манери та мова. Цей пункт важливий не менше, ніж зовнішній вигляд. Манери – це мова, інтонація, жестикуляція. Дуже важливим є те, як поводить себе людина, спілкуючись з іншими людьми, оскільки манери поведінки характеризують загальну культуру особистості. Тому необхідно контролювати власні висловлювання, інтонацію, ходу, жестикуляцію, міміку, пози. Хорошими

манерами вважаються скромність і стриманість, вміння контролювати свої вчинки, уважно та тактовно поводитися з іншими людьми, правильно тримати своє тіло (пози), керувати своїм емоційним станом. У протилежному випадку люди можуть почати думати, що людина відверто недоброчлива до оточуючих, зневажливо ставиться до чужих інтересів, нав'язує свою думку і навмисно ображає гідність оточуючих, проявляючи нетактовність [45].

Темперамент. Темперамент є найбільш загальною формально-динамічною характеристикою індивідуальної поведінки людини. Він відіграє значну роль у процесі формування іміджу людини взагалі та керівника в тому числі. Людина може стати керівником незалежно від природного темпераменту, якщо навчиться усвідомлювати сильні та слабкі сторони, що визначаються темпераментом і правильно використовувати їх переваги та недоліки.

Професійні якості. Вони включає обов'язковість, характер професійної діяльності та стан робочого місця. Обов'язковість включає надійність, відповідальність, пунктуальність, вміння «тримати слово». Людина повинна вміти реально оцінювати свої можливості, приймати ті чи інші зобов'язання, виконуючи обіцянки. У необхідних випадках треба вміти сказати: ні; «пробачте, але не зможу»; «не вийде», тому що це буде незрівнянно кращим для іміджу, ніж пообіцяти, але не зробити. Негативний імідж створюють необов'язковість, непунктуальність, безвідповідальність, що свідчить про низьку професійну кваліфікацію. Характер професійної діяльності включає спеціальні знання, ділову впевненість та, звичайно, емоційну стійкість. Коли людині кажуть, що «він знає свою справу», значить у неї високий професійний імідж, йому довіряють. Порядок на робочому місці також багато говорить про імідж людини. З цього приводу наводиться ряд образних виразів: «Порядок у паперах – ясність у голові». Хоча це не завжди правильно, проте враження створює саме таке. Для підтримки позитивного професійного іміджу на робочому столі має бути порядок [11].

Зростаючий попит на імідж породив нову професію – іміджмейкер. Це фахівець із конструювання іміджу особистості, ділових та політичних структур.

То навіщо нам потрібна іміджологія?

Пріоритетне призначення іміджології як науки про технологію особистої чарівності – ознайомити людей різного віку імідж-знаннями та надати допомогу в оволодінні та вмілому використанні їх при вибудовуванні міжособистісних та ділових відносин.

Протягом життя людина проходить через стосунки з тисячами людей, і лише частина цих відносин може принести користь та задоволення. Тому особливу увагу необхідно звернути на те, як люди розглядають та приймають ці важливі для них стосунки. Іноді від цього залежить настрої, успіх і навіть кар'єра. У сучасному житті треба скористатися будь-яким шансом сподобатися людям. Кожна людина живе порівнюючи себе з іншими. У цьому величезну роль грає порівняно нова наука – іміджологія [16].

Іміджологія вивчає закономірності формування та впливу іміджу керівника на психіку та поведінку оточуючих. Фахівці з іміджування виділяють три основні складові іміджу:

- особиста чарівність воно завжди сприяє успіху у професійній діяльності;
- моральні характеристики; комунікабельність, емпатичність (здатність до співпереживання), рефлексивність (здатність зрозуміти іншого), промовистість (здатність впливати словами);
- техніка самопрезентації (уміння подати з хорошого боку свої знання, вміння та досвід) [21].

Іміджологія пропонує особливу технологію створення ефекту особистої чарівності. Найбільш важливим моментом у технології особистої чарівності є створення певного образу.

Робота над створенням іміджу має починатися із постановки мети. Залежно від мети приймається рішення щодо методів формування іміджу. У світі поширена практика роботи з агентствами чи окремими фахівцями – іміджмейкерами.

Іншим важливим завданням формування свого іміджу є питання

адекватної оцінки існуючого стану: жодна людина за визначенням не може оцінити себе об'єктивно. Насамперед людина має чітко сформулювати собі свою самооцінку, тобто зрозуміти, як вона представляє сама себе. Незважаючи на очевидність цього факту, багато людей про це навіть не замислюються. Наступним етапом є конструктивне використання критики. Для того, щоб звернутися до інших із проханням висловити критичні зауваження, потрібна певна мужність, готовність почути те, що, можливо, не сподобається. Багато хто вважає за краще не травмувати себе подібним. Однак це необхідно для досягнення кінцевої мети. Бажано знайти для цього людей, котрі щиро зацікавлені. Слід пояснити їм бажання змінити будь-який аспект самопрезентації та попросити допомоги чи поради, попросити «помічника» бути конкретним та ґрунтовним. Варто звернути увагу на компліменти на свою адресу. Деякі компліменти змушують засумніватися у щирості. Найефективнішими виявляються ті компліменти, із якими людина внутрішньо згоден, і які отримують підтвердження з інших джерел [33].

Таким чином, людина повинна визначити для себе мету створення іміджу, а при можливості і кінцевий результат («ідеальний імідж») та образ, що є зараз. Після цього процес створення іміджу розбивається на складові, і визначаються способи досягнення мети та її приблизні терміни по кожній із складових.

Особливого значення у процесі створення іміджу має планування. Без раціонально складеного плану досягнення будь-якої кінцевої мети, у тому числі бажаного іміджу, практично неможливо. Заходи щодо вдосконалення іміджу мають бути включені до плану роботи поряд з іншими справами. Залежно від поставленої мети цими заходами можуть бути дії щодо вдосконалення зовнішнього іміджу (наприклад, відвідування перукаря, косметолога, візажиста) або дії, спрямовані на поліпшення психологічної складової іміджу (відвідування психолога, навчання на курсах, вивчення іноземної мови тощо). Формування іміджу перестав бути зміною особистості людини. Цей процес не зможе зробити з однієї людини зовсім іншу. Тому для керівника важливе

знання основ психології для того, щоб оцінити психологічні особливості власної особистості та правильно використовувати свої сильні та слабкі сторони. Знання власних переваг і недоліків (для виконання будь-якої роботи, оскільки практично не існує переваг та недоліків «взагалі», за винятком дотримання норм моралі) є значною перевагою кожного. Вже тільки це знання може сприяти покращенню враження, що виробляється на оточуючих, яке, власне, є іміджем. З іншого боку, знання психології дозволяє правильно оцінювати дії інших людей і формувати їхнє ставлення до себе [27; 28].

Таким чином, можна стверджувати, що не лише зовнішній вигляд є головним показником іміджу, а й професійні та особисті якості людини. Позитивний імідж майбутнього учителя початкових класів – це поєднання науки та професійного мистецтва, яке надає креативні можливості для кожного студента. Правильно сформований позитивний імідж працює на фахівця, полегшує його професійну діяльність, робить його особистість неповторною.

РОЗДІЛ 2

ФОРМУВАННЯ ПЕДАГОГІЧНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ

2.1. Діагностика рівня сформованості професійно-педагогічного іміджу майбутніх вчителів початкової школи

Для реалізації поставлених завдань нами було проведено констатувальний експеримент з метою діагностики рівня сформованості професійно-педагогічного іміджу майбутніх вчителів початкової школи.

Аналіз рівнів сформованості професійного іміджу вчителів різних типів шкіл дозволив нам визначити та виділити його основні компоненти, які ми висловлюємо у поєднанні відповідних критеріїв та показників та поданих у таблиці 2.1.

Характеристики іміджу вчителя, яка повністю відповідає отриманим у дослідженнях Є. Петрової основним структурним компонентам іміджу: індивідуально-особистісні якості, комунікативні здібності, особливості професійної діяльності та зовнішній вигляд. Аналогічні результати на підставі виділених характеристик було отримано і в дослідженні Н. Шкуро.

Для перевірки ефективності розробленої нами системи цілеспрямованої роботи з розвитку позитивного іміджу вчителя дослідження проводилося чотири основних етапи.

1 етап – мотиваційно-цільовий.

Мета – розвиток позитивної мотивації педагогів до створення іміджу вчителя у своїй професійній діяльності власними силами чи за допомогою освітнього іміджмейкера.

Зміст: розвиток мотивації на побудову іміджу вчителя як компонента професійно-педагогічної діяльності, трактування першочергових чітких цілей та завдань іміджування при володінні наставником встановленого ступенем

педагогічної майстерності, інформують вихователя про адекватність їм неадекватності проведених операцій із здійснення відомого процесу. Засвоєння відомостей педагогом про правила та цінності педагогічної поведінки допомагають суб'єкту оцінити способи розуміння культури професійно-педагогічної діяльності та підтвердити вірність обраної мотивації. Адаптація сучасного вихователя у соціокультурному просторі школи, органічною частиною якої він є.

Таблиця 2.1

Критеріальний апарат готовності вчителя до розвитку позитивного іміджу

Компоненти	Критерії	Показники
Мотиваційний	Наявність мотивів бути учителем-професіоналом	Розуміння та усвідомлення соціальної значимості ролі та особистості вчителя
		Усвідомлення авторитетності ролі педагога у розвитку іміджу вчителя
		Наявність професійно значимих якостей у вчителя
		Прагнення сформувати позитивний імідж вчителя
Когнітивний	Усвідомлення структурних компонентів іміджу вчителя	Розуміння вчителем власної особистості, особистісно-значущих цінностей, вимог оточуючих
		Упорядковане бачення усіх частин педагогічної майстерності
		Знання методологічних засад педагогічної іміджелогії, її змісту, структурних компонентів закономірностей, що забезпечують цілісність культури професійно-педагогічної діяльності
Операційний	Здатність планувати діяльність з побудови іміджу	Вміння виявляти результативні поєднання різних засобів стратегії комунікації, технології, компонентів, форм, методів та прийомів з формуванням іміджу вчителя
		Володіння типами та механізмами соціальної перцепції
		Можливість покращити сформований імідж за допомогою його корекції

Умови. Ціннісно-нормована поведінка вчителя забезпечує йому постійну і тверду позицію у виховному середовищі як активного суб'єкта; створює обстановку співробітництва та взаєморозуміння між педагогом та школярами у процесі суб'єкт-суб'єктного взаємодії. Базовими прийомами здійснення умов були креативно-колективні дії, тематичні тижні з активним залученням до них

учнів, різноманітні зустрічі, факультативи, спеціально розроблена діагностика «Оцінка педагогічного іміджу», надання консультативно-психологічних послуг педагогу.

Результат: сформованість позитивного мотиву до іміджування вчителя, засвоєння суб'єктом мети та завдань, азів педагогічної майстерності, які необхідні для формування іміджу майбутнього педагога у професійно-педагогічній діяльності. Усвідомленість непохитного факту: сформувати імідж можна двома способами: за допомогою іміджмейкера чи сподіваючись на власні сили.

2 етап – концептуально-стратегічний.

Мета – визначення магістральної стратегії процесу іміджування, глибоке осмислення основоположних принципів явища та філософсько-концептуального апарату (Я-концепції).

Зміст: на цій стадії іміджування педагога відбувається поглиблений розгляд сутнісної спрямованості та стратегічної політики досліджуваного процесу. Провідні стратегії (позиціонування, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, деталізація, метафоризація, вербалізація, візуалізація, дистанціювання, акцентування інформації, опитування громадської думки, впровадження моделей сприйняття, нейролінгвістичне програмування та ін.) виділяють загальну лінію поведінки наставника, при цьому вона вибирається або самим педагогом, або фахівцем у галузі іміджу. Підбір стратегії походить з обмеженої кількості стратегії іміджування, адаптованих до педагогічної діяльності. Принципи іміджування не піддаються будь-яким модифікаціям, філософсько-концептуальний апарат явища розміщується в центрі імідж-будівництва, тобто стає базисом поняття.

У філософсько-концептуальну сукупність іміджування педагога входять феномени: «установка», «Я-образ», «самоконтроль», «емоційне ставлення та вплив», «ефект першого враження», «особистісна сутність наставника», «педагогічний вплив». Усвідомленням, що виховує кожного з елементів філософсько-концептуального блоку робить процес іміджування послідовним

та динамічним. умови. Вибір стратегії поведінки вчителя, вивчення та впровадження принципів іміджування, а також Я-концепції дають можливість педагогу впевнено формувати інтегрований імідж, прораховувати майбутні ходи, вчасно коригувати свій образ на ранніх етапах його створення. Необхідно виділити умови реалізації та регулювання концептуально-стратегічної програми: рольові та сюжетні ігри, факультативи, психолого-педагогічні читання, уроки філософії, присвячені Я-концепції та уроки логіки, що вивчають явища «стратегія» та принципи та ін.

Результат: визначеність у виборі стратегії, яка б не суперечила індивідуальності педагога і ситуації, що склалася, усвідомлення вчителем принципового значення побудови іміджу та повне підпорядкування наставника принципам іміджування з ретельною опрацюванням Я-концепції індивіда.

Ш етап – консультативно-технологічний.

Мета – вивчення особистісних властивостей виховання, самовизначення його всередині професійної діяльності, емпіричне використання філософсько-концептуального апарату, поєднання провідної стратегії з тактичними варіантами, засвоєння іміджевих технологій.

Зміст: системне оволодіння знаннями, вміннями та навичками професійної діяльності допомагають вчителю розкрити власні особистісні характеристики, зробити правильний та продуктивний відбір цих якостей на фундаменті розробки критеріїв та показників для наставника, намагається освоїти іміджування. Дані критерії служать для професійного самовизначення вчителя в рамках педагогічної професії.

Умови. Підкреслення мети та організації процесу іміджування сприяють виокремленню особистісних утворень та створенню різнорівневих критеріїв та показників. Для актуалізації професійних характеристик вчитель бере участь у всіх сферах життєдіяльності соціуму класу. Організація рефлексії, діалогу, полілогу, колективної творчої діяльності, ділових ігор тощо. Іміджева технологія формується за рахунок індивідуальних бесід та інтерв'ю іміджмейкер з наставником.

Результат: учитель-володар професійно-педагогічного іміджу, що вміє дати оцінку своєї поведінки у своїй професійній діяльності.

4 етап – результативно-оцінний.

Мета – коригування іміджу вчителя.

Зміст: актуалізація, зміна, просування та самоствердження іміджу вчителя. Набуття авторитету серед учнів за допомогою сформованого іміджу, рефлексія діяльності. Чи можлива побудова іміджу вчителя, який був на суперечності сутності самого наставника? Як багато часу займає конструювання іміджу одного вихователя? Чи є труднощі у побудові іміджу вчителя? Який характер вони мають?

Умови. Самовираження у справжній професійній діяльності, у позанавчальний час, на культурно-масових заходах, рефлексія ситуацій за допомогою контрольних питань (питання для самоконтролю).

Результат: компетентність та кваліфікованість майбутнього педагога, вміння рефлексувати у професійній діяльності шляхом змін у власному іміджі вчителя. Виведені етапи взаємозумовлюють та взаємовпливають один на одного. Величезну роль у становленні іміджування як процесу грає придбання так званого професіоналізму. Слід зазначити, що без становлення професіоналізму не можуть сформуватися та повністю проявитися всі компоненти іміджу: несформованої «Я-концепції», незадоволеності результатами діяльності). Індивідуально незабарвлений імідж призводить до стереотипізації, що відчують насамперед учні.

Після розгляду етапів іміджування, іміджмейкером чи самим наставником прийнято рішення оцінювати ефективність іміджування.

Ефективність іміджування визначається як адекватність змін у свідомості та соціальних діях особистості тим цілям, які ставилися в процесі її розвитку за відповідний проміжок часу. Як показують особисті спостереження, іміджування часто проводиться у двох формах: групове та індивідуальне.

Індивідуальне іміджування (у в тому числі і індивідуальний іміджмейкінг) суб'єкта йде шляхом поділу на зовнішньо спрямоване та

внутрішньо центроване. Зовнішньо спрямоване іміджування вчителя, яке проводиться професійним іміджмейкер розподіляється на дві стадії: моделювання (виявлення психотипу (здібностей, темпераменту, характеру, волі, емоції, мотивації), вибірка на базі підсумків діагностики габітарно-аксесуарних елементів, кінестетичних компонентів, загальноповедінкових особливостей, соціально-психічних компонентів, атрибутивно-середовищних особливостей і консультування (навчання способів засвоєння сегментами скоординованого іміджу та прийомів самоіміджування).

Внутрішньоцентроване іміджування, звернення до особистості вихователя та як сам процес вбирає у собі алгоритмічно збудовані шаблі: по-перше, розробка еталонного іміджу індивіда; по-друге, створення проміжної конструкції між спонтанною та ідеальною версіями іміджу педагога, пред'явлення даного іміджу цільовій аудиторії; по-третє, навчання прийомам самоіміджування та побудови сприятливого іміджевого середовища. Перша стадія внутрішньо центрованого іміджування наставника містить характеристику та доказ запиту навчального на процес іміджування, а також розробку досконалого вигляду з наявністю ментального індивіда, його антропологічних, статево-рольових, вікових, естетичних параметрів, внутрішньо-етичного, індивідуально-суб'єктного, професійного рівня розвитку, ступеня сконструйованості імідж – присутність реальних варіантів їхнього просування тощо.

Другий пункт особистісного іміджування складається з матеріалізації, що з'явилися компонентів образу їх об'єднання у навчальні простори суб'єкта, обробка нових поведінкових стереотипів, синхронної адекватності самооцінки, змін недіючих психоемоційних положень, пристосувальних станів, вербальної та невербальної комунікації, поведінкових стереотипів; вироблення стійких навичок конструктивної взаємодії, перебудову системи відносин та самовідносин; індивідуальний підбір засобів самовираження, що дозволяє розкрити внутрішній потенціал людини (наприклад, манера поведінки, одяг, зачіска, макіяж, аксесуари та інші); підвищення рівня саморегуляції,

адаптованості людини до тих, що швидко змінюються умов його життя; моделювання індивідуального стилю поведінки в різних життєвих ситуаціях; оволодіння технологією захисту іміджу в конфліктних ситуаціях і т.д., що в сукупності забезпечують гармонізацію психологічного статусу індивіда його внутрішнього світу з зовнішнім виглядом та поведінкою.

Третя стадія внутрішньо центрованого іміджування вчителя – навчання його способам самопредставлення та прийомів формування сприятливого іміджевого середовища довкола себе.

Подібне відбувається в результаті інформаційних повідомлень демонстрації різних наочностей, необхідних характеристик самоіміджування та різноманітних типів імідж-тренінгів (психотренінг, соціально-психологічний, комунікативно-мовленнєвий, операційний, інноваційно-рефлексивний, комунікативної компетентності тощо), які допомагають запам'ятовувати нові стереотипи поведінки.

Для реалізації поставлених завдань було проведено констатувальний експеримент з метою діагностики рівня сформованості професійного іміджу майбутніх учителів початкової школи.

У констатувальному експерименті було використано такі експериментальні методи дослідження, як: бесіда, анкетування, опитування, спостереження за діяльністю та поведінкою студентів, а також теоретичні методи дослідження – аналіз, порівняння, узагальнення, систематизація та статистична обробка результатів дослідження.

Отримані результати цікаві тим, що в умовах реформування системи освіти, у тому числі й вищої, можливо і уявлення про особу викладача закладу вищої освіти трансформуватимуться та відрізнятимуться від тих результатів, які були отримані у відносно спокійні від реформ періоди.

Метою нашого дослідження було виявлення особливостей сприйняття особистості викладача, які є значущими для студентів закладу освіти.

Емпірична частина роботи проводилася на кафедрі дошкільної та початкової освіти, педагогіки та психології освітньої діяльності ЗНУ. На різних

етапах дослідження в ньому брали участь 162 студенти та 20 викладачів. Загальний обсяг вибірки становив 182 особи, з них:

- викладачі ЗВО – 20 осіб, з них 3 чоловіки та 17 жінок, віком від 28 до 55 років, стаж роботи від 1 до 25 років;
- студенти бакалаврату та магістратури денної форми навчання:
 - 1-й курс – 35 студентів, всі дівчата віком 17-18 років;
 - 2-й курс – 30 студентів, віком 18-20 років;
 - 3-й курс – 21 студент, у віці 19-36 років;
 - 4-й курс – 20 студентів, віком від 21 до 48 років;
- магістранти 1-го курсу – 26 осіб віком від 24 до 40 років, з них 12 чоловіків та 14 жінок.

Завдання, методи та процедура дослідження.

Основні завдання дослідження:

- 1) виявити уявлення студентів про особливості особистості викладача;
- 2) виявити особливості образу педагога вищої школи у сприйнятті студентів;
- 3) виявити динаміку показників образу педагога вищої школи в оцінках студентів на різних етапах навчання.

Першим етапом нашого експерименту було визначення рівня розуміння студентами поняття «педагогічний імідж» а також усвідомлення його значення в майбутній професійній діяльності (додаток А). З цією метою нами було проведено опитування, бланк якого складався з таких запитань:

1. Як ви розумієте поняття «професійний імідж педагога?»
2. Що, на вашу думку, включає це поняття?
3. Чи є для вас важливим позитивний імідж для професійної діяльності викладача? Поясніть свою відповідь.
4. Чи вважаєте ви, що молоді педагоги викладають цікавіше, ніж викладачі старшого віку?
5. Як ви вважаєте, чи може людина з посередніми навичками публічних виступів бути хорошим викладачем

6. Чи впливає невербальний імідж викладача (жести, міміка тощо) на ваше сприйняття його/її?

8. Чи впливають чутки та «легенди», які Ви чуєте від студентів старших курсів на ваше ставлення до викладачів?

9. Чи згодні ви з твердженням «Викладач-професіонал – це ерудована людина з добре розвиненим почуттям гумору»?

9. Чи вважаєте ви, що стосунки між викладачами та студентами повинні бути демократичними і максимально рівними?

Виявлення особливостей особистості педагога проводилося за допомогою контент-аналізу есе студентів «Ідеальний образ майбутнього учителя початкових класів», яке їм було запропоновано написати та ранжуванням сукупності якостей, зазначених у творах (додаток Б).

Есе потрібно було написати за таким планом:

1. Професійні характеристики ідеального викладача.
2. Соціальні показники.
3. Індивідуальні особливості.

Для вивчення уявлень студентів про викладачів нами використовувалася анкета «Ранжування якостей ідеального педагога» (автор І. Єгоров). З метою ранжування необхідно було оцінити за даною шкалою наявність у викладача якості, яка представлена у наведеному нижче списку: «+3» означає сильний ступінь вираженості якості; «-3» означає наявність якості, протилежної, представленої у списку; проміжні бали означають континіум виразності якостей.

Досліджувані якості: цілеспрямований; мужній; дружний; загартований; ентузіаст; доброзичливий; новатор; привабливий; моральний; оригінальний; працьовитий; самовдоволений; елегантний; елітарний; раціональний; стриманий; розумний; акуратний; організований; громадський діяч; веселий; товариський; щасливий; активний; спортивний; практичний; діловий; перспективний; зрілий; наївний; ерудований; гордий; складний; цікавий; дотепний.

Динаміка показників іміджу педагога в оцінках студентів на різних етапах навчання нами вивчалася за допомогою методики А. Реана та Я. Коломінського.

Методи, що використовуються в даному дослідженні для вивчення уявлень студентів про особистість педагога, зазначені у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Методи дослідження уявлень студентів про імідж майбутнього учителя
початкових класів

№	Метод	Викладачі	Студенти
1.	Аналіз документів	+	-
2.	Анкета-опитувальник	-	+
3.	Есе	-	+
4.	Анкета «Ранжування якостей педагога»	-	+
5.	Методика А. Реана та Я. Коломінського	+	-

Розроблений психологічний інструментарій дозволив нам ефективно використовувати методичні засоби та психодіагностичні методики для вивчення особливостей іміджу педагога та обґрунтувати критерії його оцінки.

Опис та аналіз результатів дослідження

Нижче наведені результати емпіричного дослідження демонструють змістовну наповненість образу педагога в уявленнях студентів. Нижче наведено яскраві приклади відповідей.

Так, студентка 5-го курсу заочної форми навчання спеціальності 013 Початкова освіта в анкеті-опитувальнику написала: «Педагогічний імідж – це внутрішній світ педагога, який він переносить на свою поведінку, спосіб життя, манеру спілкування, стосунки з людьми, стиль одягу».

Думка студентів 4-го курсу з приводу образу викладача була виражена

такими словами: «Педагогічний імідж – це сукупність внутрішніх. та зовнішніх якостей, звичок, думок людини», «Кожен педагог має свій образ, він – індивідуальний, але включає загальне: манеру спілкуватися, стиль мови, стиль одягу», «Образ педагога – це його уявлення в очах дітей».

Відповідь студентки 3-го курсу виглядала так: «Педагог, що стоїть біля дошки, повинен мати свій образ, частково створений самостійно, який частково несе педагогічну професію, але обов'язково розуміє і приймає учнів».

Студенти 2-го та 1-го курсів відповіли: «Бажано, щоб образ вчителя був позитивним: доброзичливим, справедливим і чуйним».

Аналіз анкет показав, що педагогічний образ в уявленнях студентів відбиває соціальні очікування стосовно образу педагога, його здатність до суб'єкт-суб'єктної взаємодії у освітньому процесі. Студенти включили до ключових складових педагогічного образу такі якості, як: справедливість, чуйність, високий інтелект, спрямованість на партнерські відносини, товариськість, вміння слухати, відповідальність, емпатія, порядність, а також чарівність, гарні манери, акуратність.

Виявлення особливостей уявлень про педагога вищої школи ми, як вже говорилося, проводили за допомогою контент-аналізу міні-творів студентів «Ідеальний образ учителя початкових класів» та ранжуванням сукупності якостей, які є важливими з точки зору досліджуваної проблеми.

Під час проведеного аналізу міні-творів були виявлені значні відмінності в уявленнях про ідеального педагога у студентів 1-го та 4-го курсів, а також схожість показників образу педагога в уявленнях студентів 1-го курсу бакалаврату та 1-го курсу магістратури.

Першокурсники-бакалаври та магістранти вказували у творах значно менше характеристик, ніж студенти старших курсів, у яких образ вчителя був більш диференційований та складний. Загалом можна сказати, що студенти старших курсів більш вимогливі до викладача, вони вище цінують у нього вміння зацікавити предметом, спрямованість на партнерські відносини, сучасні методи подання матеріалу, приведення прикладів із життя (пов'язані з

матеріалом), комунікабельність та почуття гумору.

Наведемо яскраві приклади із студентських творів:

Студентка 1-го курсу у своєму есе пише: «Ідеальний педагог – це добра, справедлива і порядна людина, професіонал своєї справи, можна сказати, фанатик свого предмета, знає його досконало та вимагає того ж від студентів».

Студент 2-го курсу у есе вказує: «Ідеальний педагог – це стильний вчитель, знає свій предмет, приємний у спілкуванні, на його заняттях є логіка, доступний виклад матеріалу. Зрозуміло, що він вимогливий до своїх учнів».

Третьокурсник у есе зазначив, що ідеальний педагог – це «педагог з цікавою зовнішністю, що вміє зацікавити предметом, який розуміє і повністю приймає дітей, використовує актуальний навчальний матеріал та цікаво викладає».

Студенти 4-го курсу у есе написали: «Ідеальний викладач – це педагог зі своїм стилем, бажано класичним, акуратний, веселий, спортивний, який добре знає, про що говорить, відповідає за свої слова, лояльний, налаштований на партнерство, не має і натяку на авторитарність»; «Ідеальний педагог інтелігентний, тактовний, бачить у студенті особистість, а не здирника позитивної оцінки».

Магістрант 1-го курсу у есе підкреслив: «Ідеальний педагог будує з студентом партнерські відносини, він комунікабельний, тактовний, організований, доброзичливий, цікавий, має свій стиль в одязі та у зовнішності в цілому».

У ході дослідження ми виявили дуже цікавий факт: першокурсники бакалаври та магістранти 1-го курсу виділили схожі уявлення про особу сучасного педагога. Вони надають більше значення зовнішньому вигляду та суворості. Порівняно близькі позиції у всіх студентів в оцінці вікового діапазону (вік ідеального педагога 35-50 років), лояльності, інтелігентності та знань у вчителя практично збіглися думки щодо елегантності та наявності певного стилю у вчителя початкових класів.

Таким чином, у студентів кожного курсу є диференційовані показники

образу викладача, що впливають на оцінку педагогів.

Для уточнення даних ми використовували анкету, складену за методикою ранжування якостей педагога. Студентам було запропоновано оцінити запропонованою шкалою ступінь виразності у педагога вищої школи якостей, зазначених у списку, що додається до анкети.

Динаміка показників образу учителя початкових класів та педагога в оцінках студентів на різних етапах навчання нами вивчалася за допомогою методики А. Реана та Я. Коломінського.

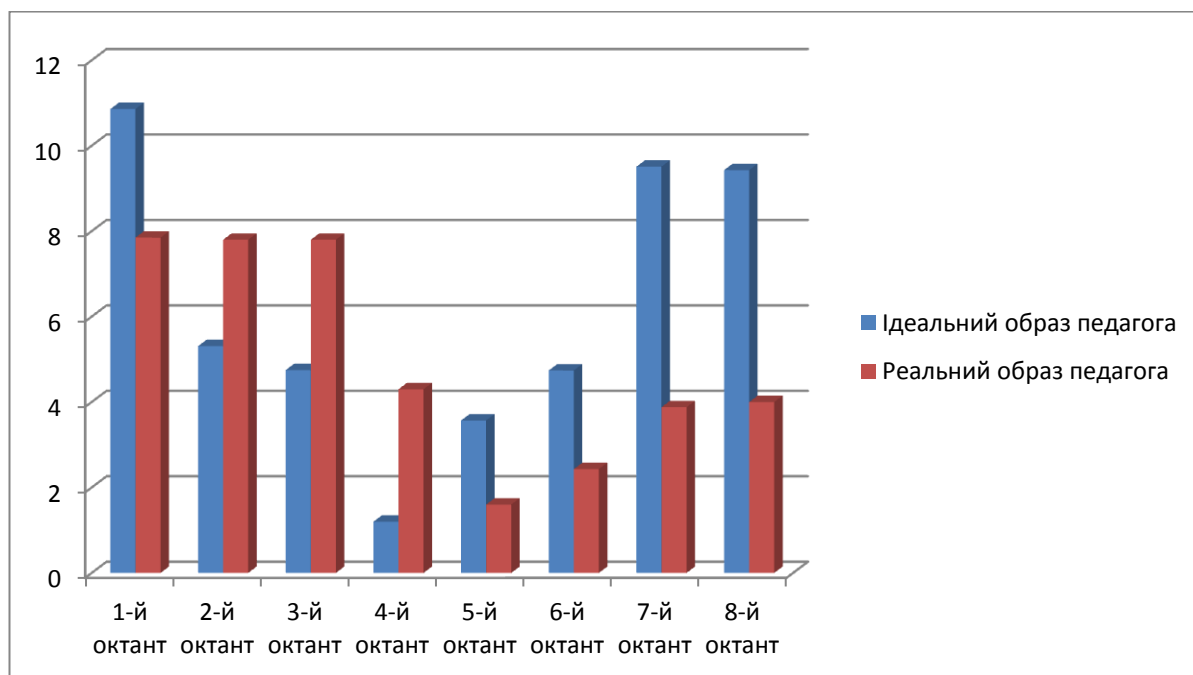


Рисунок 2.1. Динаміка показників образу педагога в оцінках студентів на різних етапах навчання

Як видно з гістограми 2.1., три показники уявлення про ідеального педагога у першокурсників перебувають у зоні дезадаптивного варіанта розвитку відносин студента та педагога. Рівень адаптивності сприйняття від 8,00 і вище говорить про дезадаптацію у міжособистісних відносинах. У поданні студентів 1-го курсу ідеальний педагог володіє такими особистими якостями, що не поєднуються, такі як: владність, можливо деспотичність, бажання подобатися всім без винятку, при цьому готовий допомогти навіть на шкоду своїм інтересам.

Студенти першого курсу представляють та бачать реального педагога як людину, який покладається в основному на свою думку, самовпевнену та вимогливу і у нього майже всі показники знаходяться в зоні адаптивного розвитку відносин зі студентами.

Як же так виходить, що уявлення про ідеального педагога, на думку студентів 1-го курсу, значно гірше за уявлення про реального педагога з погляду адаптації? Це можна пояснити лише тим, що колишні школярі не мають достатньої інформації про освітян університету і тому уявлення про них ще не сформовано.

Також ми провели оцінку за модулем, що дозволило говорити про наближеність або віддаленість подання у студентів та викладачів про ідеальному педагога від їхнього уявлення про реального педагога. Результати подані у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Відхилення від уявлень образу ідеального педагога від реального педагога по модулю

Назва октанта	1 курс	2 курс	3 курс	4 курс	Магістри	Викладачі	Середнє значення
Авторитарність	3,20	1,17	0,71	0,50	0,75	2,14	0,81
Егоїстичність	2,37	1,17	0,38	1,15	1,25	0,43	0,74
Агресивність	2,28	0,34	0,05	0,45	0,00	0,86	0,51
Підозрілість	3,66	3,66	1,24	1,15	3,50	0,43	1,54
Конформізм	1,97	0,60	0,34	0,70	0,00	0,72	0,45
Залежність	2,31	0,90	0,29	0,60	0,25	0,57	0,66
Товариськість	5,65	3,73	1,00	2,00	0,75	0,43	2,41
Альтруїстичність	5,43	4,13	2,14	2,70	1,50	0,14	2,71

Аналіз таблиці 2.3 показує значне відхилення уявлення про реального педагога від уявлення про ідеального педагога у студентів 1-го курсу майже за всіма параметрами, особливо за такими як лідерство, скептицизм, добросердя

та чуйність. У педагогів значне відхилення лише за одним параметром – лідерство.

У магістрантів теж лише один параметр показує значне відхилення уявлення про реального педагога закладу вищої освіти від уявлення про ідеального педагога закладу вищої освіти – це скептицизм. Результати подані у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Відхилення від уявлень образу ідеального педагога від реального педагога, враховуючи знаки

Назва октанта	1 курс	2 курс	3 курс	4 курс	Магістри	Викладачі	Середнє значення
Авторитарність	-3,20	-1,17	-0,71	-0,50	0,75	2,14	-0,81
Егоїстичність	2,37	1,17	-0,38	1,15	1,25	-0,43	0,74
Агресивність	2,28	0,34	0,05	-0,45	0,00	-0,86	0,51
Підозрілість	3,66	3,66	1,24	1,15	3,50	0,43	1,54
Конформізм	-1,97	-0,60	0,34	-0,70	0,00	0,72	-0,45
Залежність	2,31	-0,90	0,29	-0,60	-0,25	0,57	-0,66
Товариськість	-5,65	-3,73	-1,00	-2,00	-0,75	-0,43	-2,41
Альтруїстичність	-5,43	-4,13	-2,14	-2,70	-1,5	0,14	-2,71

Аналіз таблиці 2.4 дозволяє побачити тенденції розвитку іміджу педагога у суб'єктів освітнього процесу, визначити прагнення підвищення чи зниження рівня розвитку тих чи інших якостей у реальних педагогів закладу вищої освіти. Студенти 1-го курсу і самі педагоги вважають, що у реального педагога вишу недостатньо розвинений такий параметр, як «лідерство». Вони реального педагога вишу більш владним, ніж є насправді. У педагогів є бажання розвинути цю якість, наблизивши себе до «ідеального» образу педагога. У свою чергу студенти 1-го курсу хочуть бачити більш владного та авторитарного педагога вишу. Ця тенденція видається нам більш негативною, ніж

ПОЗИТИВНОЮ.

Таким чином, в результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки. Студенти 1-го та 2-курсів, а також магістранти наповнюють образ реального педагога такими якостями, як: упертість та негативізм, причому вважають, що вони виражені більш ніж достатньо. Ці студенти хочуть бачити більш відкритого та менш підозрілого педагога.

На думку студентів 1-го та 2-го курсів, реальний педагог ЗВО надмірно доброзичливий і чуйний, виявляє зайву турботу і навіть співчуття.

Можливо, студенти вважають це виявом слабкості чи непрофесійності, бо не звикли до такого звернення. Вони хочуть бачити більше черствого та жорсткого педагога та наділяють імідж «ідеального» педагога дезадапційними якостями: конформізм, нав'язливість, альтруїзм.

Все це говорить про те, що студенти проходять перший етап соціалізації – адаптацію, яка розтягнулася на перші два курси навчання у закладі вищої освіти. Вже з 3-го курсу їх уявлення про реального та ідеального педагога не мають таких значних відмінностей і перебувають у сфері адаптивного розвитку взаємовідносин суб'єктів освітнього процесу. Таким чином, підтверджується припущення, що у студентів у процесі навчання у закладі вищої освіти оцінка уявлень та складових образу викладача зазнає певних змін і піддається динаміці.

Узагальнений образ педагога 3 може бути визначений трьома основними блоками.

Перший блок – індивідуально-особистісний, що характеризує викладача як особистість: лояльність, душевність, доброта, щирість, доброзичливість, зовнішня привабливість, справедливість, почуття гумору, емпатія, комунікабельність, чарівність, елегантність, дотепність.

Другий блок – професійний, що характеризує його педагогічну діяльність незалежно від виду та рівня її складності: любов до роботи, ілюстративні приклади «з життя», ерудованість, авторитет, новаторство.

Третій блок – соціальний, що характеризує комунікативні якості педагога,

взаємодія з учасниками освітнього процесу: партнерські відносини, культура мови, інтелігентність, емоційна стабільність, зрілість.

Отже, ми дійшли висновку, що у процесі навчання студентів у закладі вищої освіти представлення та складові образу педагога зазнають певних змін. У студентів кожного курсу є диференційовані показники образу викладача, що впливають на оцінку іміджу педагога.

2.2. Рекомендації щодо формування професійного іміджу майбутніх учителів початкових класів

Успішність виховання майбутніх вчителів початкової школи справжніх професіоналів, формування в них всіх структурних компонентів позитивного іміджу вчителя залежить, в першу чергу, від викладачів, які будуть здійснювати цю діяльність

Кожна професія вимагає набору здібностей, проявів почуттів та думок. Професія педагога далеко не виняток. Знаючи складові іміджу, можна розробити рекомендації щодо формування професійного іміджу педагога.

Формування іміджу педагога – завдання не таке просте, як може здатися на перший погляд. Насамперед слід звернути увагу на одяг. У манері одягатися виражається одне з ключових правил: добре виглядати – значить виявляти повагу до інших людей, а саме дітей, які найчастіше рівняються на дорослих. Перша з вимог до зовнішнього вигляду педагога – ретельна продуманість, сучасність та акуратність. Одяг повинен бути не тільки зручним, а й відповідати віку, особливостям фігури, пори року. Не допускається м'ятий або рваний одяг, брудне взуття [34].

Прикрас має бути мінімальна кількість, вони не повинні бути яскравими та помітними, якщо вчитель не хоче, щоб протягом усього уроку учні уважно вивчали її нове кольє, замість того, щоб навчатися. Так, чудово підійдуть намисто з невеликих перлів середньої довжини, тонкі кільця, невеликі сережки.

Типовими деталями переваги є окуляри, що доповнюють образ, роблячи його суворішим.

Вчитель може коригувати свій імідж, покращити його, змінюючи свої кольори в одязі. Загально прийнято, що чорний, білий та сірий кольори піднімають статус особистості в очах оточуючих. А яскрава кольорова гама привертає увагу учнів лише до зовнішнього вигляду вчителя. Блузки та сорочки можуть бути ніжних пастельних тонів. Переважними кольорами ділового одягу як жінок, так і чоловіків вважаються: сірий, чорний, коричневий, бежевий, темно-синій, темно-бордовий кольори. Краще уникати люрексу, шкіри, блискіток, штучних матеріалів. Тоді увага буде сконцентрована саме на вивченні матеріалу. Правильний вибір кольорової гама одягу педагога може допомогти знайти порозуміння з учнями та колегами по роботі.

Макіяж стає основою у доповненні індивідуального образу людини, він відкриває естетичну красу, гармонійне поєднання, витонченість та досконалість. Зачіска педагога має бути зручною та акуратною, а макіяж – помірний.

Пантоміміка є рухом тіла, рук, ніг. Красива і виразна постава педагога, пряма хода і зібраність свідчать про впевненість педагога в собі, свої сили та знання.

Нижче наведено низку вимог до пантоміміки педагога:

- Хода педагога має бути легка, пружна, ритмічна, а рухи гнучкі, розмірені, невимушені;
- Постава пряма, характерні підтягнутість та зібраність, вміння сидіти за столом прямо та вільно;
- Поза відкрита (без схрещених чи складених рук на грудях, схрещених ніг), витончена та проста, обличчям до дітей;
- Жести педагога доречні, органічні, природні, без різких помахів та гострих кутів, без нервозності та метушливості;
- Відсутність скутості та поганих звичок також є важливими показниками впевненості педагога. Ходіння вздовж дошки, похитування на

стілці, жестикуляція предметами, чухання голови, носа чи вух – поганий тон;

- Рекомендуються рухи вперед і назад класом, а не в сторони. Крок допомагає зосередити увагу аудиторії.

Міміка – виразні рухи м’язів особи, які є однією з форм вияву тих чи інших почуттів людини. Ця поведінкова сфера відрізняється ще вищим інформаційно-виразним рівнем впливу. Міміка тісно взаємодіє із промовою викладача. Разом з тим вона може використовуватися педагогом і автономно, без будь-якого словесного супроводу. Міміка має відрізнятися відкритістю до всього світу та дітей так, щоб педагог не був «страшним» для дитини. Позитивність міміки забезпечує схильність до спілкування, що є важливою рисою, що відкриває дитині дорогу до педагога за допомогою, порадою, розмовою, питанням чи добрим словом. Виразні деталі міміки – брови, очі, посмішка. Візуальний контакт є технікою, яку потрібно свідомо розвивати. Потрібно виробляти вміння тримати у зору всіх учнів [11].

Комунікативна поведінка педагога – це процес говоріння, передачі, організація мови і відповідної їй мовної поведінки вихователя, які впливають створення емоційно-психологічної атмосфери спілкування вихователя і вихованців, характер відносин з-поміж них, стиль їх роботи. Важливо, як і що каже вчитель, чи здатний він своїми словами налаштувати дітей на навчання. Саморегуляція мови, тобто здатність вчителя керувати гучністю голосу, темпоритмічною характеристикою. Як відомо, інформаційний аспект мови педагога ще не виступає як передача знань. Важливо й те, як звучатиме змістовна мова. Значення цієї вимоги посилюється від того, як сприймають інформацію молодші школярі.

Соціально-педагогічні умови ефективності мови вчителя:

- усвідомлення педагогічного завдання та мети мовного спілкування;
- дотримання закону риторики – якість мови визначається якістю та кількістю думки в ній на одиницю зайнятого місця та часу;
- авторитетність вчителя;
- емоційне забарвлення ситуації;

- позитивний характер взаємовідносин із вихованцями;
- виразність – образність, яскравість, емоційність;
- переконаність та аргументованість;
- новизна ідей та думок;
- загальна мовна культура. Культура мови педагога полягає насамперед у нормативному використанні слів та мовленнєвих оборотів, нормативній побудові мови та її фонетичному відтворенні;

- має тон мови;
- адекватність міміки, жестів, супутніх промови.

Існують такі компоненти мовних здібностей:

- багатство лексики;
- гарна вербальна пам'ять;
- правильний відбір мовних засобів;
- логічна побудова та виклад висловлювання;
- вміння орієнтувати промову на співрозмовника. «Недостатньо, щоб твої слова були сказані до місця, треба, щоб вони були звернені до людей», – пише С. Лец;

- високий рівень антиципації (передбачення впливу мови на слухачів у цьому контексті).

Дуже важливо, щоб слухачі, звертали увагу на педагога. Як керувати увагою слухачів? Ось основні моменти, на які слід звертати увагу:

- зміст промови має відповідати інтересам та установкам аудиторії;
- наявність проблемної чи конфліктної ситуації у висловлюванні (різні погляди);
- яскрава аргументація;
- повторення найважливіших думок для запам'ятовування та узагальнення;
- інтонаційне підкреслення окремих моментів мовлення;
- динамічність мови;
- тривалість мови повинна відповідати віковим, психологічним,

інтелектуальним та загальнокультурним можливостям слухачів;

- вміння поставити себе на місце слухачів;
- наявність зорового контакту;
- ретельне відпрацювання тексту у вільному мовному оформленні;
- мовленнєве рефлексування.

Прийоми відновлення або посилення уваги: голосові прийоми, паузи, жести та рухи, питання (риторичні та прямі, що потребують відповіді), звернення до аудиторії, елементи діалогу та дискусії, несподіване переривання мови та повернення до думки, наочні засоби, гумор.

У комунікативному спілкуванні педагога значною умовою його успішності є вміння слухати.

Про те, що вчителі в переважній більшості не вміють слухати інших, свідчить, зокрема, такий факт, коли дітям пропонують намалювати вчителя, вони здебільшого малюють голову, що говорить, без вух. «Два вуха та одна мова нам дано для того, щоб більше слухати і менше говорити», – вважав давньогрецький філософ Зенон з Кітіона.

При виборі тактики спілкування з вихованцями слід зважати на різноманітність проявів особистісних характеристик вихованців як співрозмовників. Наприклад:

1. З доміантною людиною, наполегливою, яка вміє приймати рішення і брати на себе відповідальність, доцільно триматися спокійно, намагаючись даремно не перебивати і не провокувати на агресію, але свою думку висловлювати твердо і переконливо.

2. Недоміантного співрозмовника, делікатного, поступливого, що легко губиться, корисно частіше підбадьорювати, зацікавлено вислуховувати, підтримувати у правильних висновках.

3. Мобільну у спілкуванні людину, рухливу, яка легко перескакує з теми на тему, нерідко експресивну, необхідно тактовно підтримувати, повертаючи до теми розмови.

4. Ригідного (що не виносить критику на свою адресу), повільного, що не

встигає за зміною тим, не квапити, давати можливість до кінця висловитися. Принципово протилежного підходу очікують товариські, активні екстраверти і, як правило, не дуже балакучі, самопоглиблені інтроверти [66].

Важливими у педагогічній взаємодії є елементи жарту, гумору, легкої іронії. «Розмова – це будинок, який будують спільними зусиллями», – писав А. Моруа. Мова вчителя та супроводжуючі її невербальні способи спілкування надають сильний вплив на вихованців, батьків та інших людей, з якими спілкується вчитель.

Врахування даних рекомендацій забезпечить повноцінну і якісну реалізацію всіх етапів на шляху до створення позитивного іміджу майбутніх вчителів початкової школи. В поєднанні з теоретичними знаннями в галузі педагогічної іміджелогії, теорії виховання та новітніх технологій навчання у ЗВО вони забезпечать готовність викладача до підготовки майбутніх спеціалістів високого рівня до професійно-педагогічної діяльності у нових соціокультурних умовах, що визначається комплексом внутрішніх та зовнішніх якостей особистості, його індивідуальним іміджем, сформованими в процесі психолого-педагогічної підготовки до викладацької роботи у ЗВО, навичками використовувати інструментарій побудови власного позитивного образу. Окрім того, індивідуальний імідж фахівця, що враховує специфіку його роботи, є одним із шляхів гуманізації освіти та підвищення ефективності педагогічної діяльності.

ВИСНОВКИ

У магістерському дослідженні здійснено теоретичне узагальнення та практичне розв'язання актуальної проблеми формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх вчителів початкових класів, що полягало в науковому обґрунтуванні та експериментальній перевірці педагогічних умов, які забезпечують ефективність досліджуваного процесу. Результати пошуку підтвердили провідні положення наукового задуму й дали можливість сформулювати висновки адекватно поставленим завданням.

Проведений теоретичний аналіз наукової літератури дозволив сформулювати поняття «професійний імідж учителя початкових класів», виявити специфіку його діяльності, визначити вимоги до професійної підготовки. Ми дотримуємось думки, що професійний імідж учителя початкових класів – це інтегрована якість особистості, що об'єднує в собі систему культурологічних, психологічних, педагогічних знань, умінь і навичок учителя, його особлива здатність до синтезу чарівливості та духовності, що сприяють професійному та особистісному розвитку.

Визначено структурні компоненти професійного іміджу майбутнього вчителя початкової школи: процесуальний, зовнішній і внутрішній компоненти. Процесуальний – професійна культура особистості. Зовнішній – міміка, жести, тембр, сила голосу, одяг, манери, хода. Внутрішній – психіка людини, її духовний і моральний потенціал, цінності, потреби, інтереси, установки.

Проаналізувавши підходи вітчизняних та зарубіжних науковців щодо визначення складових іміджу педагога, можна зробити висновок, що, незважаючи на певні відмінності у назвах та деталізації складових, автори підкреслюють важливість таких компонентів професійного іміджу, як зовнішній вигляд, навички професійного спілкування, володіння вербальними та невербальними засобами, професійна компетентність, індивідуальні соціально-психологічні характеристики тощо.

Констатувальний етап експериментальної роботи засвідчив переважно низький і середній рівні сформованості педагогічного явища за всіма показниками означених критеріїв, що підтвердило необхідність розробки та запровадження у підготовку майбутніх вчителів початкової школи педагогічних умов формування професійного іміджу.

Отже, професійний імідж – складне психолого-педагогічне явище, а тому в перспективі вимагає докладних досліджень, як особистісний феномен, і як явище створення колективного образу.

Без сумніву, сучасний вчитель початкових класів має бути високоморальною людиною, доступною і щирою у педагогічному спілкуванні, доброзичливою, тактовною та толерантною. Без прагнення до постійного самовдосконалення (усвідомлення своїх недоліків й уміння їх виправити, здатність до самоконтролю, побудова проблеми дій із самовиховання), педагог не може характеризуватися як носій високої професійної культури і має право учити доти, поки учиться сам – це заповідь повинна стати професійним кредо сучасного фахівця. Дослідження не претендує на повноту й вичерпність вивчення теоретичних і методичних аспектів формування професійного іміджу в майбутніх вчителів початкових класів .

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрущенко В. Вчитель XXI століття : нова стратегія національного педагогічного університету. *Вища освіта України*. 2016. № 4. С.5–12.
2. Атаманська К. І. Педагогічні умови формування професійного іміджу майбутнього соціального педагога. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2014. № 4. С. 196–202.
3. Барна Н. В., Уланова С. І. Естетика іміджмейкінгу : монографія. Київ : Слово, 2012. 176 с.
4. Беленька Г. В. Формування професійної компетентності сучасного вихователя дошкільного навчального закладу : монографія. Київ : Університет, 2011. 320 с.
5. Болсун С. А. Професійний імідж керівника навчального закладу. *Менеджмент*. 2013. № 7-9. С. 379–381.
6. Бондаренко В. І. Теоретичні і методичні засади формування іміджу майбутнього вчителя технологій у системі виховної роботи педагогічного університету : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.07. Київ, 2016. 489 с.
7. Бутенко Н. Формування і презентація іміджу викладача як складова його професійно-педагогічної культури та запорука ефективної діяльності. *Вісник Львівського університету*. 2005. Вип. 19. С. 96–103.
8. Власова О. І. Педагогічна психологія : навч. посіб. Київ : Либідь, 2005. 400 с.
9. Волкова Н. П. Педагогіка : посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Академія, 2001. 576 с.
10. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник. Київ : Либідь, 1997. 374 с.
11. Горovenko О. А. Формування особистісно-професійного іміджу вчителя засобами самопрезентації. Харків : Основа, 2013. 112 с.
12. Грейліх О. Психологія формування іміджу викладача вищого

навчального закладу. *Гуманітарний вісник Державного вищого навчального закладу «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»*. 2010. Вип. 19. С.294–299.

13. Гузій Н. В. Педагогічний імідж і професійна культура вчителя. *Творча особистість вчителя : проблеми теорії і практики*. 1997. № 2. С. 21.

14. Джефкінс Ф. Реклама. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/290-reklama-djefkns-f.html> (дата звернення 21.06.2023).

15. Жарикова Л. Й. Формування професійного іміджу сучасного педагога. *PR у освіті*. 2005. № 4. С. 90–94.

16. Жорова І. Я. Розвиток професіоналізму педагога в контексті парадигм післядипломної освіти початку ХХІ століття. *Педагогічний альманах*. 2011. Вип. 10. С. 290–294.

17. Занюк С. С. Психологія мотивації : навчальний посібник. Київ : Либідь, 2002. 304 с.

18. Капустюк О. М. Самопрезентація як засіб створення позитивного іміджу особистості : автореф. дис. ... к. психол. наук : 19.00.05. Київ, 2007. 21 с.

19. Карамушка Л. М. Психологія освітнього менеджменту : навч. посіб. Київ : Либідь, 2001. 424 с.

20. Ковалів Ж. В. Іміджологія сучасного менеджера : навч. посіб. Одеса : СВД М. П. Черкасов, 2008. 104 с.

21. Коркішко А. В. Педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх магістрів педагогіки вищої школи : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Слов'янськ, 2018. 357 с.

22. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика : підручник. Київ : Скарби, 2001. 265 с.

23. Кривоносов А. Д. Жанри PR-тексту : навч. посіб. Київ : Лабораторія оперативного друку ф-ту журналістики КНУ, 2001. 421 с.

24. Ладанов І. Д. Практичний менеджмент. Київ : Вища школа, 2005. 491 с.

25. Лисікова О. В. Іміджологія та паблік рілейшнз в соціокультурній

сфері : навч посіб. Київ : Вища школа, 2006. 168 с.

26. Лугова І. М. Психологічний аспект формування іміджу викладача ВНЗ. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/4462> (дата звернення 29.09.2023).

27. Лугова В. М., Чумак Г. В. Формування професійного іміджу викладача в закладах вищої освіти. *Адаптивне управління: теорія і практика*. Випуск 6 (11), 2019. С. 5–7.

28. Марєєва Т. В. Підготовка майбутніх вихователів дошкільних навчальних закладів до створення позитивного професійного іміджу : автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Глухів, 2017. 26 с.

29. Маркова А. К. Психологія професіоналізму. Київ : Либідь, 1996. 308 с.

30. Мармаза О. І. Менеджмент в освіті : дорожня карта керівника. Харків : Основа, 2007. 448 с.

31. Мачинська Н. І. Педагогічна освіта магістрантів вищих навчальних закладів непедагогічного профілю : монографія. Львів : ЛьвДУВС, 2013. 416 с.

32. Мойсеюк Н. Є. Педагогіка : навч. посіб. Київ : Вища школа, 2003. 615 с.

33. Нагорна Н. Імідж педагога – вимога сучасності. *Імідж сучасного педагога*, 2009. № 2-3. С. 3–6.

34. Навроцька М. М. Імідж педагога в освітньому просторі. *Таврійський вісник освіти*. 2014. Вип. №1 (1). С.8–12.

35. Навроцька М. М. Розвиток професійного іміджу педагога в системі післядипломної педагогічної освіти : дис. канд. пед. наук: 13.00.04. Тернопіль, 2019. 250 с.

36. Національна доктрина розвитку освіти України у XXI столітті : указ Президента України від 17.04.2002 р. № 347/2002. URL: <http://tyachiv.osv.org.ua/nacionalna-doktrina-rozvitku-osviti-14-19-44-26-09-2018/> (дата звернення 22.08.2023).

37. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/>

ukrainska-shkola-compressed.pdf (дата звернення 10.08.2023).

38. Нова українська школа : poradnik dla vchitelja / під заг. ред. Н. М. Бібік. Київ : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2017. 206 с.

39. Павлова С. П. Імідж учителя як компонент культури педагогічної діяльності. *Класному керівнику*. 2010. № 9 (21). С. 35–37.

40. Палеха Ю. І. Іміджелогія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Видавництво Європейського університету, 2004. 323 с.

41. Писарчук О. Т. Формування іміджу вчителя початкової школи в умовах освітньо-розвивального середовища. *Педагогічний альманах: збірник наукових праць*. Херсон : Херсонська академія неперервної освіти, 2018. Вип. 40. С. 134–141.

42. Педагогіка вищої школи : навч. посіб. / за заг. ред. З. Н. Курлянд, А. В. Семенової. Київ : Знання, 2007. 495 с.

43. Педагогічна творчість і майстерність : хрестоматія / за заг. ред. Н. В. Гузій. Київ : ІЗНМ, 2000. 168 с.

44. Педагогічний словник / за заг. ред. М. Д. Ярмаченка. Київ : Педагогічна думка, 2001. 514 с.

45. Петровська Т. Соціально психологічні складові іміджу спортивного тренера як суб'єкта спортивної діяльності. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. 2016. Вип. 4. С. 74–77.

46. Пехота О. М. Освітні технології : навч.-метод. посібник. Київ : А.С.К., 2001. 256 с.

47. Подоляк Л. Г. Психологія вищої школи : підручник. Київ : Каравела, 2008. 352 с.

48. Попова Л. Імідж сучасного педагога. *Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід*. 2008. № 3. С. 41–42.

49. Психологічний словник / уклад. В. В. Синявський, О. П. Сергєєнкова. URL : https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/5980/3/O_Serhieienkova_IL.pdf (дата звернення 24.09.2023).

50. Размолодчикова І. В. Імідж учителя початкових класів як педагогічна

проблема. *Засоби навчальної та науково-дослідної роботи*. 2010. Вип. 33. С. 125–130.

51. Размолодчикова І. В. Формування професійного іміджу вчителя початкових класів у процесі вивчення фахових дисциплін : автореф. дис. канд. пед. наук : 13.00.04. Кіровоград, 2011. 20 с.

52. Рудницька О. П. Педагогіка загальна та мистецька : навч. посібник. Київ: Інтерпроф, 2002. 270 с.

53. Савченко Н. Професійний імідж викладача як складова його педагогічної майстерності. *Проблеми підготовки сучасного вчителя*. 2018. №17. С. 91–96.

54. Сербенська О. А. Культура усного мовлення : практикум : навч. посібник. Львів, 2003. 212 с.

55. Скорик Ю. М. Імідж педагога як формуючий чинник стійкості до професійного вигорання майбутніх викладачів вищої школи. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2014. Вип. 4. С. 144–147.

56. Слободиська О. А. Імідж викладача як педагогічна компетентність. *Адаптивне управління: теорія і практика*. Київ : Гнозис, 2016. С. 221–228.

57. Соціологічна енциклопедія. URL: <https://academia-ps.com.ua/product/161>(дата звернення 24.09.2023).

58. Тарасенко Н. А. Формування особистостого іміджу педагога : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01. Тернопіль, 2002. 173 с.

59. Тимошенко В. В. Педагогічний імідж викладача ВНЗ як частина професійної компетенції. *Духовність особистості : методологія, теорія і практика*. 2016. Вип. 2. С. 196–200.

60. Технологія формування іміджу вчителя. *Завуч*. 2012. № 22 (496), С. 25–27.

61. Хуртенко О. В. Структура професійного іміджу молодого педагога та фактори, що впливають на його формування. *Проблеми екстремальної та кризової психології*. 2017. № 21. С. 194–203.

62. Чернега О. А. Формування педагогічної майстерності майбутнього інженера-педагога засобами майстер-класу. *Вища школа. Гуманізація навчально-виховного процесу*. 2009. Вип. 47. С. 92–98.

63. Черновол-Ткаченко Р. І. Імідж сучасної освітньої установи. *Управління школою*. 2006. № 19–21. С. 92–95.

64. Фадєєва М. В. Психологічні умови підготовки керівників загальноосвітніх навчальних закладів до формування позитивного іміджу освітньої організації : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Київ, 2010. 19 с.

65. Фіцула М. М. Педагогіка вищої школи : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2014. 456 с.

66. Шеремет П. М. Розвиток професійного іміджу вчителя історії системі післядипломної освіти : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Кропивницький, 2018. 20 с.

67. American Pedagogics in the Present Times. N.Y.: Pantheon, 1989. 434 p.

68. Sampson E. Business presentation: creative ideas for a brilliant presentation. Martin Green, Leo Palladino. Stamford.: Cengage Learning, 2006. 202 p.

69. Stark M. Creating a Positive Professional Image. URL : <http://hbswk.hbs.edu/item/4860.html> (дата звернення 14.04.2023).

70. Webster International Dictionary. The English Language. London : Penguin Books, 2002. 162 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Опитування

1. Як ви розумієте поняття «професійний імідж педагога?»
2. Що, на вашу думку, включає це поняття?
3. Чи є для вас важливим позитивний імідж для професійної діяльності викладача? Поясніть свою відповідь.
4. Чи вважаєте ви, що молоді педагоги викладають цікавіше, ніж викладачі старшого віку?
5. Як ви вважаєте, чи може людина з посередніми навичками публічних виступів бути хорошим викладачем
6. Чи впливає невербальний імідж викладача (жести, міміка тощо) на ваше сприйняття його/її?
8. Чи впливають чутки та «легенди», які Ви чуєте від студентів старших курсів на ваше ставлення до викладачів?
9. Чи згодні ви з твердженням «Викладач-професіонал – це ерудована людина з добре розвиненим почуттям гумору»?
9. Чи вважаєте ви, що стосунки між викладачами та студентами повинні бути демократичними і максимально рівними?

Додаток Б

Есе «Ідеальний образ майбутнього учителя початкових класів»

Есе потрібно написати за таким планом:

1. Професійні характеристики ідеального викладача.
2. Соціальні показники.
3. Індивідуальні особливості.

Вимоги до есе:

Обсяг – 1 – 2 сторінки тексту (120-200 слів).

Есе повинно сприйматися як цілісний твір, ідея якого зрозуміла й чітка.

Кожен абзац есе розкриває одну думку.

Необхідно писати стисло і ясно. Есе не повинно містити нічого зайвого, має нести лише інформацію, необхідну для розкриття ідеї есе, власної позиції автора.

Есе має відрізнятися чіткою композиційною побудовою, бути логічним за структурою. В есе, як і в будь-якому творі, повинна простежуватися внутрішня логіка, що визначається, з одного боку, авторським підходом до обговорюваного питання, а з іншого – самим питанням. Необхідно уникати різких стрибків від однієї ідеї до іншої, думка має розкриватися послідовно.

Есе повинно засвідчити, що його автор знає й осмислено застосовує теоретичні поняття, терміни, узагальнення, ідеї.

Есе має містити переконливе аргументування порушеної проблеми.

**Декларація академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Білоконь Володимир Олексійович, студент 2 курсу, денної форми здобуття освіти, факультету соціальної педагогіки та психології, спеціальності 011 «Освітні, педагогічні науки» освітньої програми «Педагогіка вищої школи», адреса електронної пошти _____:

– підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему: «Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх учителів початкових класів»;

– відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;

– заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

– згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

_____ В. О. Білоконь

_____ І. В. Козич