

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТЛУМАЧЕННЯ І СТРУКТУРУВАННЯ ПОНЯТТЯ "ПЕДАГОГІЧНИЙ ІМІДЖ"

У статті розглядається тлумачення термінів "імідж", "педагогічний імідж" з позицій психолого-педагогічної науки. Здійснено аналіз структурування іміджу педагога.

Ключові слова: імідж, педагогічний імідж, особистий імідж, професійний імідж, структура іміджу.

Імідж як наукова проблема найбільш активно розробляється в політичній, економічній, соціальній, спортивній, культурній сферах. В останнє десятиліття з'явилася низка психологічних і педагогічних досліджень присвячених іміджу вчителя і керівника школи, викладача вищої школи. Наукові розвідки О. Володарської, В. Ісаченко, А. Калюжного, О. Ковальнової, О. Перелигіної, та інших з проблем іміджу педагога засвідчують її актуальність для фахівців освіти. Проте в літературі виявлено фрагментарні дані щодо психолого-педагогічних характеристик іміджу фахівців освіти та умов його створення. На Україні практично відсутні дослідження присвячені розробці проблеми підготовки майбутніх вихователів, керівників дошкільних навчальних закладів до створення власного професійно-педагогічного іміджу та іміджу установи.

Наукові розробки в галузі іміджології належать вітчизняним і зарубіжним вченим: О. Бухарковій, К. Горшковій, Ф. Джефкінсу, В. Орешкіну, А. Панасюку, О. Перелигіній, Г.Почепцову, Е. Семпсону, В. Шепелю, Дж. Ягеру та ін., формування професійного іміджу фахівця вивчається Ф. Геновим, Н. Гузій, І. Ісаченко, І. Ковальновою, О. Ковальновою та ін.

Метою статті є здійснення порівняльного аналізу поглядів науковців на сутність поняття "імідж", "педагогічний імідж" і його структурні компоненти.

Імідж – це загальне враження, що створюється в людей про ту або іншу людину, фірму, компанію, організацію, установу, заклад. Імідж завжди соціально зумовлений, кардинально впливає на суспільну думку і результати ділової активності особистості.

Так, Ф.Джефкінс виділяє п'ять варіантів іміджу, а саме: 1) *дзеркальний* – наше уявлення про себе, висування на перше місце позитиву при мінімальному урахуванні думки інших; 2) *поточний* – варіант адекватного образу, характерного для погляду на себе з боку; 3) *бажаний*, що відображає образ до якого ми прагнемо; 4) *корпоративний* як образ організації в цілому (репутація + успіх + стабільність); 5) *множинний*, що створюється за наявності низки незалежних структур замість єдиної корпорації.

Ф.Джефкінс виділяє й три підходи до розуміння сутності іміджу: 1) *функціональний*, за якого виділяють різні типи іміджу; 2) *контекстний*, - ці типи можна знайти в різних контекстах реалізації; 3) *зіставний*, - має місце порівняння близьких іміджів [7].

На думку О.Перелигіної, прагнення особистості наблизити Я-концепцію до ідеального Я слугує універсальним мотивом для створення іміджів. Створення іміджу як образу себе для інших, відмінного від образу Я в інших і від Я-концепції, може відбуватися заради досягнення прагматичних цілей, ніяк не пов'язаних з мотивом реалізації схильності на користь свого Я. Цілком слушним є зауваження дослідниці про те, що "в кожній людині може бути декілька іміджів. Найбільша їх кількість зустрічається у людей у віці активної соціалізації (14-23 роки), а також у віці, для якого характерна особлива різноманітність соціальних зв'язків і, відповідно, виконання соціальних ролей, – 33-37 років. При цьому іміджі однієї людини не ізольовані один від одного і за своїм символічним складом можуть частково суміщатися" [6, с.67-68]. Беззаперечним є той факт, що іміджі молодого вихователя і досвідченого відрізняються один від одного. Основна відмінність, на нашу думку, полягає в змістовому наповненні таких складових як авторитет, досвід, рівень педагогічної майстерності. Навіть імідж одного й того ж вихователя по-різному сприймається різними вихованцями, їх батьками і колегами. Це залежить від особливостей їх індивідуального сприйняття педагога.

В.Орешкін дає визначення іміджу з філософсько-педагогічних позицій "Імідж – феномен символічної реальності, ціль і (або) результат дій, спрямованих на вияв і презентацію цільовій аудиторії (адресному суб'єктові спілкування) певних властивостей, що відображають якість суб'єкта чи об'єкта різного масштабу в умовах ділової чи масової комунікації" [4, с.3]. Дослідник стверджує, що самореалізація в професії передбачає постійний пошук засобів, адекватних знанням, умінням, навичкам і досвіду, що набуваються, тобто всьому, що складає професійно-особистісний портрет або імідж особистості. Ми цілком погоджуємося з думкою автора, що для фахівців, які працюють у системі "людина-людина" особистісний імідж виявляється нерозривно пов'язаним із професійним, оскільки людина сприймається як представник професійного угруповання, носій професійної якості. З цих позицій іміджування фахівця стає важливою темою в системі професійної підготовки і перепідготовки [4, с.5].

Досліджуючи проблему формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи, В.Ісаченко дає таке визначення іміджу: "це емоційно забарвлений психічний образ, що склався в масовій свідомості і має характер стереотипу, легко трактується і володіє значними регуляторними властивостями сильно впливає на пояснювальні механізми свідомості, поведінки і вибір іншої людини" [2, с.175].

Дослідниця переконана, що імідж завжди пов'язується з процесом сприйняття явищ або людей крізь соціально-психологічну призму, одним з результатів якого є цілеспрямовано формований образ, уявлення. Причому, з одного боку, цей образ повинен задовольняти потреби сприйняття соціального середовища, його очікування. З іншого – конструюватися самою особистістю, виходячи з її потреб, спрямованих на благо її самовдосконалення і досягнення все більшого успіху в обраній справі [2].

О.Ковальова, розробляючи проблему особливостей формування основ професійного іміджу в майбутніх учителів,

виділяє три підходи до аналізу суті іміджу. Перший підхід полягає у визначенні іміджу як штучно створеного образу, другий – як поєднання вже існуючого зі штучним, третій підхід – виділення існуючих позитивних якостей особистості. Дослідниця так тлумачить імідж. "Імідж – образ-уявлення, цілеспрямовано створюваний за допомогою певних психотехнологій з метою посилення його впливу на навколишніх" [3, с.12].

На основі аналізу літературних джерел і практики роботи загальноосвітньої школи О.Ковальова виділила три компоненти іміджу вчителя: професійний, візуальний, аудіальний, кожен з яких має свої складові. Так, основними структурними елементами професійного компоненту іміджа є: якість праці (роботоголік, ледар, не виражений), рейтинг (високий, низький, не виражений), репутація (повага клієнта, повага колег, повага керівника). До складових візуального іміджу дослідниця відносить: зовнішній вигляд (одяг, зачіска, макіяж), предметне середовище (кабінет, власне житло, прикраси, авто, оформлення документів), міміку і жести (вираз обличчя, рухи, жести, звички, хода, пози). Аудіальний компонент презентують комунікативна складова (уміння слухати, почуття гумору, активність у спілкуванні), ораторське мистецтво (тембр, тон голосу, швидкість мовлення, літературність мови) і думка інших (позитивна, негативна, не виражена) [3, с.215]. Варто зазначити, що якість праці, на наше переконання, передовсім залежить від рівня фахової компетентності і досвіду педагога, а не лише від затрачених зусиль і часу на виконання професійних функцій. Складових візуального іміджу набагато більше, зокрема серед невербальних засобів спілкування в професійній діяльності і вчителя, і вихователя чільне місце займає праксеміка, візуальний контакт, такесика, які однак у наведеній О. Ковальовою структурі не знайшли свого місця.

Дослідниця виділила також і систему складових ознак, що характеризують імідж вчителя, віднісши до них: ознаки особистісного спрямування, професійно-спеціалізовані, соціально-визначені, технологічні.

До ознак особистісного спрямування вчена відносить: цілеспрямованість, рішучість, силу волі, емоційність, правдивість, наявність почуття гумору, інтелектуальний потенціал, оптимізм, інтуїцію в ухваленні рішень.

До ознак професійно-спеціалізованих відносить: володіння ораторським мистецтвом, уміння уникати конфліктів, уміння сперечатися, відповідність обіцянок вчинкам, хазайновитість, працьовитість, відкритість у спілкуванні, вміння взаємодіяти з органами влади, уміння підбирати кадри і керувати ними, професійний досвід. Ми вважаємо, що загалом виокремлені ознаки мають бути і у фахівця дошкільної освіти, хоча особливості об'єкта професійної діяльності вихователя безперечно накладає свій відбиток і робить їх специфічними.

Соціально визначені ознаки об'єднують, на думку О.Ковальової, популярність, респектабельність, частоту згадування в засобах масової інформації, правильний спосіб життя, прихильність до спорту, сімейність, сексуальність, зовнішній вигляд, матеріальне благополуччя.

Що стосується тих ознак, які можуть відобразити різні технології, прийоми та методи, то вони залишаються, як вважає авторка, недостатньо уточненими [3].

Оскільки в освіті, і дошкільній зокрема, переважно працюють жінки, то на увагу заслуговує і структурування іміджу ділової жінки-вчителя, запропоноване Л.Мартинець. Дослідниця виділяє такі його складові: комунікативну компетентність, інформативну тілорухливість, уміння володіти словом, гарні манери, фейсбілдинг, дрес-код [5, с.30].

Так, *комунікативна компетентність* включає вміння реалізувати функції спілкування, вибирати оптимальні види, стилі і засоби спілкування, володіти різними видами слухання, технологіями та прийомами впливу на людей (фасцинація, атракція). Стосовно жінки, як вважає дослідниця, доречно говорити про технології чарівного спілкування, що використовують секрети шарму. В учіннях для іміджмейкерів одне з визначень привабливого іміджу звучить так: уміння "красиво наслідити в пам'яті". Гарних помічають, а чарівних не забувають [5, с.30]. У процесі взаємодії вихователя з колегами, батьками вихованців, керівництвом виявляється не тільки комунікативна компетентність, але й фахово-методична, яка презентується через першу. Вона, на наш погляд, теж має зайняти своє місце у структурі професійного іміджу вихователя.

Інформативна тілорухливість – це кінесика й естетика. Кінесика – наука про комунікацію жестом і виразом обличчя. Ми б ще додали і праксеміку, яка вивчає спосіб структурування людського простору під час спілкування і допомагає зрозуміти позицію кожного суб'єкта в процесі взаємодії. Цікавий висновок з приводу невербальних засобів спілкування, які використовує жінка, робить дослідниця: "жінки без "мови тіла" нецікаві, а ті, що "розкривають своїм тілом" секрети – небережні".

Уміння володіти словом. Викладати думки логічно, обґрунтовано, правильно може багато хто. Говорити красиво, зачаровувати мелодією, інтонаціями свого голосу вміють не всі. Ще менше тих, хто має особливий дар переконувати, залучаючи людей на свій бік, той, у кого є цей дар наділений мовною харизмою. З цим твердженням не погодитися важко, проте до кінця не зрозуміло чи допускає Л.Мартинець можливість набуття мовної харизми педагогом під час виконання спеціальних вправ, чи це утворення вроджене? Володіння словом наділяє імідж ефектом, який називається звабою словом. Діловій жінці необхідні паралінгвістичні вміння: поставлений голос, виразний тембр, мелодійність, уміння інтонувати мову. У мовному контакті відбувається соціально-культурне портретування, успіх якого залежить від якості мовлення. Хто не вміє говорити, кар'єри не зробить, – підсумовує дослідниця [5, с.33].

Гарні манери. Передовсім – це скромні манери. А по великому рахунку – це знання етикету, етичних норм і вміння їх притримуватися.

Фейсбілдинг слід розуміти як постановку міміки, усмішки, погляду, посадку голови, догляд за шкірою, волоссям, зачіскою і макіяж.

Дрес-код – це знання коли і що одягати, вміння носити правильно вибраний одяг [5, с.34].

Л.Даніленко тлумачить поняття "імідж" у широкому і вузькому розумінні. Так, у широкому розумінні – це уявлення про сукупність природних і спеціально сконструйованих властивостей об'єкта. У вузькому – це свідомо сформований образ об'єкта, який наділяє його додатковими цінностями і дає можливість продукувати ті враження про об'єкт, ставлення до нього і його оцінки, які необхідні самому творцю [1].

Отже, проведений аналіз визначення дефініції "імідж", "педагогічний імідж" та його структурних елементів дозволяє зробити такі висновки:

1. У психолого-педагогічній науці існує велика кількість визначень поняття "імідж", що засвідчує його багатоаспектність.

2. Науковці тлумачать імідж у вузькому і широкому розумінні.

3. Для створення позитивного першого враження про себе як про педагога вирішальне значення має презентація зовнішнього вигляду. З часом це враження або підкріплюється демонстрацією професійної компетентності, педагогічної спрямованості, професійно-особистісних якостей, досвідом і авторитетом, або ж – ні.

4. Грамотно сконструйований імідж педагога є динамічним, тобто здатним змінюватися залежно від вимог і очікувань клієнтів (у даному випадку батьків вихованців). Позитивний імідж вихователя має задовольняти з одного боку суспільні очікування, з другого – власний рівень домагань.

5. У педагогічній діяльності особистісний імідж педагога і професійний невіддільні, оскільки професійні якості й уміння як складові іміджу формуються на основі індивідуальних психофізичних особливостей і залежать від віку, статі, темпераменту, характеру, стану здоров'я, анатомо-фізіологічних особливостей.

6. Серед складових іміджу педагога чітко не виділяється такий важливий, на нашу думку, компонент як педагогічна майстерність. У структурі зустрічаються лише деякі його елементи, зокрема зовнішній вигляд педагога, володіння вербальними і невербальними засобами комунікації.

7. Цілеспрямоване формування іміджу педагога можливе за умови не його штучного створення, а шляхом опертя на реальні характеристики особистості, що стверджує необхідність індивідуального підходу до кожного працівника педагогічного колективу дошкільного закладу.

Подальші наукові розвідки означеної проблеми будуть стосуватися конструювання визначення понять "імідж вихователя дошкільного закладу", "імідж завідувача дошкільного закладу", "імідж дошкільного закладу" та виокремлення елементів, які їх структурують.

ЛІТЕРАТУРА

1. Даниленко Л. В. Менеджмент іміджа образовательного учреждения / Л. В. Даниленко // Справочник руководителя образовательного учреждения. /<http://ivalex.vistcom.ru>.

2. Ісаченко В.В. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи [Рукопис]: дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.04 / Вікторія Володимирівна Ісаченко. – Одеса, 2004. – 215 с.

3. Ковальова О. О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу в майбутніх педагогів [Рукопис]: дис. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.07 / Олена Олександрівна Ковальова. – Одеса, 2007. – 340 с.

4. Орешкин В. Г. Тренинг формирования имиджа. 13 мастерских имидж-класса : метод. пособие / В.Г. Орешкин. – СПб. : Речь. – 176 с.

5. Мартинець Л. А. Імідж сучасного вчителя / Лілія Мартинець; упоряд. І.М. Рожнятовська. – К. : Шк. світ, 2011. – 96 с.

6. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: учебное пособие / Е. Б. Перельгина. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

7. Jenkins F. Relations – L. 1992 – 240 p.

Подано до редакції 06.06.11
