

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ТА УМОВИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ**

---

Проблема формування іміджу є однією з актуальних в сучасній психологічній науці [16, 18, 20, 26 та ін.]. Як засвідчують дослідження цих та вчених, в останні роки означена проблема достатньо активно розробляється щодо різних видів людської діяльності. Пріоритет у її вирішенні залишається за політикою, бізнесом, мистецтвом та іншими галузями. Водночас, в сучасній психології накопичений досить широкий арсенал технологій, спрямованих на підтримку та створення іміджу різних фахів.

Аналітичний огляд досліджень О.О. Володарської [6], А.О. Калюжного [11], О.Б. Перелигіної [17] та ін. з порушеної проблеми засвідчує її актуальність і для фахівців освіти. Утім, у проаналізованій літературі виявлено досить фрагментарні та опосередковані дані щодо психологічних характеристик іміджу фахівців освіти й умов його створення. Відповідно недостатня й кількість досліджень, присвячених вивченню питання психологічного забезпечення формування основ іміджу в майбутніх педагогів. Водночас, за даними багатьох дослідників [14, 15, 19, 22, 23], у значній частині, як досвідчених учителів, так і студентів-педагогів виявлені проблеми, пов'язані із самопрезентацією та самоствердженням фахівця.

Відтак, розгляд психологічних особливостей професійного іміджу вчителя та вчителя-адміністратора

викликає гостру зацікавленість у спеціалістів М.В. Апраксіна [1], Т.П. Афанасьєва [2], Г.О. Балла [3], Т.О. Бусигіна [5], Д.В. Журавльова [7], Ю.Н. Зубова [8], Т.О. Іванько [9], В.В. Ісаченко [10], Ю.О. Конаржевського [12] та інших. Обмеженість інформації про ознаки іміджу та специфічні особливості особистості, які його детермінують у фахівців освіти, ускладнює проблему його пізнання.

Мета дослідження полягає в з'ясуванні психологічних особливостей іміджу сучасного вчителя та побудові системи формування його основ у навчально-професійній підготовці студентів-педагогів.

Для досягнення зазначеної мети вирішувалися наступні завдання:

1. Узагальнити теоретико-методологічні підходи до вивчення феномена іміджу в психології.

2. Виділити психологічні ознаки, що характеризують імідж сучасного вчителя.

3. Розробити процедуру комплексного емпіричного дослідження психологічних особливостей іміджу як майбутніх педагогів, так і досвідчених учителів.

4. Дослідити прояв особистісних якостей, що можуть впливати на формування іміджу студентів-педагогів.

5. Побудувати й апробувати в психолого-педагогічному експерименті систему формування основ іміджу в навчально-професійній

діяльності майбутніх педагогів.

У дослідженні ми виходили з припущення про те, що імідж учителя детермінується комплексом як зовнішніх, так і внутрішньоособистісних психологічних ознак. При цьому вони можуть змінюватися як за проявом, так і за співвідношенням. У той же час, серед них є провідні. Визначивши останні, ми зможемо оптимізувати процес формування основ іміджу у фаховій підготовці студентів-педагогів.

Для вирішення поставлених завдань та перевірки гіпотези була розроблена програма дослідження, для реалізації якої використано комплекс спеціальних методів, серед яких: теоретичні – аналіз наукової літератури; емпіричні – спостереження, анкетування, тестування, експертна оцінка, педагогічний експеримент; статистичні – аналіз середніх значень, інтерквартиль-ранжування, порівняння незалежних вибірок, кореляційний та факторний аналізи.

Психодіагностичні методи, які використовувались для виявлення індивідуальних особливостей майбутніх педагогів, що сприяють формуванню іміджу, такі: 16 PF-опитувальник Р.Б. Кеттелла [21]; методика діагностики самоактуалізації (САТ) Е. Шострема [4]; методика діагностики емоційної зрілості, розроблена О.Я. Чебикінін та І.Г. Павловою [25]; опитувальник оцінки іміджу М. Спіллейн [24]; методика „20 висловлень” М. Куна і Т. Макпарленда [13]; анкетування – для оцінки рівня компетентності формування власного іміджу в

досвідчених педагогів. Експертна оцінка застосовувалась у визначенні змін проявів самопрезентації студентів-педагогів; під час аналізу провідних ознак іміджу вчителя та керівника освітнього закладу. Контент-аналіз – для узагальнення згадуваних у літературі ознак іміджу й аналізу самозвітів випробуваних на формувальному етапі експерименту. Застосовувався авторський опитувальник виміру ефективності ознак іміджу вчителя та керівника освітнього закладу з метою встановлення особливостей сприйняття аудиторією (батьки, учні, педагоги) іміджу фахівця освіти. Методи математичної статистики використовувались для аналізу показників, що характеризують особистісні прояви майбутніх педагогів, визначення внутрішніх зв'язків між ознаками та достовірних відмінностей їх проявів у різних умовах, з'ясування провідних детермінант формування іміджу.

Загальна кількість вибірки становила 881 особу. Респондентами виступили досвідчені педагоги (146), студенти (570), батьки (165).

Теоретичний аналіз як вітчизняної (Г.О. Балл, О.О. Кононенко, Г.Г. Почепцов, П.Д. Фролов та ін.), так і зарубіжної (Р. Бендлер, А.С. Блендер, Дж. Гринер, Б. Джи, Ch.J. Eeden) літератури засвідчив неоднозначність розуміння змісту іміджу. Про це свідчать визначення, що наводяться вченими в галузях політологічних, соціологічних, культурологічних, психологічних та інших наук.

Узагальнення різних підходів дозволило розглянути імідж як цілеспрямовано створюваний

особливого роду образ-уявлення, що за допомогою асоціацій наділяє суб'єкт додатковими цінностями і завдяки цьому сприяє більш емоційному його сприйняттю.

Подальше дослідження засвідчило, що вивчення проблеми іміджу умовно можна розділити на два етапи – спонтанний та системний. Спонтанний відображає дві тенденції, перша з яких – це опосередковані зусилля науковців пізнати різні аспекти іміджу; друга – дослідження, в яких зроблено спроби описати імідж цілісно. У системному етапі, умовно також можна виділити, з одного боку, дослідження, в яких розробляються теоретико-методологічні основи пізнання механізмів виникнення та прояву іміджу, а з другого – різнопланові емпіричні дослідження, що орієнтуються на розкриття змісту ознак іміджу, його формування та дискредитації. З'ясовано, що проблема іміджу тісно пов'язана з такими науковими напрямками, як PR - технології, реклама, маркетинг тощо.

Розгляд психологічних теорій глибинної, когнітивної, соціальної, педагогічної психології, психології особистості тощо дозволив виділити суттєві як методологічні, так і методичні позиції (теорії керування враженнями, соціальної та міжособистісної атракції, атрибуції, соціальної установки, соціальної думки, імплітаційної теорії особистості, соціальної перцепції та інші), що можуть бути використані в пізнанні і формуванні іміджу.

Узагальнення досліджень (Г.О. Балл, О.С. Ковальчук, О.І. Коханенко, Т.І. Лук'янець, Г.А. Монахов, О.Я. Панасюк,

О.Б. Перелигіна, О.О. Петрова, Г.Г. Почепцов, В.М. Шепель, Т. Brown, L.K. Graddy та інші) також дозволило констатувати різноманітні варіанти типізації та структуризації іміджу. У цьому контексті можна виділити три підходи до пізнання іміджу. Перший підхід, функціональний, об'єднує авторів, що розглядають специфіку іміджу через носія та керованість системою довколишнього середовища, вид діяльності, функціонування. Другий підхід – контекстний, ураховує способи виникнення та закріплення іміджу і розмежовує його на свідомий та несвідомий. Третій, порівняльний підхід, базується на класифікації іміджу за тривалістю та за знаком: стійкістю і нестійкістю, позитивністю і негативністю. Подальший аналіз зазначених підходів у змісті іміджу дозволив описати ще такі особливості, як неоднозначність класифікації та структури, суб'єктивність та середовищність, незакінченість та інтертекстуальність. Останні стали основою для подальшого дослідження специфіки іміджу фахівця освіти (вчителя та вчителя-адміністратора).

На підставі поглиблених досліджень щодо іміджу вчителя було з'ясовано, що він залежить: по-перше, від соціально-економічних умов функціонування освіти; по-друге, від факту привабливості якостей і властивостей учителя; по-третє, від організаторських умов іміджетворення; наслідувальних стереотипів, історичних і культурних традицій тощо.

Унаслідок проведеного аналізу, показано, що дослідження іміджу вчителя проводяться переважно

фрагментарно. Водночас, слід зазначити, що існують розуміння образу освіти через аналогію до маркетингового середовища, яке складається з внутрішнього (покупці освітніх послуг, маркетингові посередники, конкуренти, контактні аудиторії) та зовнішнього функціонування, ураховуючи вплив таких чинників, як-то: демографічних, економічних, природних, науково-технічних, політико-правових, соціально-культурних (Т.П. Афанасьєва, Т.О. Бусигіна, В.В. Давидов, Д.В. Журавльов, Ю.М. Зубов, Е.Р. Маю, С. Simpson тощо). Натомість, за іншими даними, він може обумовлюватися ще й через інтерпретацію традиційних, історично сформованих освітніх компонентів (М.В. Апраксина, О.В. Ємельянова, Ю.О. Конаржевський, О.І. Луніна, Ю.І Турчінова та інші).

Узагальнення цих та інших досліджень дозволило констатувати, що носієм іміджу в системі освіти є сам навчальний заклад, його управлінсько-адміністративний склад, учителі та учні. Визначальним моментом у констатації іміджу, зокрема є оцінка з боку суспільних інститутів влади, батьків, учнів, громадянської позиції тощо, які знаходять широкий відбиток у засобах масової інформації та комунікації.

Спираючись на вищенаведене, а також узагальнюючи дослідження (Г.О. Балл, О.О. Володарська, Д.О. Горбаткін, Є.М. Гусинський, Т.О. Іванько, О.О. Реан та інші) можна констатувати, що імідж в освіті переважно представлений як імідж особистий чи колективний, відносно всього закладу. Усі

зазначені іміджі тісно взаємопов'язані та мають характерні такі риси, як-то: компетентність, професійна культура, індивідуальність та соціально-демографічна специфічність.

На основі узагальнення ряду досліджень (Є.М. Богданов, В.Г. Зазикін, С.М. Катлип, Р.О. Крамаренко, А. Мюррей, Д.В. Ольшанський, О.М. Пашенцев, В.Ф. Пеньков, E.L. Bernays, P.S. Green та інші) доведено, що засоби застосування PR-технологій є одним з важливих у формуванні іміджу педагога. У цьому аспекті виділено та описано найбільш придатні PR та інші технології, які можуть бути використані під час створення іміджу вчителя, визначення його функцій, завдань, специфіки впровадження в освіті, спрямування на кадрову політику.

Згідно з метою дослідження важливим було виділення найбільш суттєвих психологічних ознак, які можуть детермінувати імідж учителя.

Проведене в цьому аспекті комплексне дослідження дозволило умовно виділити три групи ознак. До першої віднесено такі особливості особистості, як: цілеспрямованість, рішучість, сила волі, емоційна стійкість, правдивість, наявність почуття гумору, інтелектуальний потенціал, оптимізм, інтуїція в ухваленні рішень. До другої – професійно-спеціалізовані якості: володіння ораторським мистецтвом, уміння уникати конфліктів, уміння сперечатися, відповідність обіцянок учинкам, хазяйновитість, працьовитість, відкритість у спілкуванні, уміння взаємодіяти з органами влади, уміння добирати

кадри і керувати ними, професійний досвід. До останньої групи належать соціальні ознаки: популярність, респектабельність, частота згадування в засобах масової інформації, правильний спосіб життя, прихильність до спорту, сімейність, сексуальність, зовнішній вигляд, матеріальне благополуччя.

Наступним кроком, відповідно до завдань роботи, було дослідження питання стану формування іміджу в освітній діяльності. Узагальнення проаналізованих джерел (О.Д. Глоточкін, Ю.М. Забродін, Ю.М. Зубов, В.В. Ісаченко, А.О. Калюжний, О.Г. Ковальов, Л.М. Мітіна та інші) дозволило в цьому аспекті побудувати модель формування іміджу суб'єкта освітнього закладу (див. рис. 1).

У запропонованій моделі імідж виступає інтегративною властивістю, що виникає на перетині перцептивних вимог аудиторії та можливостей його носія. При цьому виділені складові перебувають у певних співвідношеннях. У розгляді іміджу суб'єкта освітнього закладу мова може йти переважно про особистість вчителя чи вчителя-адміністратора.

Зазначена модель дозволяє: більш конструктивно та системно розглядати зміст іміджу вчителя; урахувати різні його ознаки; забезпечувати адекватний підбір необхідних завдань, вправ, дій, спрямованих на бажану зміну тих чи інших ознак іміджу; проектувати вірогідні профілі типів іміджу.

Вихідними передумовами проведення емпіричного дослідження психології іміджу вчителя стали: узагальнені науково-практичні дані та

результати досліджень найбільш суттєвих ознак іміджу (О.І. Барановський, Я.Л. Коломінський, А.О. Кононенко, Р. Огинський, Д.В. Ольшанський, Г.Г. Почепцов, І.Д. Соколов, М. Спилейн, В.М. Шепель та інші); вивчення навчальних планів та галузевого стандарту вищої освіти з підготовки майбутніх педагогів щодо можливостей та умов формування основ іміджу; оцінка компетентності сучасних учителів під час створення власного іміджу та особливості його сприйняття.

Дослідження проводилось у два етапи. На першому (констатувальному) етапі виділено особливості ознак, що детермінують імідж учителя та вчителя-керівника освітнього закладу. Отримані дані дозволили віднести до переліку суттєвих ознак іміджу вчителя такі: рішучість, вміння оперувати фактами, цілеспрямованість, приємний тембр голосу, працьовитість; учителя-керівника - професійний досвід, правдивість, сила волі, рішучість. Водночас, з'ясовано, що є ознаки, які можуть шкодити іміджу як учителя, так і вчителя-керівника. До останніх можна віднести: підвищену емоційність, низьку соціальну активність, недостатню презентацію в засобах масової інформації та інші.

Для узагальнення ознак іміджу в роботі використано трикомпонентний підхід, запропонований О.О. Володарською. Так, найбільш суттєвими виявилися ті ознаки, що пов'язані з соціально-науковим компонентом, а найменшими – з предметно-логічним. Останні результати розширюють існуючі

уявлення про особливості іміджу і показують, що особистісно-психологічний компонент хоча і є значущим для вчителя, проте визначальним у цьому аспекті виступає

соціальний фактор середовища. Ураховуючи останнє, важливим є стереотипність сприймання іміджу працівника освіти.

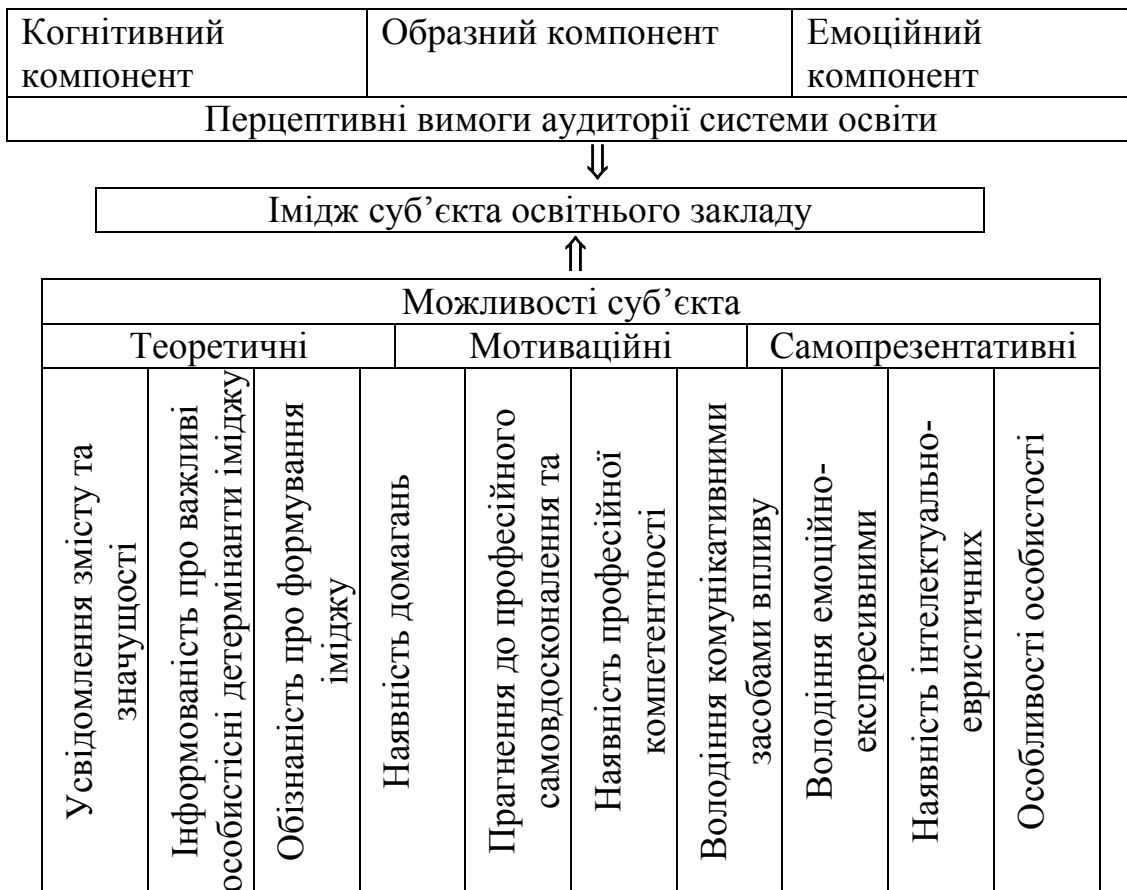


Рис. 1. Модель формування іміджу суб'єкта освітнього закладу

Подальше дослідження дозволило встановити статистично достовірні відмінності у сприйманні студентами, батьками та досвідченими педагогами іміджу вчителя та вчителя-адміністратора. Так, при сприйнятті іміджу вчителя вказаними групами, найбільша кількість достовірних розбіжностей визначена за ознаки, що характеризують емоційну стійкість ( $t = 4,65, p < 0,01$ ), правдивість ( $t = 2,70, p < 0,01$ ), почуття гумору ( $t = 2,70, p < 0,01$ ) та інші. Що ж стосується вчителя-адміністратора, то тут найбільше вирізняються значення

вміння оперувати фактами ( $t = 2,11, p < 0,05$ ), володіння ораторським мистецтвом ( $t = 2,27, p < 0,05$ ) та інші. Такі результати є важливими з погляду визначення диференціації умов створення іміджу вказаних фахівців освіти.

Ураховуючи те, що на індивідуальному рівні ознаки, які детермінують імідж вчителя, мали досить високу варіативність, ми припустили що їх узагальнення та співвідношення в кожному окремому випадку може дозволити описати певні типи. Наше припущення базувалося на

тому, що в ряді досліджень (Є.О. Голубєва, М.О. Государєв, В.О. Міхайлова, Н. Gaudet та інші) було зроблено спроби диференціювати особистості в окремих видах діяльності за проявом іміджу.

Узагальнення отриманих результатів за вираженістю ознак, що детермінують імідж, дозволило в подальшому більш упевнено підійти до поглибленого вивчення вірогідних типів, використовуючи кореляційний та факторний аналіз. Результати останнього дозволили умовно визначити чотири вірогідних типи іміджу вчителя: збалансований, суперечливий, інертно-напружений, спонтанно-інертно-пасивний. Останні принципово не відрізнялись від типів іміджу вчителя-адміністратора.

Розглядаючи характеристику виділених типів слід зазначити, що *збалансований* тип вирізняється з-поміж інших високою вольовою регуляцією, цілеспрямованістю мети, упевненістю, рішучістю, сміливістю, високим рівнем домагань, оптимістичністю, адекватною самопрезентабельністю, комунікабельністю.

Характерологічними особливостями *суперечливого* типу іміджу особистості є, з одного боку, висока комунікативність, низька тривожність, мотивація досягнення мети, емпатійність, конфліктність, спокійність, уникнення труднощів, пасивність; з іншого, – недостатність саморегуляції, емоційної стійкості, зібраності, поступливості.

*Інертно-напруженому* типові іміджу властиві: висока мотивація, висока тривожність, невпевненість, недостатньо виражена емоційно-

вольова регуляція та самопрезентація. У той же час йому притаманні: уважність до людей, веселість, дружність, безпосередність, імпульсивність, рухливість, експресивність, щирість, емоційна стійкість, соціальна сміливість, розкутість у спілкуванні.

*Спонтанно-інертно-пасивний* тип характеризується високою емпатією, достатньою самопрезентацією, помірною емоційно-вольовою регуляцією, водночас нерішучістю, стриманістю, невпевненістю.

Поглиблений аналіз типів із застосуванням факторного аналізу виявив, що структура збалансованого типу в цілому врівноважена. У той же час у ній чітко виділяється провідна роль емоційно-вольової спрямованості означеного типу. Суперечливий тип має чітку двополюсну будову з домінуванням пристосованості соціального інтелекту та високої мотивації. У структурі інертно-напруженого типу відмічено стійку будову за двома факторами: егоцентричності та самодостатності. Спонтанно-інертно-пасивний тип характеризується нестійкою будовою, де визначальними виступають комунікативність та творча спрямованість. Отже, у структурі особистісних особливостей іміджу емоційно-вольові, регулятивні, самопрезентативні якості є визначальними.

Факторна структура кожного типу дозволила виділити групу детермінант, які були проаналізовані за статистичним квартиль ранжуванням. На цій основі виділено показники, що мають найбільше значення для створення іміджу в межах кожного з типів

(див. табл.1).

Таблиця 1

*Співвідношення типів іміджу та провідних якостей, що їх характеризують*

Типи	1 місце	2 місце	3 місце	4 місце
1	емоційна стійкість	сміливість, рішучість	сила волі цілеспрямованість	винахідливість
	Qr = 2,0-2,25	Qr = 4,0	Qr = 5,0	Qr = 7,0
2	комунікативність відкритість	прагнення до набуття знань	здатність цінувати свої здібності	витриманість поступливість
	Qr = 1,0	Qr = 2,7	Qr = 3,0	Qr = 6,0
3	конфліктність, уміння впливати на поведінку інших	уміння регулювати свої емоції	працьовитість, уникнення труднощів	здатність швидко налагоджувати контакти
	Qr = 2,0	Qr = 3,0	Qr = 4,0	Qr = 5,0
4	тривожність, творча спрямованість	самоприйняття, саморозуміння	самоактуалізація	догматичність чуттєвість
	Qr = 3,0	Qr = 4,0-4,5	Qr = 5,0	Qr = 6,0

**Примітка:** тип 1 – збалансований, тип 2 - суперечливий, тип 3 – інертно-напружений, тип 4 – спонтанно-інертно-пасивний, Qr – значення статистичного інтерквартиль ранжування.

До них увійшли: емоційно-вольові якості, комунікативність, тривожність, конфліктність. Такі показники стали основою розробки корекційної програми та її апробації на формувальному етапі експерименту.

Урахування останніх може бути також важливим у побудові та організації загальної системи, спрямованої на цілеспрямоване формування основ іміджу в майбутніх педагогів.

Виконане дослідження з узагальнення механізмів та PR-технологій спрямоване на формування іміджу вчителя, з урахуванням отриманих результатів дозволило констатувати, що найбільш сприятливими для розв'язання

поставлених у роботі завдань можуть бути використані як комплекси певних PR-технологій, так і окремі їх фрагменти в контексті специфіки педагогічної діяльності. Серед останніх найбільш сприятливими виступають ті, що запропоновані О.О. Морозовою, М.С. Піскуновим, Ю.В. Черновим та ін.; з урахуванням специфіки впливу ними вони умовно поділені на комплексні і фрагментарні.

Водночас встановлено, що в педагогічній психології накопичені певні техніки, які прямо чи опосередковано спрямовані на формування основ іміджу вчителя. Вони представлені в роботах з формування педагогічної майстерності



(О.І.Барановський, О.К.Маркова, О.Я.Ніконова, С.Д.Смирнов та інші), педагогічної техніки (І.М.Богданова, Т.П.Демидова, О.В.Камалетдінова, І.О.Макарова, Л.М.Мітіна), психологічної організаційної діяльності учителя (О.Д.Глотчкін, В.В.Давидов, Ю.М.Забродін, Ю.О.Конаржевський, Ю.Л.Львова та ін.). Базуючись на вищенаведених результатах дослідження, а також зважаючи на основи організації підготовки вчителя, ми розробили цілеспрямовану систему формування основ іміджу в майбутніх педагогів.

Запропонована система передбачає: оцінку наявного особистісного та професійного потенціалу для створення власного іміджу; виявлення та корекцію небажаних особистісних особливостей, що перешкоджають створенню іміджу; формування основ компетентності на теоретичному та самопрезентативному рівнях; активізацію мотиваційної спрямованості на самоствердження у професійній діяльності; розвиток проектних умінь і знань з формування та підтримки іміджу у професійній педагогічній діяльності, з урахування індивідуальних та компенсаторних можливостей. В остаточному варіанті запропонована система являє собою навчальний практикум «Психологічні основи формування іміджу вчителя». Специфіка практикуму полягає в тому, що він не формує іміджу, а лише надає певний універсальний психологічний знань, які можуть бути використані в майбутній роботі студентів-педагогів як основа для створення власного іміджу. Апробація запропонованого підходу реалізувалася за двома

стратегіями. У першій, суто прагматичній, основний акцент усіх зусиль був спрямований лише на формування основ іміджу, завдяки використанню інформації про важливі властивості, що визначають вчителя. Друга стратегія була більш комплексною і передбачала під час формування основ іміджу педагогів урахування не тільки особливостей, що детермінують імідж, а й інших особистісних якостей, які характеризують конкретну особу.

З огляду на вищенаведене, до формуючого експерименту було залучено дві групи учасників. У першій ми проводили базовий практикум, подаючи основи формування іміджу, а у другій групі практикум передбачав ще й корекцію емоційно особистісних якостей, які впливають на імідж у виділених типах.

Під час реалізації практикуму основні зусилля було спрямовано на те, щоб завдяки створенню простору найближчого становлення сприяти психічному та особистісному росту студентів та допомагати їм адаптуватись у професійному середовищі через ефективне формування основ власного іміджу. Умови, що створювалися, також мали формувати в студентів відчуття належності до групи, допомагати відчувати себе більш захищеними, розвивати навички соціальної поведінки, сприяти підвищенню впевненості в собі та розвитку самостійності, формувати позитивне ставлення до себе і своїх однолітків.

Система практикуму передбачала алгоритм розвитку іміджу за трьома етапами: теоретичним, практичним та

етапом розвитку основ рефлексії.

*Теоретичний етап* був спрямований на формування психолого-педагогічної компетентності під час розгляду основних понять та категорій, пов'язаних з іміджем; теорії, що пояснюють механізми формування, прояву іміджу, його значення в діяльності людини; внутрішніх та зовнішніх факторів, що детермінують імідж у педагогічній діяльності.

*Практичний етап* передбачав формування: основ використання різноманітних технік, методів, прийомів, засобів побудови іміджу; покращання самооцінки та інших особливостей особистості, їх урахування при створенні іміджу з опорою на професійну компетентність.

*Етап розвитку основ рефлексії* та розробки особистої стратегії передбачав формування іміджу, його презентації з опорою на індивідуально типові особливості.

Оцінка ефективності запропонованої системи під час її апробації проводилася за результатами зіставлення даних до та після формувального етапу експерименту, які аналізувалися як за типологічним проявом, так і за

відмінностями у здатності до створення власного іміджу та рівнями професійної самоідентифікації студентів.

Незважаючи на те, що випробовувані, які увійшли до першої групи, за первинними даними, мали менше потенційних можливостей до створення іміджу, результати після формувального експерименту засвідчили, що в цій групі відмічені зміни більші, ніж у групі без додавання корекції.

За даними обстеження студентів, корекційна робота була більш ефективною на індивідуальному рівні за такими небажаними проявами: підвищена тривога, проблеми в комунікаційному спілкуванні. У цілому ж було зафіксовано підвищення психологічної готовності до створення іміджу в обох групах.

Після формувального етапу експерименту, за даними експертної оцінки, (у всіх студентів), найбільший вплив на рівні достовірних відмінностей відмічений за показниками, що характеризують розвиток потреби в самопізнанні та самовдосконаленні, візуалізації психологічних проявів самопрезентації та інші (див. табл.2).

Таблиця 2

*Відмінності прояву показників, що характеризують основні можливості студентів до створення власного іміджу до та після формувального етапу експерименту*

Етапи дослідження		Теоретична основа			Мотиваційна основа		Самопрезентативна основа			
		П1	П2	П3	П4	П5	П6	П7	П8	П9
Гр Група 1	до	1,3	1,3	3,0	2,8	4,9	6,5	6,5	6,0	7,0
	після	4,2	4,2	4,7	4,9	6,1	7,2	7,2	6,4	6,9
	t	19,6**	26,3**	4,9**	6,2**	2,9**	1,4	1,1	0,7	0,4
Гр	до	1,4	1,5	2,8	3,0	5,1	6,0	6,1	6,1	6,5

	після	4,0	4,2	5,0	5,4	6,7	6,9	6,7	6,6	7,0
	t	15,8**	28,5**	5,31**	5,5**	4,0**	2,5*	1,4	1,3	0,7

**Примітка:** П 1 - усвідомлення змісту та значущості іміджу, П 2 – інформованість про важливі особистісні детермінанти іміджу, П 3 – обізнаність про формування іміджу, П 4 – наявність домагань, П 5 – прагнення до професійного самовдосконалення та самоствердження, П 6 – наявність професійної компетентності, П 7 –

володіння комунікативними засобами впливу, П 8 – володіння емоційно-експресивними засобами впливу, П 9 – наявність інтелектуально-евристичних пізнавальних здібностей; група 1 – особистісного напрямку (з корекцією), група 2 – прагматичного напрямку; (\*) – рівень значимості  $p < 0,05$ ; (\*\*) – рівень значимості  $p < 0,01$ .

За показниками комунікативних, емоційно-вольових якостей, самооцінки та домагань особистості також відмічені зміни на рівні тенденцій до розбіжності між даними до і після формувального етапу експерименту.

Окремо слід відмітити перетворення, що відбулися внаслідок упровадження зазначеної системи в кожному визначеному типі. Так, у межах гармонійного типу в більшості випробовуваних значно змінився прояв показників домінантності та напористості, радикалізму, рішучості. За показниками суперечливого типу значні достовірні відмінності зафіксовані в інтелектуальному потенціалі, швидкості вирішення практичних завдань, мотиваційній сфері. В інертно-напруженому типі відбулося значне підвищення даних за показниками комунікативності і відкритості, чуттєвості й артистичності, рухливості та веселості. У спонтанно-інертно-пасивному типові найвагоміші зміни сталися за егоцентричністю та внутрішньою напругою в групі прагматичного напрямку.

Відтак, отримані результати дозволяють стверджувати, що основна мета запропонованої системи з формування основ іміджу в майбутніх педагогів досягнута. Найбільш ефективно, за самооцінкою студентів, цьому сприяли психологічні техніки на самопрезентацію, вправи та завдання на розслаблення, саморегуляцію та ін.

Проведене дослідження дозволило зробити наступні висновки.

1. З'ясовано, що проблема психологічних основ іміджу незважаючи на її актуальність, є недостатньо розробленою, як в аспекті розуміння змісту, так і механізмів, які визначають його прояв та формування. Імідж можна розглядати як цілеспрямовано створюваний особливого роду образ–уявлення, що за допомогою асоціацій наділяє об'єкт додатковими цінностями і завдяки цьому, сприяє більш емоційному його сприйняттю.

2. Теоретико-методологічні уявлення відносно пізнання механізмів покладених в основу особистісного іміджу, умовно можна розглядати на рівні концепцій, які

пояснюють психологічну структуру особистості, теоретико-методологічних засад психологічного впливу та моделей, в яких розкриваються техніки та прийоми регуляції поведінки.

3. На основі аналізу теоретичних досліджень виділено та систематизовано три групи ознак, що детермінують імідж фахівця освіти. Це, по-перше, особистісні особливості: цілеспрямованість, вольовитість, емоційна стійкість тощо; по-друге, професійні якості: професійний досвід, інтелектуально-професійний потенціал, володіння ораторським мистецтвом та інші; по-третє соціально-психологічні особливості: популярність, респектабельність, зовнішня привабливість тощо.

4. Визначено та побудовано комплекс діагностичних процедур, які дозволяють виявити та кількісно оцінити специфічні ознаки прояву іміджу й особливості особистості, що впливають на його розвиток і формування з урахуванням специфіки педагогічної діяльності.

5. На основі емпіричних досліджень доведено, що до провідних психологічних ознак, які характеризують імідж сучасного вчителя, належать: вміння оперувати фактами, приємний тембр голосу, цілеспрямованість, працьовитість, та інші, а керівника: професійний досвід, правдивість, сила волі, рішучість та інші.

6. Дослідження психологічної

готовності майбутніх педагогів до формування власного іміджу в педагогічній діяльності засвідчило, що майже у половини з них відмічається відносна її готовність, іншу частину складають ті, у кого вона знаходиться на достатньому та низькому рівнях.

7. Поглиблений аналіз особистих особливостей студентів-педагогів виявив, що їх залежно від володіння основами формування власного іміджу умовно можна поділити за типами: збалансований, суперечливий, інертно-напружений, спонтанно-інертно-пасивний. При цьому найбільш поширеним типом є спонтанно-інертно-пасивний, найменш поширеним - збалансований.

8. Побудовано цілеспрямовану систему на рівні психолого-педагогічного практикуму з основ формування іміджу в студентів педагогів. Вона враховує особистісні особливості студентів, їх мотиваційну і самопрезентативну сфери та складається з теоретичного, практичного, рефлексивного етапів.

9. Апробація зазначеної системи в психолого-педагогічному експерименті засвідчила, що її використання в навчально-професійній підготовці студентів педагогів дозволяє підвищити їхню психологічну компетентність щодо основ формування власного іміджу, а також практичну в аспекті використання певних психологічних технологій для створення та підтримки власного іміджу.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Апраксина М.В.* Имидж воспитателя дошкольного учреждения

как педагогическая проблема: Дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01. - М., 2000. -

134с.

2. *Афанасьева Т.П.* Руководство педагогическим коллективом: технологии диагностики и развития. // Менеджмент в образовании. -2002. № 1.- С.7-10

3. *Балл Г.О.* Проблема іміджу навчального закладу в контексті гуманізації освіти. // Наука і Управління. Науково-практичний журнал. – 2007. – Т. 7. - №1. - С. 139-141.

4. *Болотова А.К., Макарова И.В.* Прикладная психология. – М.: Аспект-Пресс, 2001. - 383 с.

5. *Бусыгина Т.А.* Индивидуальный имидж как социально-перцептивный компонент профессиональной компетентности преподавателя вуза: Автореф. дис.... канд. психол. наук: 19.00.05 / Самарский гос. пед. ун-т. – Самара, 2004. - 24 с.

6. *Володарская Е.А.* Социально-психологический анализ научной школы в имиджелогии // [Имиджелогия-2005: феноменология, теория, практика](#): Материалы Третьего междунар. симпозиума. – М., 2005. - с.40-42

7. *Журавлев Д.В.* Особенности имиджеологического образования в России // PR в образовании. - 2003. – №6. - С. 51-54

8. *Зубов Ю.Н.* Как руководить педагогами: Пособие для руководителей образовательных учреждений. – М.: АРКТИ, 2002. - 144с.

9. *Иванько Т.А.* Имидж педагога: Метод. Рекомендации / Новгор. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород: Новгородский. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого, 2002. – 30 с.

10. *Ісаченко В.В.* Формування професійно-педагогічного іміджу

майбутніх викладачів вищої школи. Автореф... дис. канд. психол. наук: 13.00.04 / ПДПУ ім. К.Д.Ушинського. – Одеса, 2004. - 21 с.

11. *Калюжный А.А.* Психология формирования имиджа учителя. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2004. – 222 с.

12. *Конаржевский Ю.А.* Менеджмент и внутришкольное управление. – М.: Центр «Педагогический поиск», 2000. – 224 с.

13. *Кун М., Макпартлэнд Т.* Эмпирическое исследование установок личности на себя. –М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. – 180с.

14. *Михайлова В.А.* Имидж в системе профессионального мастерства специалиста (педагогический аспект): комплект метод. материалов для преподавателей и студентов вузов. / Магнитог. гос. ун-т. – Магнитогорск: Изд-во МаГУ, 2002. – 65 с.

15. *Осетрова Е.В.* Речевой имидж: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальностям 021700 "Филология", 021400 "Журналистика", 350400 "Связи с общественностью", 031000 "Педагогика и психология" / Красноярский государственный университет. – Красноярск: Краснояр. гос. ун-т, 2005. – 218 с.

16. *Панасюк А.Ю.* Я – Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж. – М.: Дело, 2003. – с. 240 .

17. *Перелыгина Е.Б.* Психология имиджа: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223с.

18. *Петрова Е.А.* Имиджелогия: проблемное поле и направления

исследования // PR в образовании. – 2004. – № 1. – С. 36-38.

19. Пискунов М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования // Мониторинг и стандарты в образовании. – 1999. - № 5. – С. 5-9.

20. Почепцов Г.Г. Имидж: От фараонов до президентов: Стр-во воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. - Киев: АДЕФ-Украина, 1997. - 328с.

21. Психодіагностика / Упоряд.: Л.Терлецька, О. Главник. – К.: Шкільний світ, 2002. – 112с.

22. Смирнов С.Д. Педагогика и психология высшего образования: от деятельности к личности: Учебное пособие для слушателей факультетов и институтов повышения

квалификации, преподавателей вузов и аспирантов. - М.: Аспект Пресс, 1995. - 271 с.

23. Сорокина Г.Г. Имидж современного учителя: Учеб. пособие для учителей и студентов пед. ун-тов / Г. Г. Сорокина, С.А. Козлова. – Пенза: Пенз. гос. пед. ун-т им. В.Г. Белинского, 2001. – 64с.

24. Спиллейн М. Создайте свой имидж. / пер. с англ. - М: Изд. фирма "ОЛМА-пресс", 1996. - 166с.

25. Чебикин А.Я. Теория и методика эмоциональной регуляции учебной деятельности: Учебно-методическое пособие. – О.: Астропринт, 1999. - 158с.

26. Шепель В.М. Домашний имидж-консультант. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – с.249.

*Подано до редакції 11.06.08*

## РЕЗЮМЕ

Диссертация посвящена уточнению содержания психологической сущности имиджа специалиста образования, рассмотрению концепций, которые раскрывают механизмы проявления самопрезентации и профессионального самоутверждения, классификаций признаков имиджа и факторов, которые определяют их

формирование. Разработана система психологических основ формирования и коррекции позитивного имиджа будущих педагогов, которая направлена на обеспечение сознательного использования приобретенных знаний для последующего профессионального самоусовершенствования и самопрезентации.

**Ключові слова:** імідж майбутніх педагогів, типи іміджу, психологічні основи формування іміджу.

## SUMMARY

The article specifies psychological concepts of educational specialists' image; presents some mechanisms for evaluating and establishing self-presentation, professional self-affirmation, and classifications of

features of the image and factors determining their formation. The author elaborates and approves the system of psychological bases for formation and correction of positive professional image.

**Keywords:** future teachers' image, types of image, psychological bases of forming image.