

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
Національний педагогічний університет ім. М.П.Драгоманова

Інститут розвитку дитини
кафедра теорії та історії дошкільної педагогіки

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

«Формування педагогічного іміджу майбутнього викладача вищї школи в процесї магістерської підготовки»

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I	
Теоретичні засади педагогічної іміджелогії.	
1.1. Проблема іміджу в теорії освіти і виховання.....	7
1.2. Поняття, складові та функції педагогічного іміджу.....	15
1.3. Закономірності формування іміджу сучасного педагога.	39
Висновки до I розділу	51
РОЗДІЛ II	
Формування педагогічного іміджу майбутнього викладача вищої школи в процесі магістерської підготовки.	
2.1. Стан сформованості педагогічного іміджу у студентів.	53
2.2. Система роботи з формування педагогічного іміджу.....	68
Висновки до II розділу	72
РОЗДІЛ III	
Педагогічна практика як засіб формування професійного іміджу у магістрів.	
3.1. Практика формування педагогічного іміджу у магістрантів у навчально-виховному процесі ВНЗ (формувальний експеримент)	73
3.2. Динаміка процесу та результати формування педагогічного іміджу у магістрів в процесі педагогічної практики.....	84
Висновки до III розділу.....	90
ВИСНОВКИ.....	93
ЛІТЕРАТУРА.....	95

Вступ

Бурхливі політичні, економічні та культурні зміни, які мають місце у сучасному суспільстві висувають нові вимоги до викладача, в тому рахунку і до рівня його професійної культури. Педагогічна наука повертається до особистості, як центру суспільної системи: визначає значимість та розвиток людської індивідуальності як основу позитивного розвитку суспільства при цьому велика увага звертається на професійну підготовку, формування сприйнятливості до нововведень, готовності до творчого пошуку.

Одним з пріоритетних напрямів державної політики щодо розвитку вищої освіти, як визначено в Національній доктрині розвитку освіти в Україні, є підготовка кваліфікованих кадрів, здатних до творчої праці, професійного розвитку, освоєння і впровадження наукових та інформаційних технологій, конкурентоспроможних на ринку праці. Розв'язати ці складні завдання може лише нова генерація викладачів – професіоналів, покликаних розвивати професійні здібності, виявляти таланти та формувати особистість кожного студента як майбутнього фахівця з вищою освітою.

Серед найважливіших завдань безперервної педагогічної освіти – розвиток особистісних потенційних характеристик педагога, освоєння та вдосконалення ним професійних технологій. За таких умов виникає необхідність формування нового стилю соціальної поведінки майбутнього педагога, відповідної завданням розвитку суспільства, що у свою чергу, веде до розкриття проблеми пов'язаної з таким явищем як імідж, і викликає потребу його вивчення.

Імідж – загальний компенсуючий механізм особистості, орієнтований на діяльність, являє собою фундаментальну морфему психологічної активності. Він містить цілеспрямований образ, покликаний здійснити певний емоційно-психологічний вплив на людину. Якщо говорити про педагогічний імідж, то такий образ створюється відповідно до уявлень педагога про ідеальну манеру

професійної діяльності, спілкування, зовнішнього вигляду і активно впливає на формування професійно-педагогічної культури. Він вимагає від педагога підбору індивідуального власного стилю роботи та оволодіння спеціальними технологіями самопрезентації.

Формується певний педагогічний імідж–образ педагога при взаємодії останнього із студентами, колегами, батьками, завдяки здатності до продуктивної інноваційної діяльності, що передбачає власну творчість. У створеному іміджі висвітлюються найбільш яскраві риси особистості викладача, його внутрішній світ.

Професія педагога – особлива. Вчителі – це ті люди, які постійно знаходяться на очах у всіх. Більшість з них переконані, що у педагогічному вищому навчальному закладі повинні перш за все готувати спеціалістів, які володіють певним набором знань, умінь і технологій. Таке положення речей часто призводить до того, що молодий педагог не може працювати з людьми, в тому числі із студентами, тому, що для них він не цікавий як особистість. А без інтересу до особистості педагога у студентів немає зацікавленості до вивчення його предмету. Як би не був професійно підготовлений педагог, він зобов'язаний постійно вдосконалювати свої особистісні якості, формувати особистісний імідж.

Індивідуальний або особистісний імідж сучасного педагога одна з малодосліджених проблем. Дане питання у своїх дослідженнях піднімали Горчакова В.Г., Гузій Н.В., Гуревич П.С., Калюжний А.А., Кузін Ф.А., Мітіна Л.М., Панасюк А.Ю., Перелигіна Е.Б., Подоляк Л.Г., Почепцов Г.Г., Рудницька О.П., Сагач Г.М., Сингаївська І.В., Пенькова О., Шепель В.М. Проте, досі не було розроблено системи роботи з формування педагогічного іміджу у магістрів, що потенційно є майбутніми викладачами, в процесі педагогічної практики.

Це явище цікаве для педагогічної психології та педагогіки вищої школи у світлі нових вимог, які висуваються до педагога та студента в умовах побудови

демократичного суспільства, де на першому місці стоять гуманістичні цінності: цінність особистості, її вільного морального розвитку.

Тому виникає необхідність створення теоретичної моделі для опису іміджу сучасного педагога, його структурних компонентів та механізмів формування у магістрів під час педагогічної практики. Цим було обумовлено вибір нами теми наукового дослідження:

Тема: Формування педагогічного іміджу майбутнього викладача вищої школи в процесі магістерської підготовки.

Об'єкт: Професійна підготовка майбутніх педагогів в умовах навчання у вищому навчальному закладі.

Предмет: Зміст та закономірності формування педагогічного іміджу майбутніх магістрів в період навчання та педагогічної практики.

Мета: Сформувати у студентів педагогічний імідж на основі розробленої логіко-теоретичної моделі та конкретизації змісту його структурних компонентів.

Гіпотеза: Педагогічний імідж не формується спонтанно, а є результатом цілеспрямованої діяльності педагога над власним образом, що здійснюється на основі врахування закономірностей його побудови та розвитку наступних компонентів: цілемотивованого, когнітивного, діяльнісного, оцінно-рефлексивного.

Завдання:

1. Вивчення та узагальнення психолого–педагогічних джерел з проблеми досліджень іміджу.
2. Розробка логіко-теоретичної моделі іміджу педагога на основі класичних та сучасних досліджень в галузі педагогіки та психології міжособистісних відносин суб'єктів навчально-виховного процесу.
3. Вивчення закономірностей формування індивідуального іміджу педагога з урахуванням його особистісних психологічних особливостей і вимог до професійної діяльності.

4. Розробка та дослідно-експериментальна перевірка ефективності впровадження у педагогічну практику магістрів технології побудови суб'єкт – суб'єктної взаємодії учасників навчального процесу на основі розробленої моделі педагогічного іміджу.
5. Розробка психологічно обґрунтованих методик конструювання особистісного іміджу педагога для використання студентами та магістрами під час навчання та педагогічної практики.

Методи: Для вирішення поставлених завдань і перевірки гіпотези використано комплекс наукових методів дослідження.

Теоретичні методи дослідження: аналіз, порівняння, систематизація, класифікація та узагальнення даних психолого-педагогічної літератури з проблеми дослідження, вивчення документації вищих навчальних закладів, вивчення та узагальнення досвіду роботи педагогів вищих навчальних закладів, які дали змогу сформуванню власний погляд на проблему дослідження та виявити наукові засади створення експериментальної моделі цілеспрямованого формування педагогічного іміджу у магістрів.

Емпіричні методи дослідження: бесіди, анкетування, спостереження, аналіз та узагальнення незалежних експертних характеристик, що сприяли вивченню реального стану проблеми у сучасній вищій освіті, педагогічний експеримент, статистична та аналітична обробка даних дослідження.

База: Інститут розвитку дитини НПУ імені М.П. Драгоманова

Загальна кількість студентів, що брали участь у дослідженні – 102 особи; у педагогічному експерименті – 46 студентів-магістрантів.

1.1. *Проблема іміджу в теорії освіти і виховання.*

Імідж, являючи собою своєрідну, закріплену в образах, символах і нормах, програму соціальної поведінки людей та їхніх об'єднань, виник разом з найпершими феноменами групової поведінки. І на сьогоднішній день чітким є для нас образ матері – берегині роду, що прийшов з часів матріархату. В ньому втілені основні риси особливості жінки. Образ батька – основоположника, захисника і годувальника сім'ї прийшов до нас з часів патріархату і закріпився у свідомості людей. Образ вчителя в історії вимальовувався поступово і в його становленні нами були виділені умовні етапи.

Початковий етап починається з розквітом Давньогрецької держави, в якій були здійснені перші спроби окреслити вимог до педагога. У цей період вчитель стояв поруч з філософом – любомудром, оратором – златоустом, божественним поетом, пророком-віщунном, царем. Він був провісником правди, служив істині, добру, красі, вмів сам і вчив інших тлумачити «мертвий» текст, блискуче володів ораторським та евристичним мистецтвом, міг захистити істину, враховуючи зауваження інших, ясно і чітко пояснити свою точку зору, володів «сократівським» методом ведення бесіди, діалоговою культурою, вмінням організувати маси; був творчою людиною, вмів перевтілюватися. Він мав володіти інтелектом, дотепністю, думками філософа, словами мало не поета, пам'яттю законодавця, голосом трагіка; грою, як у кращих лицедіїв [20, 289].

Оратори Давньої Греції та Риму уособлювали в собі образ добропорядного громадянина, який мав силу волі та розуму, викликав довіру. Його найважливішими моральними якостями були: чесність, скромність, доброзичливість, передбачливість.

В очах вихованців вчитель – златоуст набув особистої магічної сили, божественної краси й значущості. Він володів різними видами і жанрами

красномовства. Великий Платон писав у своїх «Діалогах», що дитина народжується двічі: перший раз фізично, другий – духовно, і біля духовної колиски дитини часто стоїть духовний наставник – учитель. Він прищеплює душі дитини високі моральні цінності, якості, зокрема благородні почуття віри, надії, любові, глибокої поваги до своєї країни, тому він є в очах дитини «другим батьком» [46, 76].

Другий етап – середньовіччя, змальовує образ учителя в контексті розуміння його церквою: Ярослав Мудрий, Іоанн Златоуст. Православна традиція, як і християнська, в цілому, вбачала в образі педагога людину, що володіла «християнськими чеснотами», «мудрістю розуму» та моральністю – «мудрістю серця».

Ярослав Мудрий наставляв учителів: вчити й любити всіх дітей однаково, бути благочестивим, розсудливим, смиренным, мудрим та лагідним, не заздрисним, не п'яницею, не хабарником, прихильником благочестя, а в усьому – взірцем добрих справ.

Третій етап – формування вимог до особистості вчителя в період епохи Відродження:

Я. Коменський у «Материнській школі» відзначив, що за мудрим і рятівним рішенням здавна було встановлено, щоб у кожній державі освіта юнацтва, поряд з правом покарання, доручалась мужам мудрим, благочестивим і поважним. У праці – «Про вигнання з шкіл відсталості» Я. Коменський зазначав, що хорошим учителем є той, хто намагається не тільки вважатися, але й бути таким, тобто вчителем, а не однією лише личиною вчителя. Отже він не повинен ухилятися від пов'язаної з учительованням праці, а сам її шукати, виконувати її не заради форми, а серйозно. ...Хороший учитель шукає учнів. Він шукає чого вчити, бо він горить нетерпінням навчити всіх всього, що тільки можливо. Він думає про те, як вчити, щоб напій науки діти могли проковтнути без побоїв, без крику, без насилля, без огиди, словом привітно і приємно. Школа не могла терпіти такого вчителя, який не наділений мораллю, чесністю.

Від учителя вимагалось бути освіченим і завжди прагнути до розширення своїх знань і досвіду [26].

Четвертий етап – конкретизація вимог до педагога в епоху Просвітництва.

Послідовник Я. Коменського Й. Песталоцці вважав, що вчителем має бути не просто освічена людина, підготована до того, щоб передавати дітям свої знання. Він має, насамперед, щиро любити дітей, будувати навчання і виховання на основі знань про фізичні і психічні особливості учнів, незмінно виявляти у своїй діяльності педагогічний такт. Високо цінував Песталоцці в учителів такі риси, як кмітливість, життєрадісність і безпосередність, скромність, моральну чистоту. Саме ці якості учителя здатні допомогти йому завоювати симпатії дітей, увійти з ними у тісне спілкування, користуватися з їх боку заслуженою любов'ю та повагою. І лише за цієї умови учитель в змозі буде всім своїм виглядом і поведінкою служити гідним прикладом для дітей [46, 87].

Автор концепції виховання джентльмена – англійський філософ Джон Локк, розробив програму виховання хлопчика для дітей аристократичного походження починаючи з раннього віку та систему формування характеру. Він прагнув, щоб сам вчитель спочатку був джентльменом, виховував вільну особистість, не зазіхав на її свободу [46, 85].

Французький мислитель Ж.-Ж. Руссо обґрунтував у книзі «Еміль, або Про виховання» ідеал природо відповідного виховання. На його думку наставник повинен давати дитині можливість відчувати себе господарем середовища та налаштовувати її на самостійний пошук істини.

У XVII – XVIII столітті випускник Києво-Могилянської академії, мав володіти кількома мовами, трьома стилями мовлення. Найвидатнішим оратором вважався той, хто визначався у всіх цих стилях, застосовував їх відповідно до справи [20, 29].

Вітчизняний педагог Г. Сковорода був взірцем гармонії, мудрості і таланту педагога. Він створив етичний ідеал вільної, незалежної людини, наставника

молоді, з високою гідністю, який володіє скарбами «спокою нерушеного», «здоров'я міцного», «серцем незламним», «зрівноваженим духом», «мудрою розсудливістю», «веселістю ясною», закликав не марнувати час, а «з радістю творити добро» [20, 291].

П'ятий етап – формування вимог до педагога в період розвитку капіталістичних відносин, у який остаточно сформувалася класична педагогіка Нового часу, утвердилася в науці ідея про невичерпні можливості людини, неповторність особистості.

Представник даного періоду, англійський фабрикант Роберт Оуен ретельно добирив педагогів для Нью-Ленаркського «Нового інституту формування характеру». Природна доброта у них повинна була поєднуватися з привітністю та розумом, правдивістю, умінням розуміти дітей та впливати на них не методом покарань, а любов'ю та заохоченням, через організацію спільної, цікавої діяльності [46, 90].

На думку німецького педагога Адольфа Дістервега, хороший учитель повинен досконало володіти своїм предметом, любити свою професію і дітей. Справжній вчитель має твердо і неухильно втілювати в життя свої педагогічні принципи та не відступати від них [2, 10].

Значний вплив на педагогічну науку і практику справили ідеї письменника і педагога Льва Толстого. Він вказував, що основними рисами народного вчителя має бути – любов до дітей та педагогічної праці, а також педагогічна майстерність, або «талант». Ним була запропонована своєрідна ієрархія складових професіоналізму вчителя: якщо вчитель любить свою справу, то він буде хорошим вчителем, якщо вчитель любить дітей, як батько або мати, то він буде кращим ніж той вчитель, що прочитав усі книги, але не любить ні своєї справи, ні своїх учнів, якщо учитель поєднує у собі знання, любов до справи та учнів – тоді він є досконалим вчителем [2, 11].

К.Ушинський справедливо вважав, що справа вчителя скромна ззовні – є однією з великих справ в історії людства. Виховання «...має просвітити свідомість людини, щоб перед її очима лежав ясний шлях добра» [46, 93].

Шостий етап – розвиток наукових ідей про вимоги до особистості вчителя в період побудови соціалізму. Це період створення новітніх концепцій, де за основу береться особистість дитини, бо вона – є «унікальним світом», який педагог повинен зрозуміти, прийняти і знайти з ним шляхи взаємодії.

Видатний український педагог Антон Макаренко, серед вимог до професійних якостей педагога, визначив можливість і уважне ставлення до особистості. Він застерігав, що учні вибирають вчителя і більш за все цінують його за майстерність, кваліфікацію, золоті руки, глибоке знання предмету та ясний розум [2, 11]. Основними професійними якостями вчителя є: працьовитість, цілеспрямованість, воля, мужність та самовідданість. А. Макаренко також вважав, що вчитель не може нехтувати естетикою свого зовнішнього вигляду. У закладі, де він працював, було прийнято на роботу приходити в найкращому одязі. Учитель з нечищеним взуттям та несвіжою носовою хустинкою не допускався на урок.

Образ ідеального педагога вимальовується в творах В. Сухомлинського, який узагальнив всі вимоги до цілісної моделі особистості та сформував сто порад вчителю школи. Ним було розроблено поняття «хороший вчитель», як людина, яка любить дітей та відчуває радість від спілкування з ними, вміє дружити та вірить, що кожна дитина може стати хорошою людиною, приймає близько до серця дитячі радощі, біди, знає душу дитини [46, 103]. Особливу увагу він звертав на внутрішню культуру та етику поведінки і спілкування вчителя. Він вважав, що вчителю, перш ніж робити дисциплінарне зауваження учневі, треба легенько доторкнутися до плеча чи покласти руку на голову, заглянути в очі. Така поведінка вчителя воістину гуманна.

Шалва Олександрович Амонашвілі порівнював професію педагога з професією актора і заповідав «Даруй себе дітям!» На думку Ш.О. Амонашвілі

педагог повинен бути добрим, любити дітей такими, які вони є; уміти розуміти їх та цінувати їхні почуття, рахуватися з їх думками, та не підпорядковувати своїй силі, бути оптимістом, володіти здатністю перевтілюватися та вдало входити в образ [46, 104]. Його думки співзвучні з думкою К.С. Станіславського про те, що якщо образ вчителя приємний, добре сприймається, то в ньому вже закладена початкова сила духовного зростання. Такого вчителя хочеться слухати і йти за ним [57, 36].

Сучасний етап – період розвитку спеціальних досліджень та наукових підходів до формування образу педагога.

Професійний метод вивчення особистості та діяльності вчителя розкрили такі українські педагоги, як Ф.Гоноболін [11], І.Зязюн [42], Н.Кузьміна [27], О.Мороз [37], Д.Ніколенко [40], В.Сластьонін [54] та інші.

Професіограму вихователя дошкільного закладу розробили Н. Гузій [20], Л.Завгородня [18] та Т.Поніманська [46]. Термін «професіограма» буквально означає опис професії і є всебічною характеристикою тих рис особистості, що забезпечують успішне виконання роботи.

Професіограма вчителя – це його первісна якісно-описова модель [56, 4]. За останні роки було створено ряд професіограм учителів різних спеціальностей, але найбільш повне узагальнення необхідних педагогові професійних якостей здійснено в роботах І.Зязюна [41] та О.Мороза [37], які змогли розкрити і методику їх формування у студентів в процесі навчання.

Сучасний етап дослідження вимог до особистості педагога можна назвати іміджевим, або технологічним. Іміджевий етап – це період створення нових іміджевих технологій, які розкривають сучасні підходи до побудови іміджу та їх вплив на особистість. Це період становлення педагогічної іміджелогії, як нової інтегрованої галузі педагогічного знання, яка спирається на глибоке коріння в історії педагогічної думки. Він починається ще в 60-ті роки ХХ сторіччя і продовжується зараз.

Слово імідж з'явилося в нашій мові у кінці 60-х році ХХ століття, а в 90-х роках вийшла книга В. Шепеля „Имидж и секреты личного обаяния”, в якій він визначив формування нової галузі наукових досліджень – іміджелогії, науки, що не тільки будує імідж практично, а й пояснює його аспекти. Кінець ХХ сторіччя ознаменувався виникненням нової професії – іміджмейкера, або людини, яка професійно та досконало володіє мистецтвом створювати імідж іншій людині.

Щаслива та людина, яка вабить до себе іміджем від Бога. Але привертають до себе симпатії та увагу люди, котрі з успіхом створюють свій творчий імідж завдяки технології самопрезентації [67, 7].

В останні роки з'явилося немало робіт присвячених іміджу та іміджелогії, які містять наукове обґрунтування окремих практичних результатів з побудови іміджу [28, 44, 48].

Цікавим для вивчення є унікальний курс по створенню особистого іміджу на основі іміджевої технології [14, 130], у якій розкриваються не тільки саме поняття, критерії та етапи формування іміджу, а також його моделювання на основі іміджевих технологій.

Відома також японська іміджева технологія (JIS), яка виділяє основні компоненти іміджу, визначає знакові характеристики особистості, виявляє додаткові складові іміджу та розкриває способи реалізації креативних іміджевих ідей.

Поява вчителя, який усвідомлено створює свій особистий імідж, дозволяє говорити про виникнення нової галузі іміджелогії – педагогічної, яка дозволяє по новому подивитися на навчання у вищих закладах та на самого педагога.

А. Калюжний у своїй роботі «Психология формирования имиджа учителя» здійснив не тільки теоретичне обґрунтування природи іміджу вчителя, його характеристики і типів, а також описав інструментарій його формування [22, 42].

Цілезмістовні компоненти підготовки педагога в аспекті категорії професіоналізму були розроблені Н. Гузій. Нею були розкриті механізми формування іміджу та технологія його побудови, як система послідовних етапів створення образу вчителя, органічно пов'язаних між собою [20, 300].

Узагальнюючи все вищесказане, можна зробити наступні висновки:

- Імідж являє собою своєрідну закріплену в образах, символах і нормах, програму соціальної поведінки людини.
- Імідж, або образ педагога, як взірця для наслідування дітьми, формувався поступово, охоплюючи як внутрішні так і зовнішні якості людини.
- Вчення про педагогічний імідж формувалося поступово і пройшло у своєму розвитку 6 етапів: від початкового до сучасного.
- Сучасний етап є науковим, про що свідчать цілеспрямовані дослідження в освітній галузі, поява науки – іміджелогії та професії іміджмейкера.
- На перших етапах значне місце серед якостей педагога посідали загальна ерудованість та ораторські здібності. Згодом до них приєдналися моральні якості, вимоги до поведінки та зовнішнього вигляду. На сьогоднішній день імідж педагога об'єднує комплекс внутрішніх та зовнішніх якостей особистості, що потребують цілеспрямованого формування, розвитку та вдосконалення.

1.2. Поняття та складові педагогічного іміджу.

Поняття імідж в останні роки міцно увійшло до словника сучасної людини. Воно виникло від латинського слова *imago* – «образ», яке пов'язано з іншим латинським словом – *imitate*, «імітувати», «відтворювати» [14, 7].

У словнику російської мови слово «образ» має декілька значень: «вид», «уявлення», «тип», «характер» [14, 12].

Те, що в англійському світі називається поняттям «імідж», в російській мові трактується як «думка», «судження», які висловлюють оцінку, відношення та погляд.

Імідж – це цілеспрямовано сформований образ, багатозначне послання, адресоване різним людям, взаємозбагачуючий діалог, багатообразний, стереотипний або особистісний [14, 4].

Отже, під образом ми розуміємо не тільки візуально сприйнятий зовнішній вигляд, але і образ мислення, дій та вчинків людини. Слово «образ» використовується в широкому розумінні – як уявлення про людину. Це означає, що поняття імідж може трактуватися і так: це оцінка людини іншими людьми: якою вони її бачать, як оцінюють та як до неї відносяться.

Імідж є прийомом психологічного впливу на особистість, способом саморегулювання та самонавіювання, найважливішим елементом передстартової підготовки, необхідним атрибутом різних досягнень. В ньому відображена сукупність як реальних, так і очікуваних якостей. Успішність іміджевого впливу обумовлена спектром особистісних і образних трансформацій. Умови для такого перевтілення забезпечуються емоційністю, творчим станом та інсайтовими іміджевими ідеями [14, 14].

А. Калюжний визначив такі основні підходи до іміджу: перший, функціональний, при якому виділяються його типи, виходячи із різних функціонувань; другий, контекстний, при якому дані типи функціонування знаходяться в різних контекстах реалізації; третій – зіставлення, при якому порівнюються близькі по значенню іміджі.

Іміджологія оперує поняттями особистого іміджу, яке визначається як поєднання зовнішніх та внутрішніх складових особистості. Ці характеристики зумовили такі типи іміджів: самоімідж – сприймання особистістю себе; імідж, який сприймається іншими; бажаний імідж. Останній поділяється на особистісний або індивідуальний та професійний, що буває позитивним і негативним. Їх можна побачити на рисунку 1.1.

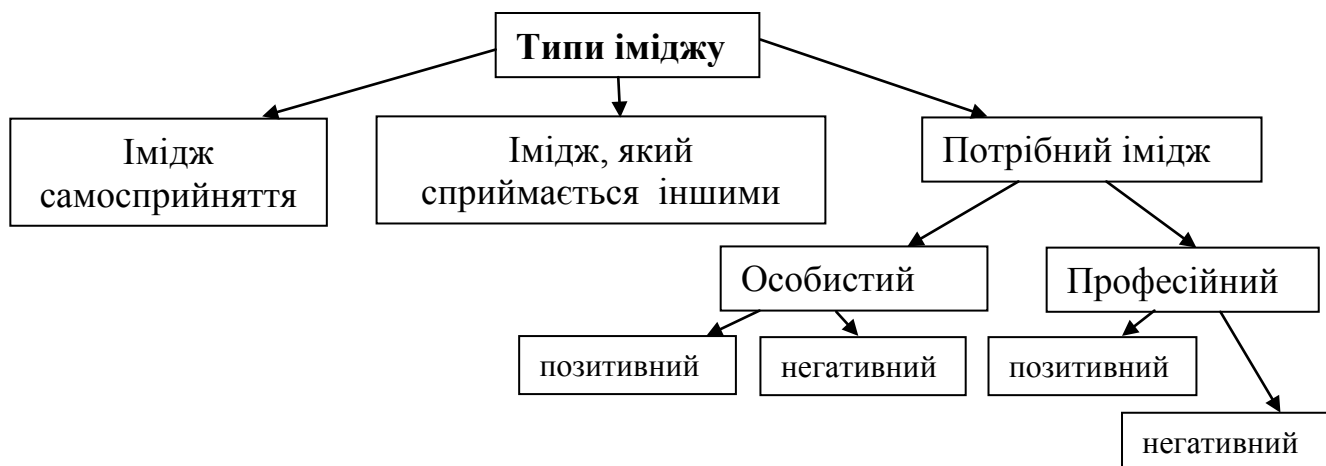


Рис.1.1: Типи педагогічного іміджу за М.Скрипник та А. Калюжним.

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 іміджології Г. Почепков 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 в структурі психіки педагога. Зовнішніми ознаками цих змін є:

- дидактична, 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 під впливом матеріалу, що повторюється, розумових і мовленнєвих штампів;
- упевненість у власній непогрішності;
- сухість і формалізм у стосунках.

Зрозуміло, що в даному діапазоні перераховані негативні тенденції виявляються не в кожного педагога. Однак імовірність виникнення професійних шаблонів достатньо висока. Тому педагогічний імідж, який сприймається, може частково оперувати згаданими характеристиками. Для управління цим типом іміджу педагог має здійснювати рефлексію – звернення свідомості до себе самого – одночасно з роздумами, спрямованими назовні, до цілого світу.

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.

Що стосується особистого або індивідуального імідж – це узагальнена суть «Я», образ, який складається в свідомості однієї людини при взаємодії з іншими [14, 19].

На думку У.Джеймса, К. Роджерса, Р. Бернса, імідж потрібно розглядати як формування «Я - образу» пов'язаного з «Я-концепцією» особистості. Головним в Я-концепції особистості є оцінний компонент – самооцінка, тобто

думку про особисті цінності, які існують у вигляді установок конкретної людини. Щоб створити себе, створити уявлення про себе, людина повинна об'єктивізувати себе внутрішньо, виразити свої суб'єктивні стани в символах, зрозумілих іншим людям [14, 20].

«Я-концепція» включає три модальності самоустановок: реальне «Я» – сприйняття своїх актуальних здібностей, ролі, актуального статусу, дзеркальне «Я» – уявлення про те, як тебе бачать інші, реальне «Я» – уявлення про те, яким би індивід хотів стати. Розходження «Я-концепції», ідеального «Я» та безпосереднього досвіду є джерелом особистої дисгармонії. За словами В. Горчакової, імідж як прагнення до ідеального «Я» існує, коли виникає естетична тенденція особистості до росту, розвитку і самовдосконалення.

Індивідуальний імідж педагога є проекцією його особистості – наявністю особистого обличчя та сумою індивідуальних характеристик, що роблять його неповторним, [за словами С. Рубінштейна]. Особистість має свої позиції, своє яскраво виражене відношення до життя, світобачення, до якого вона прийшла на основі великої свідомої роботи. Вона має самостійні думки, небанальні почуття, силу волі, здібність і внутрішню пристрасть. Висока оцінка ототожнюється з почуттям власної гідності.

Індивідуальний педагогічний імідж буває позитивним та негативним, і залежить від правильного та вмілого вибору засобів впливу на суб'єктів педагогічної діяльності та бажань педагога. На нашу думку, власний позитивний імідж великою мірою залежить від внутрішньої сутності людини: системи цінностей, переконань, позицій, що виявляється і у зовнішньому вигляді. Такій особистості притаманні риси: власної гідності, самоповаги, відповідальності за себе і майбутнє, висока професійна самооцінка, потреба в самореалізації, гнучкість у пошуку творчих альтернатив у процесі навчання.

Позитивний імідж викликає відчуття молодості, свіжості та здоров'я. Він ефективний, результативний, іноді перевищує очікування [53, 2].

Учитель – посередник між дитиною і її духовними цінностями, лише через нього діти розуміють дійсність та інших людей. Завоювати любов дітей – головне завдання вчителя, бо тільки з його допомогою дитина входить у світ знань і засвоює моральні цінності суспільства.

Імідж – результат свідомої роботи. Особливо це стосується ситуації, де він є частиною професійного успіху. Професія педагога потребує створення іміджу і через потреби ринкової економіки. Вже не достатньо бути просто професіоналом високого класу. Особистий імідж педагога є важливим доповненням або необхідною умовою його ефективної діяльності.

За суспільно визнаною думкою, імідж учителя – це стереотип образу педагога в уявленнях учнів, колег та соціального оточення. За соціальним визначенням імідж учителя – це символічний образ суб'єкту, який виникає в процесі взаємодії педагога з учасниками педагогічного процесу.

У суспільній свідомості існує, у першу чергу, імідж професійного педагога, який уособлює та узагальнює найбільш спільні характеристики, які притаманні різним педагогам і закріплює їх у вигляді образу – стереотипу. Сьогодні імідж є невід'ємною частиною професійного успіху.

Н.В. Гузій пропонує розглядати *поняття педагогічного іміджу як полісемантичну категорію, що характеризує стиль професійно-педагогічної діяльності, манеру спілкування, вміння індивідуалізувати свій образ, надавати йому естетичної виразності*. Суспільство породжує вимоги до професійного іміджу педагога, впливає на його зміст. Але із покоління в покоління незмінним залишаються такі якості ідеального педагога, як любов до дітей, учнів, студентів; високий професіоналізм, доброзичливість, щирість, вміння спілкуватися [20, 282].

Педагогічний імідж повинен бути таким, ніби увесь світ зацікавлений у вашому хорошому настрої, відмінній зовнішності, міцному здоров'ї та успішності. Дуже важлива зовнішня індивідуальність, яку потрібно зберегти або створити, не зашкоджуючи професії [22, 37].

Закоханий в учнів і зацікавлений своєю працею педагог за допомогою інтуїції вибирає ті методи поведінки, які є найбільш адекватними та актуальними [67, 20]. На нашу думку, педагогічний імідж включає в себе професіоналізм, педагогічну майстерність, індивідуальний стиль педагогічної діяльності, педагогічну компетентність та артистизм.

Педагогічний артистизм передбачає відкритість та безпосередність вчителя, вміння говорити і діяти прямо, ділитися тим, що накопичилися в середині. Він є поєднанням духовних і фізичних якостей, допомагає знайти зв'язок з учнями, завоювати їх довіру. Артистичний педагог має здібності заражати своїми переживаннями та радістю інших людей.

Велике значення приділяється творчій активності педагога, яка мотивується системою загальнолюдських та професійних цінностей, соціально-педагогічними поглядами та ідеями, а також обумовлюється розвитком педагогічного інтелекту та емоційної чутливості. Проблемно-пошуковий стиль мислення, логічність у поясненні та узагальненні навчальної інформації, багата уява, фантазія та емоційна забарвленість, самостійність, наполегливість, сміливість, висока здатність до персоналізації, інноваційна поведінка – все це виступає стержнем педагогічної креативності і зовні відображається в педагогічному артистизмі, імпровізованому характері поведінки педагога.

На нашу думку, творча особистість вірить у власні сили і має незалежне мислення. Її характеризує відкритість розуму, готовність проявляти фантазію, висока толерантність до невизначених та невирішених ситуацій, розвинуте естетичне почуття, прагнення до краси. Безперечно, обирають того педагога, у якого склався імідж майстра, гуманіста та професіонала.

Існують три групи пріоритетних якостей, що формують позитивний імідж педагога [49, 51].

До першої групи належать такі природні якості, як: комунікабельність (здатність легко сходитися з людьми), емпатійність (здатність до

співпереживання), рефлексивність (здатність зрозуміти іншу людину), красномовність (здатність впливати словом).

Ці якості складають матрицю природних обдарувань, що характеризуються як «мистецтво подобатися людям». Як підтверджує практика, володіння даними здібностями і постійне вдосконалення їхнього використання – основа успішного створення особистого іміджу.

До другої групи якостей належать характеристики особистості, які є наслідком її освіти і виховання. Це – моральні цінності, психічне здоров'я, володіння набором комунікативних технологій. Такими технологіями є: міжособистісне спілкування, діловий спіч, попередження і подолання конфліктних ситуацій.

До третьої групи якостей належить ті, що пов'язані з життєвим та професійним досвідом особистості. Особливо цінно, коли досвід допомагає людині бути більш інтуїтивною у спілкуванні. Це має величезне значення у формуванні іміджу.

Педагогу, як нікому іншому, потрібно завжди бути прикладом для наслідування, це стосується навіть його настрою, тому що роздратований педагог створює напружену обстановку.

На думку Л. Гофмана позитивний імідж педагога ґрунтується на самоповазі – високій самооцінці, самоприйнятті та любові до себе, оптимізмі – як постійній надії на покращення справ, екстраверсії – як спрямованості до зовнішнього світу, відкритістю, об'єктивністю, вмінню спілкуватися, виявляти активність, умінню контролювати час через організованість та самоконтроль.

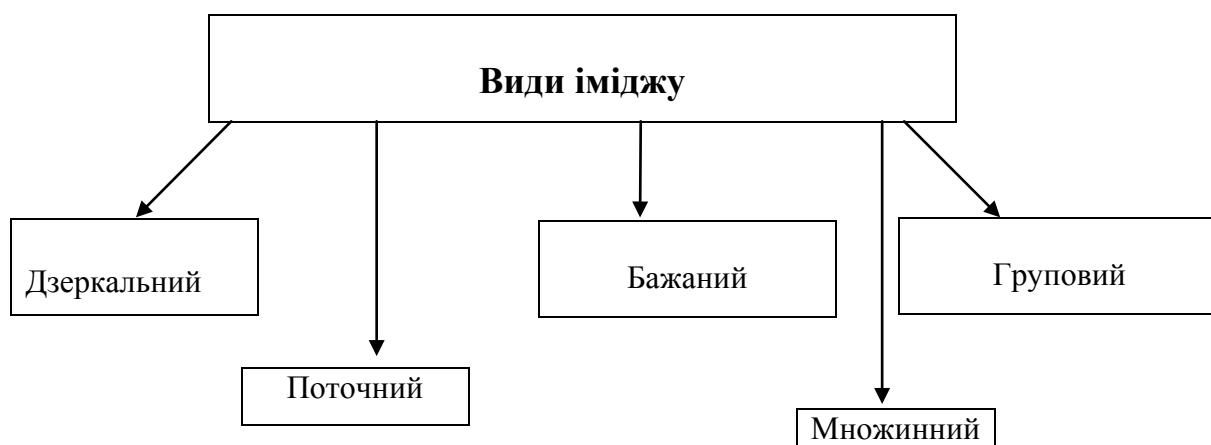
Позитивний імідж вчителя характеризує демократичний стиль спілкування, формування у дітей психологічної безпеки та захищеності, повній в доброзичливості і повазі зі сторони педагога [22, 37].

Педагог з позитивним іміджем постійно і свідомо здійснює самопрезентацію. Він повинен подати себе, свій характер, свій ситуативний стан так, щоб викликати необхідне сприйняття в учнів. Він відстоює і підтримує

створений ним образ. І щораз педагог має твердо знати, яким він хоче постати перед учнями, тому залежно від цих цілей обирається техніка само презентації.

Педагоги з негативним іміджем говорять на уроці самі, працюють за шаблоном, емоційно скуті, мають підвищений рівень тривожності, використовують дисциплінарні засоби впливу, не враховують особистості студента, або ж вибірково до нього відносяться. Такі педагоги мають авторитет пригнічення, відстані, педантичності та байдужості.

При функціональному підході виділяються декілька видів іміджу, які схематично представлені на рис.1.2.



Мистецтво подобатися людям

Рис. 1.2: Види іміджу за А.Калюжним.

Дзеркальний – цей імідж притаманний нашому уявленню про себе. Ми немов дивимося в дзеркало. Це позитивний тип іміджу, бо ми психологічно завжди висуваємо на перше місце позитив. Його негативною стороною може бути мінімальне врахування думки зі сторони.

Поточний імідж розглядається як бачення зі сторони. Найчастішим недоліком є інформованість, нерозуміння і упередженість, які формують імідж педагога не менше ніж власні вчинки. Важливим завданням є створення не стільки сприятливого, скільки правильного типу іміджу.

Бажаний імідж педагога диктується ідеальними баченнями його особистості в соціальному житті. Визначальним для нього є наявність у педагога здатності народжувати неординарні та нестандартні ідеї, уникати

традиційних схем у мисленні, конструктивно розв'язувати різні проблемні ситуації.

Виховання особистості залежить, передусім, від особистості, тобто педагога – носія загальноприйнятих, усталених, нетрадиційних підходів до організації навчально-виховного процесу. Учитель, як організатор культурної діяльності, забезпечує систематичний інформаційний вплив на оточуючих, формує в кожного учасника освітнього процесу ідеї, цінності, зразки поведінки.

Існує також груповий імідж. Конкретні процеси формування іміджу в колективі студентів опосередковані специфікою регламентації і причинності, видом лідерства в ній, ситуацією, а також активністю педагога, що може блокувати прагнення до використання певного іміджу. Як показують дослідження Л.М.Мітіної, ідеальний образ викладача не однаковий для різних груп студентів. Він залежить від спрямованості групи – ділової, емоційної. В ході вивчення згуртованості групи студентів склалися різні за змістом списки бажаних особистісних якостей педагога. Студенти по-різному реагують на вибір викладачем іміджу та стилю спілкування [36].

Імідж є динамічним утворенням, він не може бути заданим раз і назавжди. Якщо сьогодні він влаштовує вас, то завтра можлива ситуація, яка потребує його коригування. Остаточне рішення щодо цього кожен приймає сам, враховуючи обставини, потреби та вік людини, що впливає на переоцінку цінностей, зміну пріоритетів, набуття досвіду тощо.

Відношення до іміджу у різних педагогів різне. На нашу думку, негативно відноситься до нього певна частина представників старшого покоління вчителів, які його розуміють як маску, сприймають упереджено, як виклик або намагання бути не щирим. Або ж вважають, що створювати імідж повинні молоді вчителі, а старшим не потрібно змінюватися. Така тенденція призводить до того, що такі педагоги стають нецікавими як особистість, особливо для молоді.

Множинний імідж – це імідж, який утворюється коли є декілька структур замість однієї групи [22, 10].

Імідж – в науковому розумінні є збірним образом людини. Імідж може бути спонтанним або майстерно побудованим, неосмисленим і осмисленим.

До іміджу відносимо внутрішню сутність людини: вміння спілкуватися, мистецтво говорити та слухати [67]. Разом з освітою, тактом, діловими якостями наша зовнішність є або продовженням гідності, або ще однією негативною рисою.

У побутовому розумінні слово «імідж» використовується по відношенню до людини у двох значеннях: як зовнішній вигляд та її репутація, тобто її зовнішні та внутрішні прояви зливаються разом.

Найбільш значимими складовими педагогічного іміджу є: зовнішній вигляд, використання вербальних і невербальних засобів спілкування, внутрішня відповідність образу професії – внутрішнє «Я».

Ці складові схематично представлені на рис 1.3.

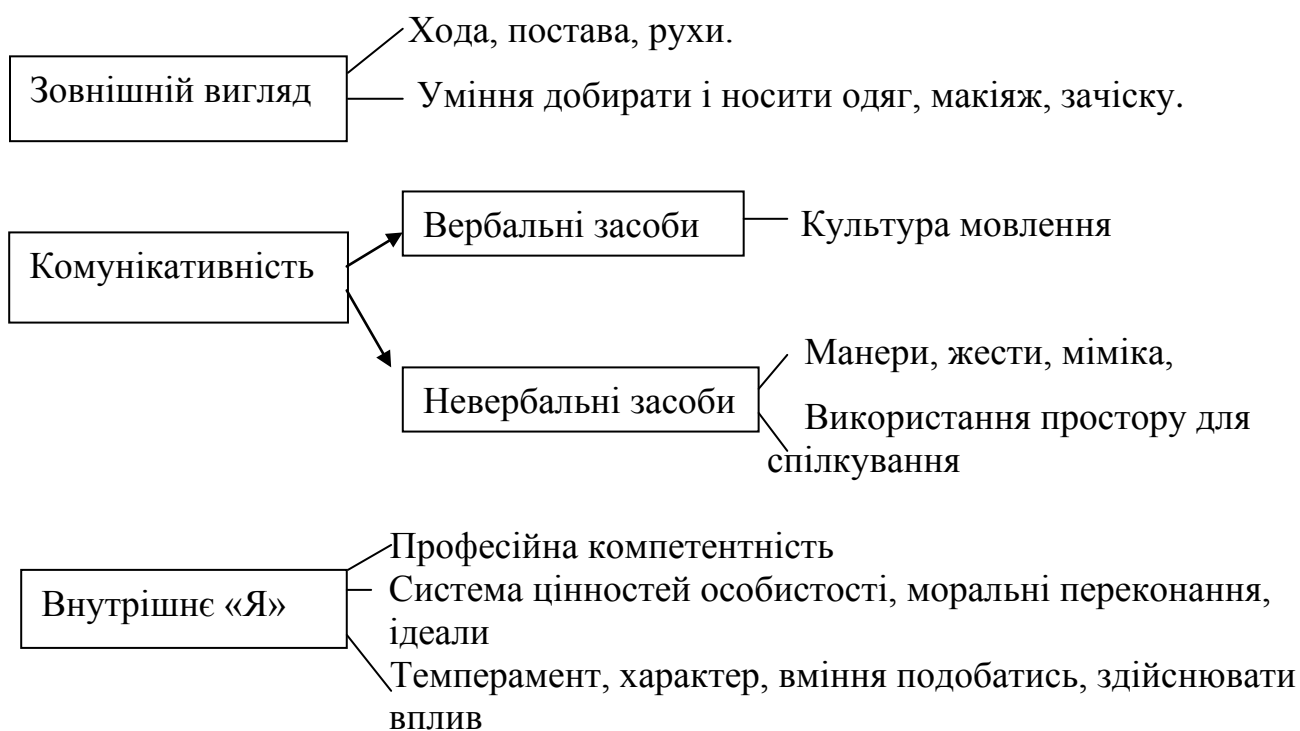


Рис. 1.3: Складові педагогічного іміджу та їхні прояви, за А.Калюжним.

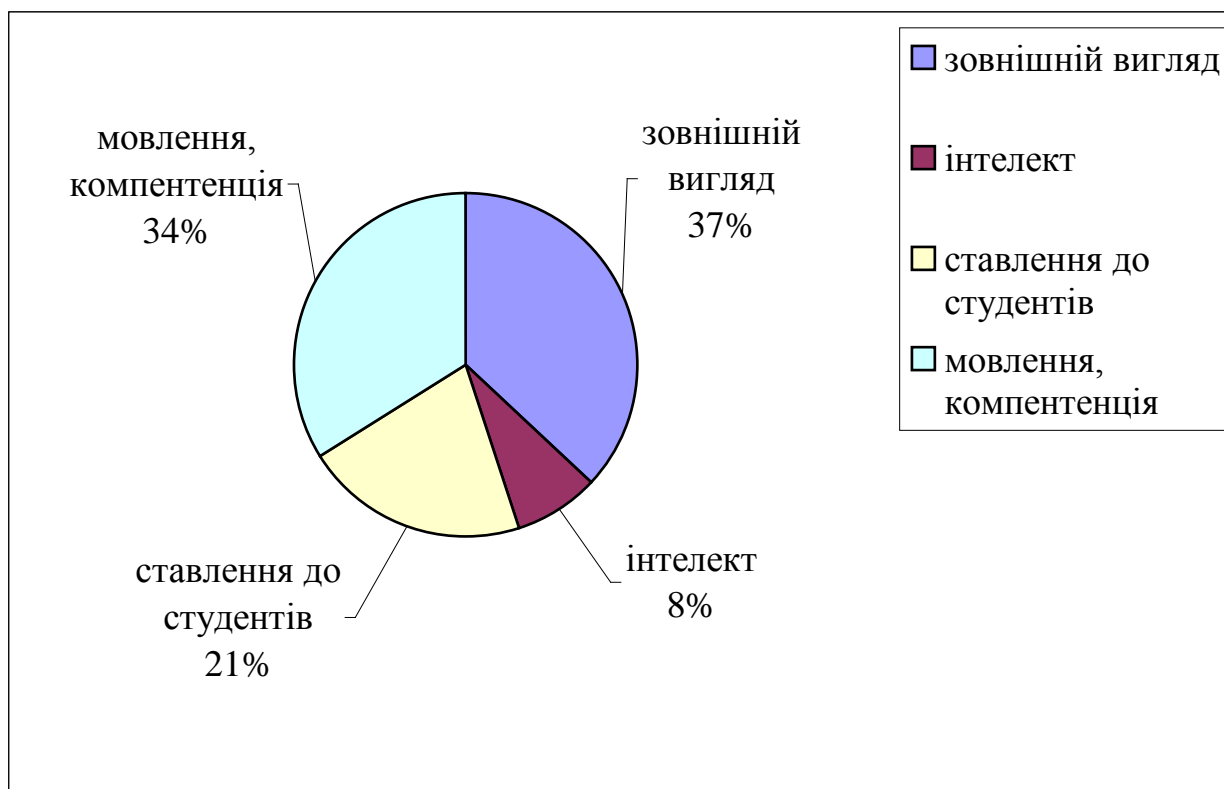
Внутрішня складова іміджу визначає стан людини, який впливає на її зовнішність, визначаючи її мимічні та поведінкові реакції. Зовнішній імідж повинен відповідати інтересам суспільства, готувати учнів до отримання певної інформації.

Американським психологом Міллером було відібрано фотографії різних людей для оцінки їх внутрішнього світу за зовнішніми проявами. Оцінювали їх інші люди, які називали «красивих» людей більш впевненими, щасливими, урівноваженими, енергійними і більш духовно багатими. Психологи називають це ефектом ореола. Першим кроком на шляху до створення «ефекту ореола» можна вважати роботу над своїм власним іміджем і починається вона із зовнішнього вигляду. Зовнішня привабливість – є основною складовою іміджу педагога [47, 41].

Зовнішній вигляд – це символ, що без слів розповідає про те, на якому ступені соціальних сходів перебуває людина, до якого кола професій належить, який її характер, темперамент, фінансові можливості, смак, іноді навіть сімейний стан. Через безліч каналів людина (свідомо чи підсвідомо) посилає іншим людям інформацію про себе, на невербальному рівні розповідає про те, що вона являє собою [49, 32]. Люди формують особисту думку про інших протягом перших п'яти секунд знайомства, а 85% із них будують своє перше уявлення на основі зовнішнього вигляду [за даними Н.В. Панферова, 90 роки ХХ ст.].

Педагогу слід пам'ятати, що дуже важливим є вияв його зовнішньої індивідуальності, яку потрібно зберегти або створити не зашкодивши професії.

Становлять інтерес дані опитування студентів за 2006 рік, про ознаки за якими у них складається перше враження про викладача. Вони представлені у діаграмі 1.1:



Діаграма 1.1: Фактори впливу на перше враження особистості викладача на особистість студента.

Зовнішній вигляд педагога запам'ятовується учнем відразу і це враження з часом дуже важко змінити. Не секрет, що діти хочуть мати вчителя із приємною зовнішністю, елегантно одягненого, охайного, з привабливим макіяжем, модною зачіскою, та хорошими манерами. Тому постаючи перед класом, вчитель має бути впевненим, що він має гідний вигляд. Професійні вимоги до педагога: ідеально виглядати, триматися впевнено і мати почуття гумору [19, 85].

Бувають випадки, коли професіоналізм стає непотрібним через невідповідний зовнішній вигляд. Він повинен бути естетично виразним та передбачати бездоганність у кожній деталі: акуратна зачіска, незухвалий одяг, начищене взуття, неясковий макіяж, елегантність. Він допомагає викладачу направити увагу на себе, створити позитивний настрій, показати себе прекрасним педагогом який всім своїм зовнішнім виглядом повинен притягувати до себе студентів та учнів [19, 85].

Безперечно, набагато важливим є розум, але все ж одяг визначає те, що про людину подумують інші, яке враження вона справить на них. І хоча офіційного дрес-коду в закладах освіти не встановлено, існують певні вимоги до одягу. А ось чи дотримуватися їх, вирішувати кожному особисто. Але не слід забувати, що вчителі – це зразок для наслідування, тому їх зовнішній вигляд має бути бездоганним.

Вимоги пред'явлені до зовнішнього вигляду допоможуть педагогу покращити свій професійний імідж та досягти успіху. Справжній вчитель не буде підкреслювати одягом свою зовнішність, він буде демонструвати свій розум, професійні вміння та здібності [22, 79].

Ідеальною формою одягу для педагога, на нашу думку, є така, що сприяє зосередженню уваги учнів не на вивченні деталей одягу, а саме на засвоєнні навчального матеріалу. Таким одягом може бути діловий костюм (з латинської «костюм» означає «спосіб життя»), що підкреслює професійні особистісні якості, офіційність стосунків з учнями. Чорний, білий та сірий кольори піднімають статус в очах оточуючих, а яскрава кольорова гама, навпаки, може вплинути негативно, привернути увагу виключно до зовнішнього вигляду педагога. Вибираючи пастельні, спокійні кольори, можна бути впевненим, що увага буде сконцентрована саме на викладанні матеріалу. Вдало підібраний гардероб допоможе вчителю не тільки справити враження на оточуючих, а й підкреслити професійні та особистісні якості, [і в цьому наша думка співпадає із думкою В.Маценко].

І зачіска, і костюм, і прикраси в одязі педагога завжди повинні бути підкорені вирішенню педагогічного завдання – ефективно вплинути на формування особистості того, кого навчають. У використанні косметики, підбору одягу, взуття й аксесуарів педагог має завжди дотримуватись почуття міри й розуміння ситуації.

В ситуації коли зовнішній вигляд вчителя стає одним із головних вимог до успіху, згідно досліджень В.Шепеля, у 90 роках тільки 19% вчителів були

задоволені своїм зовнішнім виглядом, а 25% починаючих вчителів мали труднощі в ситуаціях першого контакту з учнями.

Хочеться окремо сказати про мову, бо на нашу думку вона є інтегруючою складовою і відноситься як до зовнішніх так і до внутрішніх складових іміджу, що схематично представлено на малюнку 1.4.



Рис. 1.4: Мова, як інтегруюча складова двох проявів іміджу педагога.

Не тільки зовнішній вигляд, а й вербальна поведінка має велике значення для створення іміджу педагога, який реалізується під час спілкування. Вона є лише однією складовою іміджу, але дає можливість спробувати свої сили і оцінити здібності. Характер спілкування залежить від іміджу обох, педагога і учня. Чим вищий він у педагога, тим більше міцні знання дасть він тим, хто прагне якнайбільше дізнатися. Бо вербальна поведінка – це зброя педагога, якою він повинен майстерно володіти, [43, 47].

Ми можемо донести інформацію не тільки словом, але й інтонацією, темпом мови, паузою. Майстерне володіння мовою може вплинути таким чином, що закреслить враження від некрасивої зовнішності того хто говорить [32, 101].

Мовлення, як найактивніший засіб міжособистісного впливу, повинне відповідати якісним характеристикам, найважливішими серед яких є:

- доступність: точний підбір мовних засобів для адекватного висловлювання думок з урахуванням можливостей сприйняття слухачів. Ознакою майстерності мовленнєвого впливу є вміння говорити про складні речі ясно і просто, з глибоким знанням предмета,

- варіативність – здатність про одну і ту саму річ говорити по різному, використовувати різноманітні мовні засоби, враховувати особливості різних стилів мовлення,
- виразність – уміння викликати у свідомості слухачів наочні образи за допомогою прикладів, метафор, алегорій, порівнянь,
- емоційність – здатність вплинути на емоції, почуття слухачів,
- логічність – послідовна аргументація, зосередження на основній ідеї,
- літературність – точність використання слів, правильність наголосу, закінчень,
- доречність – відповідність змістових і стилістичних особливостей мовлення даній ситуації діалогу,
- персоніфікація – використання прямих звертань до аудиторії, що дає змогу підтримувати безпосередній контакт із слухачами, викликає довіру.

Якщо сприймаєш тільки зміст, не пізнаєш душу людини, будеш слухати звук – пізнаєш її [57].

Комунікативність належить до найважливішої риси педагога. Вона характеризує його здатність до продуктивної педагогічної взаємодії, готовність та уміння реалізувати зміст і різноманітність функцій педагогічного спілкування. Вчитель оптимально добирає його стилі, засоби, способи встановлення контактів на основі взаєморозуміння, співпереживання та взаємодії. Тому успішність педагогічних комунікацій залежить від здатності педагога долати різні бар'єри спілкування, вибирати ефективні рольові позиції [20, 285].

На нашу думку, рівень комунікативної культури педагога визначається мірою емпатійності, діалогічності, суб'єктивності, ініціатором є володіння педагогом елементами педагогічної техніки. Важливою частиною іміджу педагога є красномовство – здатність вплинути на людину словом. Спілкуючись педагог не повинен забувати про поведінку в спілкуванні, дистанцію, тон, яким він розмовляє з іншими людьми. Від нього залежить їх емоційний стан і працездатність.

Компонентом професійної майстерності викладача є техніка мовлення, яка передбачає формування дихання, педагогічного голосу, чіткої дистанції. Низький рівень оволодіння технікою мовлення характеризується несформованим, непрофесійним голосом, в якому відсутня благозвучність. Тому педагогу потрібно вчитися спілкуватися, красиво говорити, особливо слухати, правильно вибирати рухи під час розмови, для того щоб визначати та створювати для себе певний образ. Ця думка просліджується також в роботах Богуш А., Беленької Г., Луценко І.О., Гавриш Н., Луцан Н.І..

Естетична виразність педагога виявляється у тому, наскільки привітний у нього вираз обличчя, у здібності та стриманості рухів, поставі, які є невербальними засобами та елементами самореклами та невербальним засобом спілкування.

На нашу думку, правильна постава, створює враження спокою, впевненості та високої самооцінки. Досить впевненою повинна бути і хода: усе говорить про зібраність та діловитість.

Самостійне і досить значне місце серед невербальних засобів самореклами посідає міміка і жестикуляція. Використовуючи їх можна продемонструвати своє ставлення до аудиторії та емоційний стан. Проте найбільша увага приділяється експресії обличчя.

Один мудрець сказав, що життя не що інше, як робота над своїм обличчям. Воно є головною складовою іміджу. Почуття, які ми показуємо обличчям, здійснює ще більший вплив ніж одяг та аксесуари. Усвідомлене використання очей підвищує силу внутрішніх слів на 25%, [22, 79].

Для викладача важливо не тільки вміти управляти експресією обличчя, а й імітувати різні стани для демонстрування свого ставлення до аудиторії. На довіру і контакт налаштовують і приємний вигляд; відкритий, приємний, прямий погляд, зосередженість та діловитість.

Слід пам'ятати, що жести та міміка допомагають продемонструвати психічний стан, доповнюють інформацію про людину її бажання та відношення, розташовують до себе співрозмовника [67, 8].

Педагог повинен вміти читати «мову тіла» та рис обличчя для того, щоб знати як вести себе правильно із оточуючими людьми, відчувати їх. Він постійно спілкується із іншими вчителями, учнями, батьками вихованців, і тому повинен уникати конфліктів, непорозумінь, суперечок, тобто не порушувати стандарти культурної поведінки. Тому педагогу потрібно володіти мистецтвом спілкування, яке розкривається не тільки в мові, а в етикеті і хороших манерах.

Під етикетом ми розуміємо засіб комунікації і форму поведінки та своєрідну систему знаків, які повинен знати та вміти використовувати педагог. Сюди ми відносимо: манери спілкування, мистецтво вести бесіду, словесні форми вітання; правильне використання жестів, міміки, погляду, виразності обличчя; розташування співрозмовника в просторі та ставлення до нього; вміння підбирати одяг та естетично виглядати [3, 13].

Має велике значення місце перебування викладача при його спілкуванні із студентами. Найкраще говорити, знаходячись поблизу і на рівні з ними. Ця умова забезпечить можливість створення значно інтенсивної та привабливішої обстановки.

Експериментальні дослідження, проведені П.С.Гуревичем, свідчать про те, що при визначенні оптимальної манери спілкування мають значення характер взаємин з аудиторією, соціальний престиж викладача, зміст розмови, розмір приміщення. Адже лектор часто зменшує дистанцію спілкування, щоб створити «ефект довіри» у слухачів, забезпечити більшу «відкритість» спілкування.

Внутрішнє «Я» є головною із складових педагогічного іміджу, тому що уміння подібатися та розташовувати до себе інших людей є необхідною якістю професійного спілкування.

Дуже важливо, щоб зовнішній імідж не розходився з внутрішніми установками учителя, відповідав його характеру і поглядам [45, 301].

Діяльність є переходом особистого внутрішнього у зовнішнє – продуктивне. Частіше всього – це несхожість, оформлення себе зовнішньо, експресія, уміння піднести свою особистість, зробити її неповторною у кожній складовій педагогічного процесу. Внутрішнє «Я» розкривається через темперамент, характер, мотивацію, спрямованість, інтереси, здібності, самооцінку, моральні та вольові якості, компетентність, правильне будівництво спілкування, вміння здійснювати педагогічний вплив.

Внутрішній образ – це особиста культура вчителя: безпосередність і свобода, привабливість, емоційність, гра уяви, витонченість, шлях постановки і вирішення проблем, уміння презентувати себе, асоціативне бачення, внутрішній настрій на творчість, витримка в публічних умовах та інші складові [22, 12].

Роль особистості викладача в педагогіці важко переоцінити, він в процесі діяльності приймає найважливіші для своїх студентів рішення. Індивідуальна мораль викладача повинна поєднуватись із відповідальністю за кожен свій крок, свідомою, добровільною спрямованістю діяльності, повагою до особистості студента, толерантністю, багатим внутрішнім світом і моральним здоров'ям.

Виховання особистості залежить, передусім, від особистості педагога – носія загальноприйнятих, усталених чи неортодоксальних, нетрадиційних підходів до організації навчально-виховного процесу. Учитель як організатор культурної діяльності забезпечує систематичний інформаційний вплив, формує у кожного учасника освітнього процесу ідеї, цінності, зразки поведінки.

Практична роль емоцій в професійній діяльності, на жаль, оцінюється не повністю і неоднозначно. На нашу думку, майбутніх вчителів не готують до можливих емоційних перевантажень, не формують знання, уміння та особистісні якості необхідні для подолання емоційних труднощів професії.

Оволодіння майбутнім педагогом етики характеризує його професійну культуру і є важливим аспектом становлення іміджу. Без сумніву, педагог має

бути високоморальною людиною, що виявляється в його педагогічній культурі: ширості і доступності у педагогічному спілкуванні; доброзичливості, коректності, тактовності та толерантності. І тому, на нашу думку, йому мають бути притаманні загальнолюдські моральні риси: патріотизм, гуманізм, відповідальність і працелюбність, а також професійні моральні якості: совість, професійна чесність, скромність, об'єктивність, відповідальність та волевільні якості, які проявляються в дисциплінованості, вимогливості, самоконтролі [42, 47].

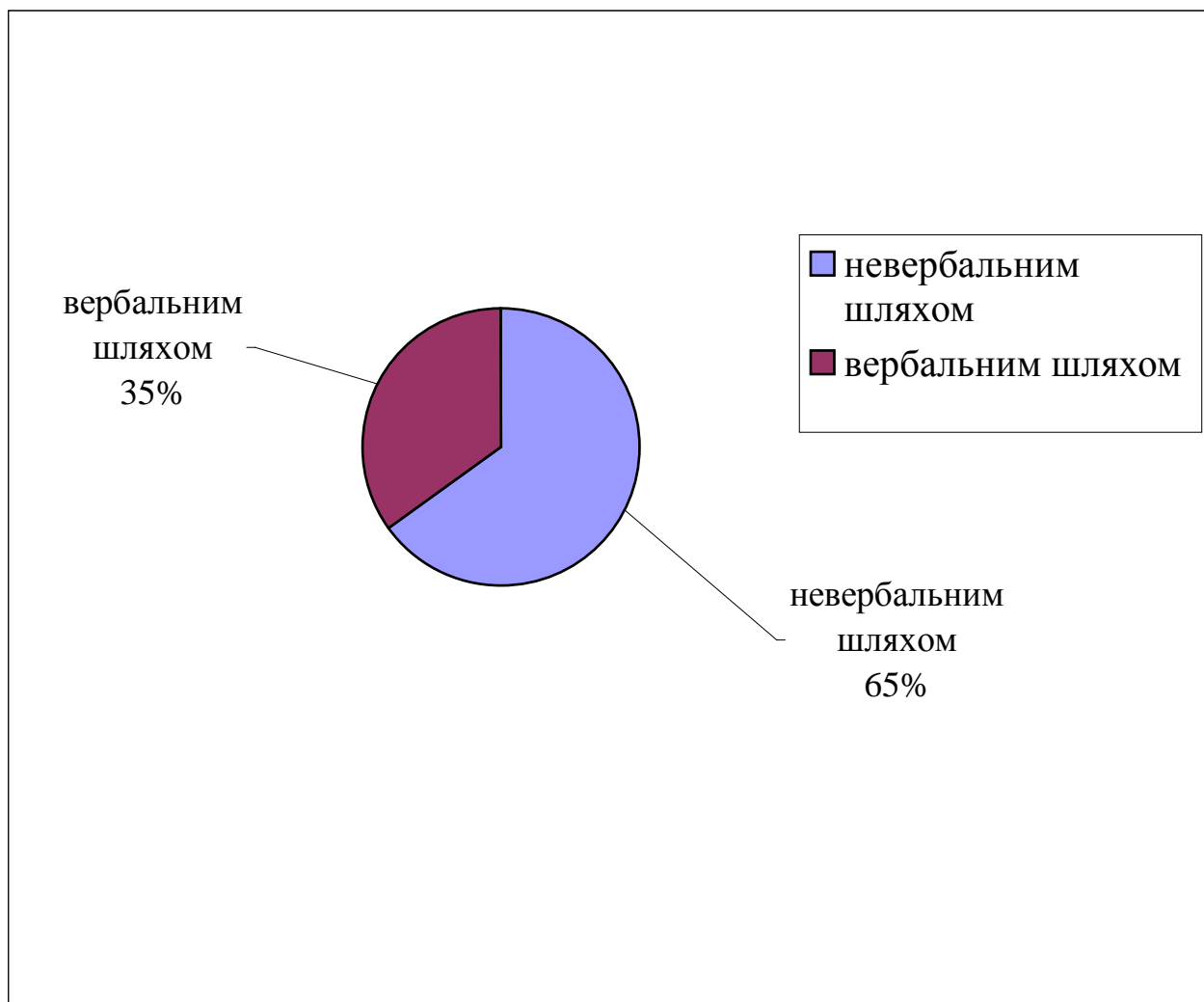
Цікавим є факт схожості портрету хорошого педагога, отриманий на основі даних американських і російських досліджень. В узагальненому вигляді йому притаманні такі якості як: гуманізм, справедливість, демократизм, здатність до емпатії; він легко входить і налагоджує контакт з класом та окремими учнями. На наш погляд якості, які входять до стереотипу образу ідеального вчителя можна зрозуміти як систему вимог, які висувають учні до іміджу педагога в сучасних умовах.

Професійна культура педагога розкриває особливості педагогічної уяви та уваги, пам'яті та переживань, педагогічного мислення та здібностей, вироблення ідеального світогляду. Специфіка педагогічної творчості полягає у високій соціальній відповідальності та гуманізмі, спільному творчому характеру вчительської праці. Творча активність педагога мотивується системою загальнолюдських та професійних цінностей, соціально-педагогічних поглядів та ідеалів, розвитком педагогічного інтелекту та емоційної чутливості, емпатії та рефлексії [20, 285].

До внутрішнього «Я» відносимо і професійну компетентність педагога – головний інструмент його особистості та іміджу, яка визначається високим рівнем педагогічної діяльності, реалізує особистість викладача, визначає співвідношення професійних знань і умінь та психолого-педагогічні якості. А ще під педагогічною компетентністю вчителя ми розуміємо гармонійне

поєднання знань викладачем предмету, дидактики та методики викладання, вмінь і навичок професійного спілкування.

Психологічні дослідження показують різний відсоток отримання інформації людиною вербальним та невербальним шляхом. Це показано в діаграмі 1.2.



Діаграма 1.2: Отримання інформації вербальним та невербальним шляхом.

Отже, можна зробити висновок, що невербальні засоби впливу на людину більш ефективніші.

Існують різні підходи до визначення структурних компонентів педагогічного іміджу, які запропонували Л.Мітіна, А.Панасюк, Г.Почепцов, В.Шепель. Так, наприклад, Л.Мітіна пропонує розглядати професійний імідж у взаємозв'язку наступних складових, що показано на рис. 1.5.

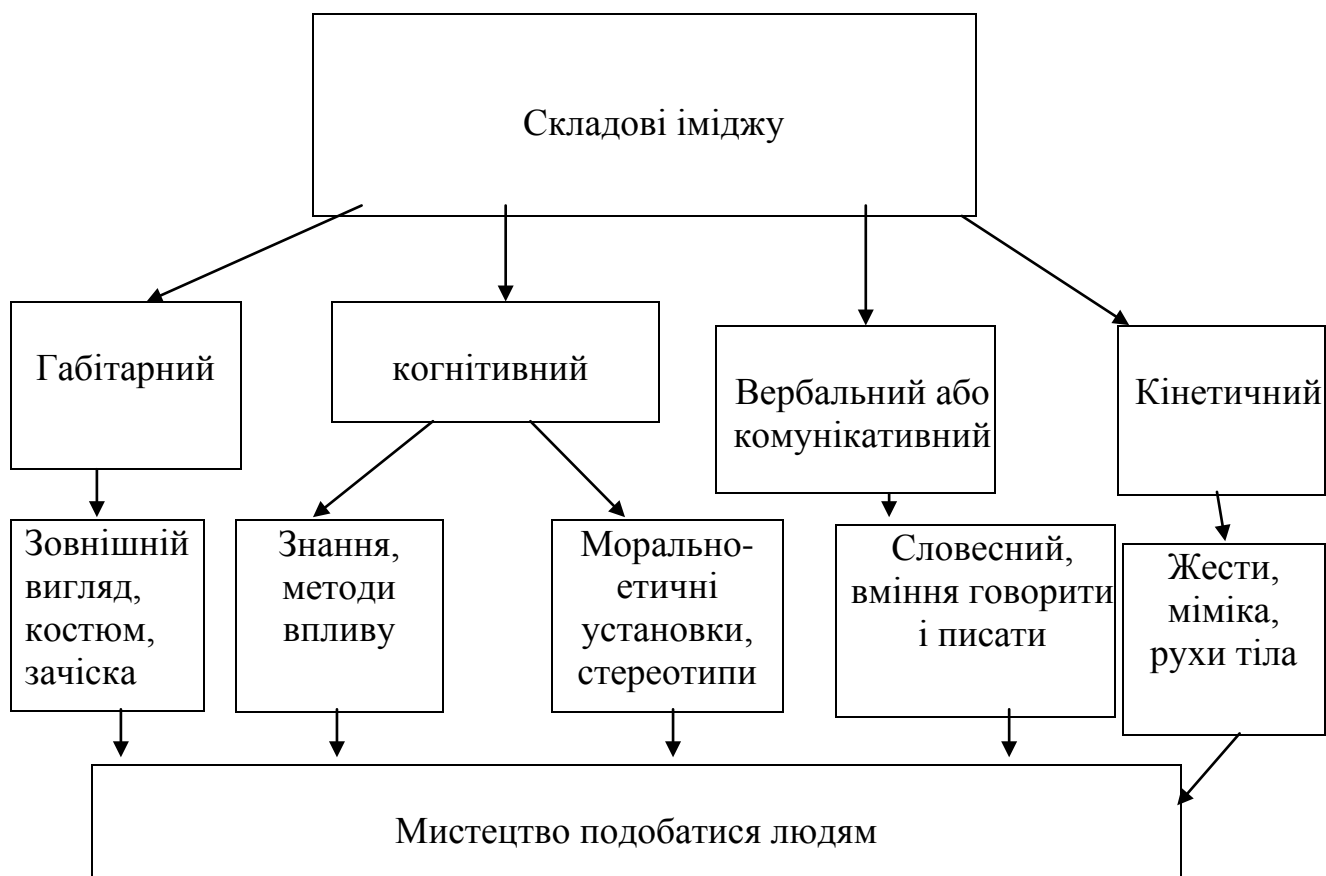


Рис. 1.5: Структурні компоненти іміджу.

Спеціалісти визначають імідж як мистецтво подобатися людям, «збільшене скло, що знаходить ділові і особистісні якості людина» [В.Шепель], як погляд іншого, сприйняття людини людиною, як публічне «Я» людини [Г. Почетков], «картинка із зовні, яка рекламує те, що у середині» [Сэмпсон]. Особиста привабливість, на думку П.Мангерацці, Б.Хатунцева, розглядається як «суб'єктивний засіб побудови ореола навколо себе, що сприяє формуванню людини»[14, 59]. Формування особистої привабливості супроводжується великою роботою над собою та приносить хороші результати: формує позитивні установки по відношенню до себе у навколишніх, робить спілкування приємним і комфортним [22, 101].

Описавши типи, види і складові іміджу не можна не сказати про його функції. Імідж є механізмом успішної соціалізації особистості в сучасному світі, виконує різні функції: адаптаційну, соціальну, розвивальну, психологічного захисту, символічного впізнання, які показані на рисунку 1.6.

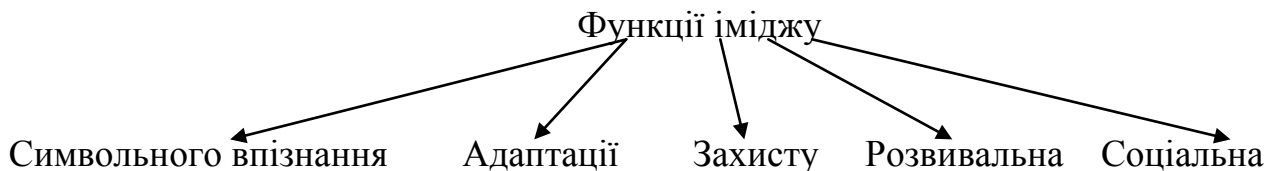


Рис.1.6.: Функції іміджу.

Імідж дозволяє оптимізувати соціальні, професійні та особистісні досягнення особистості за рахунок створення мети, яка стимулює до розвитку його внутрішні і зовнішні складові.

Механізм *адаптації* сприяє визначенню себе в соціальній реальності за рахунок розуміння і моделювання необхідних ознак, які символізують внутрішню суть.

Соціальна функція передбачає: збереження, концентрації, кодування, соціальної поведінки в умовах певних груп та норм їхньої моралі.

Розвивальна функція висвітлює механізм гармонії – рівне співвідношення частин внутрішнього і зовнішнього іміджу та механізм трансформації – перевтілення особистості через моделювання необхідних емоційних стевів, а також механізм самонастрою – символічне, образне та словесне самонавіювання.

Функція *психологічного захисту* запускає механізм використання іміджу з метою приховання недоліків, позбавлення від тривожності, оптимізації своєї поведінки з метою максимального впливу на інших.

Функція *символьного впізнання* інформує про готовність людини до обміну цінностями.

Нами були розглянуті ще й інші підходи до визначення структурних компонентів, але ми зупинилися на структурі запропонованій Л.М.Мітіною, так

як в ній розглянуті найбільш значущі складові педагогічного іміджу, на яких має зосереджуватись викладач при підготовці майбутніх педагогів.

Аналіз психолого-педагогічної літератури надав можливості для ствердження: в роботі викладача немає дрібниць: все має сенс, на все треба звертати увагу та тримати під контролем. Лише за цих умов викладач має шанс досягти успіху в діяльності та отримати задоволення від неї.

Таким чином можемо *підсумувати*:

Педагогічний імідж – це образ педагога, що створюється ним відповідно до його відношення до ідеального стилю професійної діяльності, зовнішнього вигляду та характеру спілкування, який активно впливає на формування його педагогічної культури.

Розрізняють наступні *типи педагогічного іміджу*: імідж самосприйняття; імідж, що сприймається іншими та актуальний (потрібний в суспільстві) імідж. Останній в свою чергу поділяється на особистісний і професійний, кожен із них може бути як позитивним, так і негативним.

Види іміджу також можуть бути різними: дзеркальний – відображення, наче у дзеркалі особистого іміджу; поточний – бачення існуючого іміджу педагога іншими людьми; груповий – імідж самої групи та особистості в ній; множинний – поєднує в собі декілька структур замість однієї групи та узагальнює загальноприйняті, унормовані внутрішні та зовнішні якості людей певної професії, соціального стану, громадянства тощо. Множинний імідж – основа створення «класики», тобто класичного образу, що сприймається суспільством як точка відліку для подальшого розвитку.

У кожного педагога складові іміджу мають індивідуальні прояви: зовнішній вигляд, комунікативність та внутрішнє «Я», яке є його головною складовою. Мова є інтегруючою складовою двох проявів педагогічного іміджу. До структури іміджу відносяться *три групи пріоритетних якостей*, що формують позитивний імідж педагога.

1. Природні якості, що складають матрицю природних обдарувань і характеризуються як мистецтво «подобатися людям».
2. Основні якості як наслідок освіти і виховання.
3. Якості пов'язані із життєвим та професійним досвідом.

Імідж виконує ряд різних *функцій*: адаптаційну, соціальну, розвивальну, психологічного захисту та символічного пізнання; він є механізмом успішної соціалізації особистості в сучасному світі.

Педагогічний імідж має такі структурні компоненти, визначені Л.М. Мітіною: когнітивний, габітарний, кінетичний, вербальний або комунікативний – єдність та досконалість яких становить мистецтво подобатися людям – одне з найголовніших бажань та прагнень педагога.

1.3. Закономірності формування педагогічного іміджу.

В основі розгляду питання про закономірності формування педагогічного іміджу лежить висунута нами гіпотеза про те, що імідж не формується спонтанно, а є результатом цілеспрямованої роботи педагога над собою в контексті вибудови взаємо поєднаних компонентів: когнітивного, габітарного, комунікативного або вербального та кінетичного. Формування іміджу – процес, для якого характерні всі компоненти процесуальності, а саме цілемотивований, когнітивний, діяльнісний та оцінно-рефлексивний компоненти. Результатом ефективності процесу є створений образ, або імідж.

Цілемотивований компонент – ціль, мотив в основі якого лежить бажання змінити себе.

Використовуючи когнітивний компонент – педагог шукає знання, використання яких допоможе йому при вдосконаленні власного, або створенні собі нового іміджу.

Діяльнісний компонент – використання знань в безпосередній роботі над собою, яка сприяє прояву творчості та реалізації задуму по створенню себе.

Оцінно-рефлексивний компонент – оцінка проведеної роботи та створеного педагогічного іміджу; це погляд на себе зі сторони та оцінка іншими тебе самого.

Ці компоненти взаємозалежні і використовуються в певній послідовності, де цілемотивований компонент є підґрунтям до створення педагогом індивідуального іміджу.

Рушієм формування педагогічного іміджу є мотивація. Різноманітні мотиви особистості виступають спонукальною силою в досягненні мети. Мотив і мета, на думку Б. Ломова, утворюють свого роду «вектор» діяльності, визначають її напрямок, а також величину зусиль, які розвиває особистість

виконуючи її. Цей вектор виступає в ролі системоутворюючого фактора, що організує всю систему психічних процесів і станів, які формуються і розкриваються в процесі іміджевої діяльності.

Мотивація – це процес, в результаті якого певна діяльність набуває для індивіда особистого сенсу, створює стійкість його інтересів до неї і перетворює зовнішню задану мету його діяльності у внутрішню потребу особи [20, 305].

Основна функція мотивації, за С. Рубінштейном – саморегуляція активності людини на окремих фазах діяльності, передусім до і після виконання дії. Серед мотивів, які сприяють підвищенню професійної кваліфікації вчителя, є і мотиви зміни його іміджу [20, 303]. Різниця між тими хто досяг успіху та тими, хто це не зміг зробити, полягає не в таланті, а в наполегливості, яка проявляється через мотивацію (відмітив А.Джексон). Внутрішня мотивація спонукає до дій, підтримує людину у хвилини подолання труднощів та невдач, це мрія – самореалізація, ідеї – творчість, самоствердження – впевненість, потрібність – особисте зростання, потреба спілкуванні та здоров'є [22, 78].

Якщо ти не можеш підтримати себе, то не потрібно чекати позитивного результату від інших, говорить народна мудрість. Отже потрібно самому створити мотив. Самомотивація – виникає від слів «сам» і «мотивація» та визначає стан людини, який стимулює її до успішних педагогічних дій.

За Маслоу існують два типи мотивації [22, 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 [за Дж. Ротгером]:

- 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 педагогічного іміджу є системою соціального формування поведінки засобом ментальних стереотипів і символів. На думку Н. Гузій, *системоутворюючим фактором, а також однією із закономірностей формування педагогічного іміджу можна вважати естетичні якості особистості вчителя.* Естетичний потенціал педагогічної культури дозволяє вчителю позбавитися унітарності у вирішенні професійних задач, допомагає вирішити їх за законами краси та досконалості. Естетична культура гармонізує педагогічний інтелект, емоційно-почуттєву, вольову і потребнісно-мотиваційну сферу професійної самосвідомості вчителя. Естетична розвиненість вчителя стимулює роботу педагогічної уяви та фантазії, збагачує образність та асоціативність професійного мислення, витончується культура почуттів, емоційної виразності професійної поведінки та зовнішнього вигляду, виховується наполегливість, терплячість та вміння керувати собою [20. 286].

Особливий інтерес для усвідомлення системоутворюючої ролі естетичного компонента в професійній культурі педагога становить ідея єдності краси, добра, істини, що обумовлює невичерпні евристичні, пошукові форми педагогічної творчості. Відчуття та розуміння педагогом краси підвищує здатність до співробітництва, до духовної та 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 «обігравання» внутрішніх якостей через володіння технікою міні сцени [14, 73].

Формування нового іміджу можна розглядати і як вияв зони найближчого розвитку, «визначення образу на зростання». ***Весь процес формування нового іміджу можна розділити на чотири етапи: імідж-аналіз, імідж-креатив, імідж-дизайн та імідж-промоушен.*** [14, 127].

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.

Іміджеформуюча діяльність педагога повинна виконуватися в зоні найближчого розвитку – це може бути образ, який можна досягнути при деяких злиттях зі сторони педагога та допомозі ззовні.

Спроби створити собі імідж – це спосіб самовиховання, розуміння своїх можливостей. Роботу з формування іміджу можна уявити у вигляді наступної **моделі**: визначання вимог групи, сильних і слабких сторін особистості, формування образу (підсилення позитивних моментів), переведення потрібних характеристик особи у вербальну, візуальну та процесуальну форму [22, 59].

Формується індивідуальний імідж в 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. Рівень ефективності індивідуального іміджу педагога впливає на успішність його діяльності і несе в собі відбиток змісту особистості вчителя. Успішність особистісного іміджу будуть оцінювати різні групи людей, які висловлюють суперечні вимоги, тому імідж повинен бути *гнучким, самостійним, толерантним*; він повинен будуватися індивідуально з погляду на конкретні характеристики, вік учнів чи студентів та

соціальну ситуацію. Будується він, здебільш, під впливом педагога, залежить від стилю керівництва, культури викладача та його системи поглядів [28].

Етапи формування педагогічного іміджу можна представити наступною схемою:

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

2 етап: аналіз інформації та уявна корекція сприйнятого образу у відповідності 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: «вживання» в образ;

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

Зазначимо, що ряд науковців, які досліджували проблеми формування педагогічного іміджу у студентів та лінії їхньої педагогічної поведінки [2, 12, 27] зазначають, що на першому етапі важливе значення має реальний образ педагога, що виступає в наступному 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.

На етапі аналізу відбувається співставлення власних та бажаних якостей, приймається рішення про можливість та доцільність їх використання, здійснюється корекція у відповідності 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 – вживання в образ, який ефективно відбувається в процесі педагогічної практики, коли студенти *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.

Стосовно **закономірностей** формування педагогічного іміджу у студентів, зазначимо наступне:

На різних етапах розвитку студентів імідж формується по різному, у відповідності до етапів професійного зростання педагога А. Маркова визначає такі етапи професійного зростання:

- Етап адаптації до професії – засвоєння студентами норм, менталітетів; відбувається внутрішній розвиток студента;
- 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-пять років навчання у вузі. Цей етап, на нашу думку, умовно можна поділити на два етапи: початковий і основний.

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.

Цей етап можна назвати етапом індивідуалізації: розвитку на основі отриманих знань, індивідуально забарвлених професійно значущих якостей та здібностей особистості, професійних умінь [2, 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.

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.

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, 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.

В сучасних реаліях педагогічної праці самовдосконалення студента виступає незаперечною цінністю як основний шлях досягнення педагогом вершини професійного розвитку та високої якості професійної діяльності. Готовність до діяльності пов'язана з досвідом особистості (що поєднує їх знання, уміння і навички) та розкривається через єдність мотиваційного, когнітивного і операційного компонентів, як відображення емоційно-вольової, інтелектуальної та дієво-практичної сфери особистості.

Головними компонентами готовності до професійно-педагогічного самовдосконалення є *мотиваційний*, який обумовлює вмотивованість та позитивний характер дій по самовдосконаленню, *когнітивний*, який сприяє їх цілеспрямованості й осмисленості, та *операційний*, який забезпечує якість і творчий характер професійного самовдосконалення студента.

Отже, закономірно, що й формування педагогічного іміджу здійснюватиметься у відповідності до вказаних компонентів. Спочатку у студентів має виникнути і сформуватись мотивація іміджетворчої діяльності.

Важливою характеристикою мотиваційного компоненту готовності до професійно-педагогічного самовдосконалення, яка забезпечує досягнення виключно позитивних особистісних змін в процесі роботи педагога над собою, є його розвинута гуманістична спрямованість, основними показниками якої виступають відповідність власної світоглядної позиції загальнолюдським гуманістичним цінностям, сформованість високих еталонів професійної праці та особистості, наявність високих педагогічних ідеалів, що стають орієнтирам у його самовдосконаленні. Розвинута мотивація професійно-педагогічного самовдосконалення спрямовує і регулює процес професійного розвитку

спеціаліста, визначає його цілеспрямованість і активність до досягнення вершин професіоналізму та виражається у наявності стійких мотивів до самовдосконалення, глибоких особистісних переконань щодо важливості постійного професійного зростання як для успішності професійної діяльності, так і для особистого розвитку студентів, у розвинутості стійкої суб'єктивної позиції, що забезпечує самостійність, відповідальність і творчу активність та в утвердженні себе в ролі педагога.

Після виникнення мотивів діяльності необхідне набуття знань, що й здійснюється особистістю самостійно (самонавчання), або під впливом цілеспрямованого навчання під керівництвом педагога. Тобто запускається активність когнітивного компоненту. Важливою особистісною передумовою самовдосконалення студента, яка лежить в основі когнітивного компоненту, є розвиненість його професійної готовності та самосвідомості, що фіксується в наявності знань про сутність та специфіку педагогічної професії в єдності їх діяльнісних і особистісних характеристик, здатності до виявлення педагогічних проблем.

На цьому етапі у студентів під час навчання виникає вже професійний іміджевий розвиток та змінюється мотивація [14, 22]. Студенти хочуть змінити імідж коли мета досягнута, закінчено певний етап у житті, для зміни свого статусу. Це особливо стосується студентів магістратури, що розуміють і відчують свій новий статус і прагнуть відповідати йому як внутрішньо, так і зовнішньо. У студентському житті це етап найбільш продуктивної роботи особистості над собою.

Етап продуктивності, у свою чергу, має три етапи розвитку:

- етап вільного володіння професією, що виявляється у формі творчості (збагачення свого досвіду особистим творчим внеском, удосконалення, досягнення вершин, творче перетворення професійного середовища або його проектування);

- етап вільного володіння кількома видами діяльності, які допомагають в навчанні та професійній діяльності;
- етап творчого самопроекування себе як особистості, професіонала (формування нових психологічних і професійних якостей).

Аналіз спеціальних досліджень дозволив виокремити наступну **закономірність**: на різних етапах професіоналізації імідж формується різними засобами [14, 35]:

1) На етапі професійної підготовки (навчання у ВНЗ) забезпечується базова іміджева компетентність, як система знань внутрішніх і зовнішніх механізмів іміджеформуючої діяльності, володіння базовими технологіями та спеціальними техніками. А також імідж моделювання, виявлення неповторної особистої ідентичності, проби ролей, примірювання стилів. Основними засобами виступають: навчання, надання прикладу для наслідування, моделювання.

2) На етапі професійного становлення (включення у професійну діяльність) відбувається цільове імідж-моделювання, у якому прослідковується відповідність стилю професійним завданням. Основними засобами виступають: аналіз практичних ситуацій, проектування та моделювання, вправління.

3) На етапі вільного професійного розвитку (самостійної професійної діяльності) – концентрація неповторного іміджу, оформлення індивідуального стилю діяльності. Основними засобами виступають: самоаналіз, експериментування, самонавчання.

Імідж оптимізує професійну діяльність особистості за 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»).

Оптимізуючий ефект соціалізації за рахунок іміджевих механізмів забезпечує: моделюючи, трансформуючи, смислово та образно, полегшену розумінню та мотивації ролі, врахування діалогічного характеру символу, синтез образу і значущості, досягнення творчого і форсажного стану для перевтілення, формування нової домінанти образу.

На основі вищесказаного можна зробити **висновок**:

Педагогічний імідж не може бути заданим один раз і на завжди, його потрібно створювати, і в основі його створення лежить копітка праця над собою. Вона починається із мотиву, продовжується пошуком та використанням знань, діяльністю та корекцією свого іміджу, оцінкою результатів роботи.

Основою формування іміджу педагога є мотивація, яка виступає «вектором» іміджевої діяльності. Наступним важелем формування педагогічного іміджу є естетичні і особистісні якості педагога, що становлять в професійній культурі моральне ядро, в якому присутні в єдності краса, добро, істина, що сприяють пошуку різних форм творчості, насиченості діяльності педагога.

Формування педагогічного іміджу проходить шлях у 5 етапів: починається із сприйняття образу; продовжується аналізом інформації та його уявною корекцією; використанням, яке розкривається через примірювання і програвання окремих елементів бажаного іміджу та подальшим вживанням в образ; і закінчується робота привласненням та індивідуалізацією обраного або бажаного іміджу. Це і є *механізм* його формування.

В процесі навчання та спілкування в колективі студенти змінюють своє відношення до теми іміджу. Вони цікавляться літературою та іншими джерелами знань, спостерігають за студентами різних курсів та вчителями для

оцінки їх іміджу, корекції свого зовнішнього вигляду та відбору внутрішніх якостей особистості. Саме в процесі навчання у ВНЗ виникає особистісний іміджевий розвиток та використовується студентами іміджевий процес, як шлях створення власного іміджу: від задуму до реалізації. Він починається із зацікавленості студентів темою іміджу, та виникненням бажання змінити себе, або вдосконалити, тому що студенти вже мають певну мету, яка виступає мотивацією до діяльності.

Стосовно *закономірностей* формування іміджу, то результати теоретичного аналізу дозволяють стверджувати: на різних етапах професіоналізації імідж формується різними засобами. На першому етапі – навчання, надання прикладу для наслідування, моделювання. На другому – аналіз практичних ситуацій, проектування та моделювання, вправлення. На третьому етапі, відповідно, самоаналіз, експериментування, самонавчання.

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»).

ВИСНОВКИ ДО I РОЗДІЛУ:

Імідж являє собою своєрідну закріплену в образах, символах і нормах, програму соціальної поведінки людини. Класичний педагогічний імідж, або образ педагога, як взірця для наслідування дітьми, формувався поступово, охоплюючи як внутрішні так і зовнішні якості людини. Вчення про педагогічний імідж також формувалося поступово і пройшло у своєму розвитку ряд етапів: від початкового до сучасного. Сучасний етап є науковим, про що свідчать цілеспрямовані дослідження в освітній галузі, поява науки – іміджології та професії іміджмейкера. На перших етапах значне місце серед якостей педагога посідали загальна ерудованість та ораторські здібності. Згодом до них приєдналися моральні якості, вимоги до поведінки та зовнішнього вигляду. На сьогоднішній день імідж педагога об'єднує комплекс внутрішніх та зовнішніх якостей особистості, що потребують цілеспрямованого формування, розвитку та вдосконалення.

Розрізняють наступні *типи педагогічного іміджу*: імідж самосприйняття; імідж, що сприймається іншими та актуальний (потрібний в суспільстві) імідж. Останній в свою чергу поділяється на особистісний і професійний, кожен із них може бути як позитивним, так і негативним.

Види іміджу також можуть бути різними: дзеркальний – відображення, наче у дзеркалі особистого іміджу; поточний – бачення існуючого іміджу педагога іншими людьми; груповий – імідж самої групи та особистості в ній; множинний – поєднує в собі декілька структур замість однієї групи та узагальнює загальноприйняті, унормовані внутрішні та зовнішні якості людей певної професії, соціального стану, громадянства тощо. Множинний імідж – основа створення «класики», тобто класичного образу, що сприймається суспільством як точка відліку для подальшого розвитку.

У кожного педагога складові іміджу мають індивідуальні прояви: зовнішній вигляд, комунікативність та внутрішнє «Я», яке є його головною складовою. Мова є інтегруючою складовою двох проявів педагогічного іміджу.

До структури іміджу відносяться *три групи пріоритетних якостей*, що формують позитивний імідж педагога.

1. Природні якості, що складають матрицю природних обдарувань і характеризуються як мистецтво «подобатися людям».
2. Основні якості як наслідок освіти і виховання.
3. Якості пов'язані із життєвим та професійним досвідом.

Імідж виконує ряд різних *функцій*: адаптаційну, соціальну, розвивальну, психологічного захисту та символічного пізнання; він є механізмом успішної соціалізації особистості в сучасному світі.

Педагогічний імідж має такі структурні компоненти за Л.Мітіною: когнітивний, габітарний, кінетичний, вербальний або комунікативний – єдність та досконалість яких становить мистецтво подобатися людям – одне з найголовніших бажань та прагнень педагога.

Формування педагогічного іміджу проходить шлях у 5 етапів: починається із сприйняття образу; продовжується аналізом інформації та його уявною корекцією; використанням, яке розкривається через примірювання і програвання окремих елементів бажаного іміджу та подальшим вживанням в образ; і закінчується робота привласненням та індивідуалізацією обраного або бажаного іміджу.

Основні закономірності формування педагогічного іміджу полягають у тому, що: на різних етапах професіоналізації імідж формується різними засобами; імідж, сформований адекватно завданням діяльності, оптимізує професійну діяльність особистості.

Розділ 2. Формування педагогічного іміджу майбутнього викладача вищої школи в процесі магістерської підготовки.

2.1. Стан сформованості педагогічного іміджу у студентів.

Для перевірки гіпотези та вирішення поставлених завдань нами був проведений констатувальний експеримент, в ході якого ми використали комплекс наукових методів дослідження.

Теоретичні методи: аналіз, порівняння, систематизація, класифікація та узагальнення теоретичних даних з проблеми дослідження; вивчення і узагальнення досвіду роботи педагогів ВНЗ, для формування власного погляду на проблему дослідження та виявлення наукових засад створення експериментальної моделі ціле мотивованого формування педагогічного іміджу у магістрів.

Емпіричні методи: анкетування та бесіди; спостереження за поведінкою та зовнішнім виглядом студентів.

Метою констатувального експерименту було виявлення стану сформованості педагогічного іміджу у студентів педагогічного навчального закладу (Інституту розвитку дитини).

На початку експерименту ми провели анкетування, метою якого було з'ясування того, як розуміють студенти саме поняття «імідж» та «педагогічний імідж», а також їхнє ставлення до означених категорій. Студентам було запропоновано дати відповіді на наступні питання:

1. Що таке імідж людини?
2. Що таке педагогічний імідж?
3. Чи відрізняється імідж педагога від іміджу інших людей?
4. Які характеристики іміджу є найяскравішими?
5. З перерахованих нижче складових педагогічного іміджу оберіть найважливіші, розмістивши їх о порядку: від 1 до 10:

- зовнішній вигляд;

- вміння спілкуватися з іншими людьми;

- фахова компетентність (рівень знань і умінь);
- красномовство;
- виразність мимики, вміння керувати нею;
- мистецтво подобатися людям;
- психологічна витримка, емоційна стабільність;
- пластика та невимушеність рухів;
- моральні якості особистості;
- вольові якості особистості.

б. Чи є для вас важливим:

- а) вік педагога;
- б) стать;
- в) соціальний статус (асистент, кандидат наук, професор);
- г) самооцінка педагога (впевнений, невпевнений, самовпевнений);
- д) стиль одягу (діловий, авангардний, модний, індивідуальний);
- е) зовнішня привабливість.

Оскільки бажаний імідж педагога цікаво розглянути під кутом зростання та професійного становлення спеціаліста, анкета була запропонована студентам різних курсів. На основі опрацювання анкет ми побачили зміни в розумінні студентами поняття «імідж», зміни у виборі провідних якостей педагога, прагнення студентів до зростання свого іміджу. Аналіз даних анкетування дозволив зробити наступні висновки:

На початковому етапі адаптації до професії, 91% студентів першокурсників розуміють поняття імідж наступним чином: 50% із них як стиль життя, одягу та поведінки людини; 40% як «візитну картку», що виявляється через одяг; 1% внутрішнє «Я». Лише 9% студентів першого курсу зовсім не розуміють сутність поняття «імідж».

Ми вважаємо, що у першокурсників іще не сформувалися чіткі уявлення про педагогічний імідж. Їхні думки роздвоюються: більшість із них – 70% оцінюють його позитивно, як імідж на який хочеться рівнятися. На їхню думку,

справжньому педагогу притаманні: гарні манери, він є дипломатичним, скромним та впевненим. Його одяг – це діловий костюм, стриманий в кольорах, вишуканий і закритий, а головне світлий та чистий. 8% студентів сприймають видимий імідж педагога негативно, як неясковий імідж, в основі якого лежить консерватизм, що виявляється в похмурому, скованому і замкненому вигляді педагога та сірому буденному одязі. 9% студентів не знають, що таке педагогічний імідж, а ще 13% вважають, що він нічим не відрізняється від інших людей.

Дуже низькі знання першокурсників стосовно характеристик поняття «імідж». 55% із них називають зовнішній вигляд, 17% – комунікативність, 3% – внутрішнє «Я», а 25% не можуть дати відповіді взагалі.

Дані анкетування показали, що серед *рис характеру*, які притаманні викладачам з позитивним іміджем, студенти перших курсів поставили на перше місце: 50% – вміння спілкуватися, 20% – мистецтво подібати людям та зовнішній вигляд, 15% – компетентність та моральні якості, 10% – вольові якості та психологічну витримку, 5% – характерну міміку та жести.

Щодо важливості віку і статі для першокурсників:

Для 70% студентів не важливі вік і стать викладача; для 15% важлива стать; для 10% важливий вік; для 5% студентів важливими є і вік, і стать.

Соціальний статус викладача, з точки зору студентів 1-го курсу:

Для 80% студентів не важливий соціальний статус викладача; для 20% важливий.

Щодо сприйняття студентами *самооцінки* педагога, то для 70% вона важлива, студенти хочуть бачити викладача впевненим; для 30% студентів самооцінка не важлива.

Стиль одягу викладача також оцінюється по різному: для 55% студентів він не є важливим; для 45% – важливим (оцінюється як діловий, модний і в той же час індивідуальний). *Зовнішня привабливість* викладача для 53% студентів

не має значення; для 47% має значення: їм хочеться бачити приємну на зовнішність людину.

Виходячи із цього дослідження можна сказати, що першокурсники мають мало мотивів формування власного педагогічного іміджу та роботи над ним. Вони лише починають придивлятися до зовнішності педагогів з якими працюють та цікавитись внутрішнім світом викладачів. У них виникають симпатії та бажання стати схожими на улюблених вчителів, що розглядається нами як підґрунтя до виникнення змін та вдосконалення своєї особистості. Знання про складові педагогічного іміджу у них недостатні. Основними характеристиками педагогічного іміджу більшість з них вважають вміння викладача спілкуватися та його зовнішній вигляд.

Студенти 2 курсу.

Оцінки студентів 2 курсу відрізняються від тих, що дають першокурсники.

Так, 50% студентів розуміють поняття імідж, із них 30% – як стиль людини та її одягу, 15% – зовнішній вигляд та вміння одягатися, 15% – образ людини та враження про неї. Рівно 50% другокурсників не розуміють самого поняття імідж.

Що таке «педагогічний імідж» розуміють 55% студентів 2 курсу. Із них 50% як позитивний імідж називають такий, що розкриває стиль педагога та його одягу (діловий та класичний), образ педагога та його зовнішній вигляд; 5% вказують, що педагогічний імідж це негативний імідж, якому притаманні буденність та одноманітність. А 45% не можуть дати відповідь на це питання.

Характеристики іміджу: 40% студентів не знають їх, 25% розуміють як зовнішній вигляд, 25% – як манеру спілкування, 5% – як компетентність, 5% як красномовство.

Педагогічні якості. Студенти 2 курсу на перше місце поставили такі якості: 50% – моральні якості, 20% – мистецтво подібатися людям, 20% – вміння спілкуватися, 5% – компетентність, 5% – зовнішній вигляд.

Важливість віку і статі: для 99% студентів не є важливими вік і стать, для 1% є важливим вік і вік, і стать (бажають бачити педагога молодим і прогресивним, бажано жінкою).

Соціальний статус: для 90% студентів не важливий соціальний статус, для 10% – важливий. *Самооцінка:* для 100% студентів важлива самооцінка педагога (вважають, що педагог має бути впевнений у собі та своїх діях, а невпевненість говорить про його некомпетентність). *Стиль одягу:* для 60% студентів важливий стиль одягу викладача, оскільки він стимулює до навчання і мобілізує, а також спрямовує на діловий стиль спілкування; 40% студентів вказують на не важливість стилю одягу викладача. *Зовнішня привабливість:* має значення для 80% студентів, для 20% – не має значення.

Аналіз відповідей студентів на запитання анкети дозволив констатувати, що у порівнянні зі студентами першого курсу знизився показник розуміння самого поняття «імідж» та «педагогічний імідж». Пояснюємо це тим, що студенти вже усвідомлюють, що імідж – не лише зовнішній вигляд, а дещо більше. Проте конкретизувати і вербально висловити свої думки з цього приводу вони ще не можуть. Зростає роль самооцінки педагога для його іміджу, а також приємна зовнішність. Статус викладача відіграє незначну роль при характеристиці іміджу педагога (як і у студентів першого курсу). Моральні якості педагога виходять на перше місце, поступаючись вмінню спілкуватися. Залишається серед останніх позицій в оцінці рис педагога професійна компетентність, що ще раз підкреслює: студенти вбачають у викладачеві насамперед особистість, а вже потім – фахівця своєї справи.

Студенти 3 курсу розуміють поняття імідж як: 70 % – зовнішній вигляд, манера та стиль одягатися; 20 % престиж та вміння подати себе, спосіб самовираження; 5 % – враження, яке людина справляє на інших; 5 % – внутрішні і зовнішні пріоритети.

Педагогічний імідж своїх викладачів студенти 3 курсу оцінюють по різному: 90 % студентів оцінюють його позитивно і розуміють як статус педагога, вміння педагога спілкуватися, володіти бездоганною мовою, робити крок на зустріч, мати моральні якості та стильний одяг. 7% студентів не можуть дати відповідь на поставлене питання, а 3% студентів оцінюють його негативно.

Характеристики іміджу: для 20% студентів основною характеристикою лишається зовнішній вигляд, для 17% – моральні якості, для 15% – вміння спілкуватися, для 12% – вміння подобатися, для 11% – дотримання етикету, для 10% – фахова компетентність, для 9% – вміння знаходити спільну мову з оточуючими, для 6% – вміння подати себе.

Найбільше число відсотків із вибраних студентами *педагогічних якостей* мають: 22% – вміння спілкуватися, 21% – вольові якості та психологічна витримка, 17% – фахова компетентність, 15% – зовнішній вигляд, 11% – моральні якості, по 7% – мистецтво подобатися та виразність міміки.

Вік та стать: для 68% студентів не важливі, для 17% – важливі (перевага надається жінкам середнього віку), для 12% важливий вік (молодий та середній), для 2% студентів важливі вік і стать, для 1% важлива стать (перевага чоловікам). *Соціальний статус:* для 50% студентів є важливим та для 50% не є важливим. *Самооцінка педагога:* 84% важлива, 16% не важлива. *Стиль одягу:* 48% не важливий, 22% важливий. *Зовнішня привабливість:* для 56% студентів має значення, для 44% – не має значення.

На основі цих досліджень ми бачимо значний зріст у розумінні студентами сутності педагогічного іміджу, пояснюючи це тим, що під час навчання відбувається накопичення знань, саморозвиток засобами професійної практики, усвідомлення своїх позитивних і негативних якостей, а згодом і створення індивідуального стилю, самореалізація в професійній діяльності та самовдосконалення. Виникає усвідомлення студентами ролі соціального статусу педагога, при цьому знижуються вимоги до зовнішньої привабливості.

Студенти третього курсу серед педагогічних якостей масово визначають вольові якості та психологічну витримку, що пов'язуємо із набуттям ними першого професійного досвіду в період педагогічної практики. Також провідною якістю лишається (як і студентів попередніх курсів) вміння спілкуватися. Зростає роль професійної компетентності педагога в очах студентів.

Результати аналізу анкет *студентів 4-го курсу* показали, що 98% студентів 4 курсу розуміють поняття «імідж», і вбачають в ньому індивідуальний образ, стиль людини, засіб успішності, впевненості та вираження себе. Лише 2% студентів не розуміють сутності поняття «імідж».

Педагогічний імідж студенти розуміють на 98% як: вміння презентувати себе; свою педагогічну позицію, яка спрямована на взаємодію з колективом дітей, педагогічний статус педагога; засіб вираження своєї професійної компетентності. 2% студентів не розуміють поняття та сутність педагогічного іміджу.

Серед *характеристик іміджу переважають*: зовнішній вигляд, внутрішнє «Я» – 25%, етикет, фахова компетентність – 30 %, моральні якості 31%, педагогічна майстерність і такт – 14%. Щодо визначення *педагогічних якостей*, то студенти на перше місце поставили: 25 % – зовнішній вигляд, 45% – моральні якості та психологічну витримку, 30% – фахову компетентність, до якої віднесли і вміння спілкуватися

Для 60% студентів 4 курсу *вік і стать* викладача не є важливими, для 40% важливим є лише вік (перевага віддається молодим людям і людям середнього віку). Ми констатували і той факт, що знову змінилось (радикально) ставлення студентів до соціального статусу викладача: за результатами анкетування для 100% студентів 4-го курсу він не є важливим. *Самооцінка педагога*: для 90% студентів має велике значення, для 10% не має значення. *Стиль одягу*: для 90% студентів він є важливий (оцінюється як діловий, модний та індивідуальний).

Зовнішня привабливість: для 50% студентів має значення, для 50% не має значення.

Студенти 5 курсу магістратури мають більш ширші знання про *імідж* особистості. Всі студенти – 100% опитаних, змогли пояснити це поняття. З них 35% студентів розуміють його як особистий стиль людини, 25% – як цілеспрямовано створений власний образ для необхідного сприйняття себе іншими, 15% – як особистість людини, її індивідуальність, 10% – як сукупність зовнішніх і внутрішніх складових характеру людини, 8% студентів розуміють імідж як погляди людини на життя, 4% – як вміння показати себе з кращої сторони, 3% – як загальну привабливість людини для інших.

Педагогічний імідж 95% студентів сприймають позитивно та вбачають в ньому еталон та зразок для наслідування. Педагогу, за висловлюваннями студентів, притаманні власні погляди, вміння спілкуватися та мистецтво привертати до себе увагу; він має психічну витримку та емоційну стабільність, толерантність, вихованість, наполегливість, етикет, високий рівень знань і умінь, доброту, розуміння, ввічливість, моральні якості, бездоганну мову. Його стиль одягу діловий і, в той же час, вишуканий.

Лише 3% студентів магістратури розуміють, але не можуть чітко пояснити відмінність понять «імідж» та «педагогічний імідж», а 2% вважають, що педагогічний імідж нічим не відрізняється від інших.

Основними характеристиками іміджу студенти магістратури вважають: 30% – зовнішній вигляд, 17% – комунікативність, 35% – фахову компетентність, 10% – моральні та вольові якості, 5% вияв внутрішнього «Я», 3% студентів вважає, що всі перераховані характеристики властиві іміджу людини.

Важливість віку та статі педагога: для 70% студентів не важливі вік і стать, для 28% студентів важливий вік (перевагу надають досвідченим викладачам середнього віку), для 2% студентів важлива стать вчителя

(переконані, що лише жінки можуть бути справжніми педагогами, оскільки у них краще розвинена емпатія та емоційна сфера).

Соціальний статус педагога: для 53% студентів важливий високий статус педагога, (їм подобається коли у них викладає кандидат наук, професор). Для 47% студентів соціальний статус не має значення.

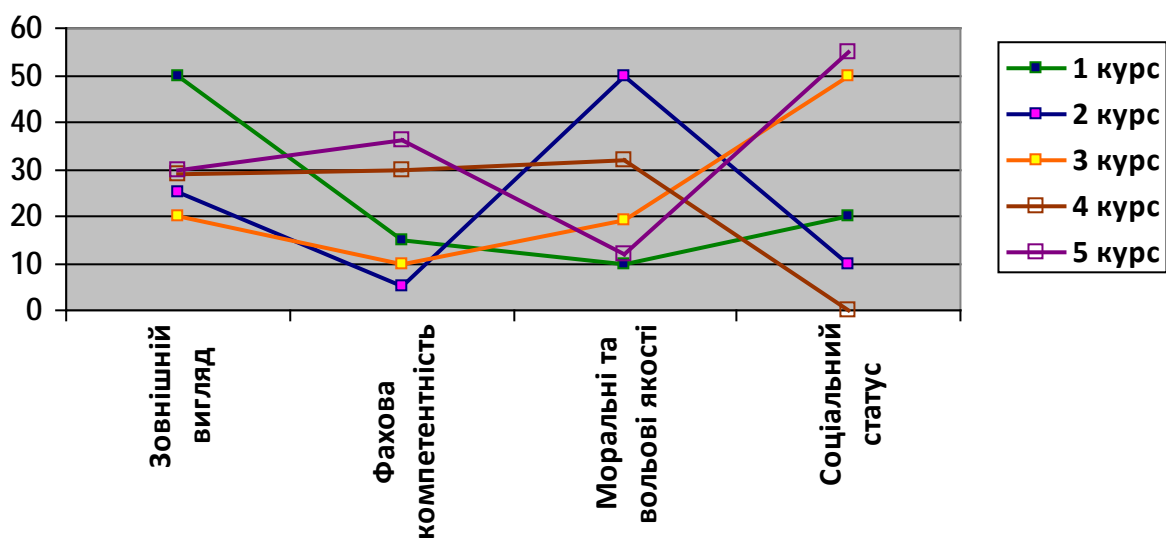
Самооцінка педагога сприймається магістрантами наступним чином: для 90% студентів важлива позитивна самооцінка, впевненість педагога у своїх словах і діях, для 10% студентів не важлива самооцінка (вони вважають, що здатні самостійно оцінити своїх педагогів, не залежно від видимої їхньої самооцінки).

Стиль одягу. є важливим для 75% магістрантів (характеризується як діловий та стильний одяг), для 25% студентів одяг не є важливим при сприйнятті педагога.

Зовнішня привабливість: для 58% студентів має значення, для 42% не має значення.

Ми бачимо, що у студентів магістратури більш повні і чіткі уявлення про педагогічний імідж. Все більшого значення набуває для них фахова компетентність педагога, його моральні та вольові якості. Зменшується роль одягу в оцінці людини, натомість набирає ваги соціальний статус педагога (наявність наукового ступеню та вченого звання). Пояснюємо це тим, що загальний рівень знань, установок та ціннісних орієнтирів у студентів магістратури вищий, ніж у студентів молодших курсів. Вони мають достатній досвід спілкування із значною кількістю педагогів, на основі чого можуть робити виважені висновки.

Узагальнено результати оцінювання іміджу викладачів студентами можна побачити на графіку 1.1.



Також в ході констатувального експерименту нами були проведені спостереження за поведінкою студентів, їх одягом, мовою, стилем спілкування з оточуючими, виходячи з яких ми констатували:

Для студентів першого курсу характерним у поведінці є позиція вивчення оточуючих. Для ряду студентів це позиція відмежованості, засвоєна ними в шкільні роки. Для інших – активного прагнення до взаємодії, повного заглиблення у студентське життя. Частка таких студентів, по відношенню до інших складає 1: 6. Проте, за ними йдуть інші, змінюючи стиль спілкування з педагогами з дистанційного на взаємодіючий. Одяг студентів в перші місяці навчання характеризується наближеністю до шкільних вимог, потім виникає бажання урізноманітнити його (на основі розуміння, що ВНЗ – не школа, і жорсткий контроль за зовнішнім виглядом тут не здійснюється). Інколи зміни в одязі носять радикальний характер, проте на першу ж вимогу (зауваження) викладача вони реагують позитивно. Спілкування студентів один з одним значно відрізняється від спілкування з педагогами: з однолітками вони розкуті (іноді занадто), емоційно виразні, з вчителями ведуть себе стримано. Мова

також характеризується відмінностями, в залежності від того, з ким студенти спілкуються. Під час міжособистісного спілкування можуть вживати не літературні вирази, мова далека від ідеалу. В розмові зі старшими намагаються дотримуватись правильної літературної мови.

Для студентів другого курсу характерним у поведінці є відкритість і налаштованість на взаємодію. Вони найбільш активні серед студентів. Мова і характер їхнього спілкування з оточуючими не відрізняється стабільністю, може бути різною, в залежності від ситуації. Студенти знаходяться в пошуку прикладу для наслідування. Це знаходить свій відбиток в одязі, манері поведінки.

Для студентів третього курсу характерним у поведінці є певне «охолодження» до навчання і студентського життя. Після педагогічної практики частина з них перестає бачити свою подальшу долю в професії. Це позначається на стилі їхньої поведінки (байдужість, нівелювання обов'язків, пошук інших сфер для докладання власних зусиль), мові (мова не професійна, збіднена), одязі (прагнуть відійти від класичної норми, експериментуючи зі своєю зовнішністю). Та частина студентів, що свідомо утверджуються у своєму виборі, починає активно працювати над власним іміджем, намагаючись наблизити його до педагогічного. Це обумовлено і тим, що вони йдуть на довготривалу педагогічну практику, де пробують себе в ролі педагога і хочуть, щоб саме так їх сприймали діти і батьки вихованців. Іншою причиною є пошук роботи за спеціальністю, яку вони прагнуть поєднувати з навчанням. Стиль спілкування їх стає виваженим, емпатійним. Одяг стриманим, мова – правильною.

Для студентів четвертого курсу характерним є різкий поділ на тих, хто бажає швидше закінчити навчання, отримати диплом і за його допомогою «шукати себе» в інших сферах діяльності та тих, які прагнуть успішно завершити і в подальшому продовжити навчання за спеціальністю. Тобто можна чітко бачити, хто зі студентів пов'язує своє подальше життя з

педагогікою, а хто – ні. Відповідно різняться стиль їх поведінки, характер спілкування з оточуючими, зовнішній вигляд, мова, набуваючи чи нівелюючи ознаки «педагогічності».

Для студентів п'ятого курсу характерним у поведінці є цілеспрямованість, висока самооцінка, педагогічний стиль спілкування зі студентами молодших курсів, правильна мова. Вони цінують свій час і час інших, толерантні в оцінках думок і вчинків інших. Проте у спілкуванні один з одним не дотримуються вибраного педагогічного стилю поведінки, можуть допускати дещо «вільні» вислови, неадекватний тон і гучність голосу. Зовнішній вигляд магістрантів має ситуативний характер: в аудиторію до студентів вони вдягаються відповідно виду діяльності, в аудиторію до викладачів – вільніше. Багато експериментують, шукаючи свій стиль і намагаючись надати йому оригінальності.

Дані спостережень дали можливість зробити узагальнення: у студентів, в цілому, ще не сформований педагогічний імідж. Лише у студентів магістратури констатували його часткову сформованість та прагнення до набуття іміджу педагога, активні пошуки (на емпіричному рівні) у цьому напрямі.

Під час констатувального експерименту нами були проведені бесіди із студентами про необхідність формування педагогічного іміджу та з'ясовано:

- наявний (реальний) імідж студентів, в більшості, не задовольняє;
- студент не знає, що буде з ним далі і який імідж йому потрібний;
- студентом не знають в якому напрямі рухатися, щоб бути успішним;
- виникають протиріччя між бажаним і реальним положенням справ;
- значна частина студентів магістратури (до 30% опитаних) відчують труднощі у спілкуванні.

На думку студентів, імідж, має пряме відношення до лідерства, тому що є одним із його інструментів. Студенти прагнуть до іміджу лідера, що виявляється в знаннях, силі, незалежності, впевненості, емпатії, відкритості та зацікавленості в інших.

В ході констатувального етапу експерименту ми працювали з великою кількістю студентів: від першого до останнього курсу, але оскільки для участі у формуальному етапі експерименту необхідно було сконцентруватися на роботі з магістрами, з усієї групи студентів було обрано 46 чоловік, що навчаються за ОКР «Магістр». В свою чергу вони були поділені на 2 підгрупи: одна з них виступала як експериментальна, друга, як контрольна. Дані саме цих груп представлені у порівняльній таблиці 3.1 та 3.2.

Критеріями сформованості педагогічного іміджу студентів були обрані:

- 1) *теоретичні знання* про педагогічний імідж: його сутність, роль у професійній діяльності, складові, методи формування;
- 2) *практичні вміння* з використання отриманих знань у професійній діяльності та повсякденному житті;
- 3) *бажання (прагнення) до позитивних змін* у своєму іміджі.

Згідно обраних критеріїв студенти були розподілені наступним чином: до студентів у яких рівень сформованості педагогічного іміджу був **достатнім**, ми віднесли тих, що мали ґрунтовний рівень теоретичної підготовки з питань педагогічного іміджу, вміли застосовувати знання у практичній діяльності і активно прагнули до позитивних змін. Показниками **задовільного** рівня сформованості педагогічного іміджу виступили: часткові знання та вміння при наявності прагнення до позитивних змін. **Незадовільний** рівень сформованості педагогічного іміджу визначався при відсутності у студентів знань, умінь з питань педагогічного іміджу та його використання і недостатній мотивації.

Таблиця 3.1: Рівні сформованості педагогічного іміджу у студентів контрольної групи за даними констатувального експерименту.

№	Кількість студентів	достатній рівень	задовільний	незадовільний
1	23	3	8	12

Таблиця 3.2: Рівні сформованості педагогічного іміджу у студентів експериментальної групи за даними констатувального експерименту.

№	Кількість студентів	достатній рівень	задовільний	незадовільний
1	23	4	7	12

З викладачами вищої школи нами були проведені бесіди на тему: «Шляхи формування педагогічного іміджу у магістрів в період педагогічної практики». Викладачі були єдині у думці, що педагогічний імідж у студентів необхідно формувати в період їх навчання у ВНЗ.

На питання яким має бути педагог, викладачі вищої школи відповіли, що сучасний педагог повинен мати знання, бути ерудованим, доброзичливим, відкритим, лояльним, вміти стримувати емоції та забувати непорозуміння; любити свою професію, бути гуманістом, не відволікатися під час роботи на сторонні думки, а спрямовувати їх на роботу; поєднувати в собі зовнішні і внутрішні позитивні якості, що є складовими іміджу. Викладачі зазначали, що педагогу постійно потрібно орієнтуватися на підтвердження свого соціального статусу, сприяти розвитку в собі найкращих педагогічних якостей.

На питання яким чином відбувається формування педагогічного іміджу у студентів, викладачі визнали, що велике значення має приклад викладача, цікава література. Вони зазначили, що магістрантам потрібно займатись самоосвітою, орієнтуватися на постійне професійне самовдосконалення, розвивати комунікативні вміння та риторичку. Поряд з цим необхідно проводити цілеспрямовані бесіди та тренінги для магістрів, настановні лекції та семінарські заняття або спецкурси присвячені проблемі створення індивідуального педагогічного іміджу. На думку окремих викладачів доцільно ввести предмет «педагогічна іміджелогія» на 4-5 (випускних) курсах навчання для більш повного та детального засвоєння студентами знань з теми педагогічного іміджу та формування вміння використовувати їх на практиці.

Висновок:

Стан сформованості педагогічного іміджу у студентів всіх курсів, в тому рахунки і магістратури можна вважати недостатнім, оскільки ні рівень знань студентів про складові педагогічного іміджу, ні вміння створювати власний педагогічний імідж у гармонії внутрішніх і зовнішніх характеристик не були їм притаманні, а саме вони (знання та вміння з їх застосування) поряд з розвинутою мотивацією до самовдосконалення виступають критеріями сформованості педагогічного іміджу.

Педагоги ВНЗ вважають, що роботу з формування педагогічного іміджу слід здійснювати в період навчання студентів. Особливим етапом, що сприяє розвитку як мотивації, так і всіх інших структурних компонентів процесу іміджетворення є педагогічна практика. Студенти магістратури проходять протягом навчання дві педагогічні практики – стажистську та асистентську, в ході яких виступають перед студентами в якості викладача. Це стимулює процес роботи над собою, в тому рахунку і в плані формування власного педагогічного іміджу.

2.2 Система роботи з формування педагогічного іміджу у магістрів.

На основі даних констатувального експерименту нами була визначена мета формувального експерименту: розробка системи роботи з формування педагогічного іміджу у магістрів в процесі педагогічної практики. В своїй роботі ми виходили з того, що:

- Імідж – це публічний образ людини, це враження, яке ми здійснюємо на інших. Він є самопрезентацією, зовнішньою стороною образу, в якому виявляються найбільш суттєві його характеристики.
- Імідж не формується спонтанно, а є системою послідовної, кропіткої роботи.
- Систему роботи з формування педагогічного іміджу у магістрів в процесі педагогічної практики, можна розглядати, як послідовне використання взаємодоповнюючих один одного методів і прийомів, що підпорядковуються єдиній меті і обумовлені послідовними етапами: мотиваційним, когнітивним, діяльнісним, творчим.

Тобто система роботи має здійснюватись у відповідності до процесу імідж – формування, для якого характерні всі компоненти процесуальності, а саме цілемотивований, когнітивний, діяльнісний та оцінно-рефлексивний компоненти. Результатом ефективності процесу буде створений образ, або імідж.

Етапи формування іміджу обумовлюють відповідні *завдання*. Так основним завданням першого етапу буде розвиток мотиваційної сфери майбутнього педагога та надання віртуальних і реальних зразків для наслідування. Для другого етапу основне завдання – надання системи знань про значення і місце педагогічного іміджу у професійному становленні та зростання педагога, його види, складові та їх характеристики, шляхи формування. Для третього етапу провідним завданням є забезпечення умов для вправління і формування практичних умінь з використання знань про педагогічний імідж у практичній діяльності. І завдання четвертого етапу можна сформулювати як

формування в особистості вмінь критично оцінювати отримані результати та здійснювати корекцію власних умінь, характеристик тощо.

Педагогічна практика магістрів є важливою умовою розвитку мотивації до формування педагогічного іміджу. Сама ситуація стимулює перегляд ціннісних установок, набуття знань та використання їх у практичній діяльності. Студенти є найбільш сприйнятливими до педагогічних впливів з боку викладача саме в цей період, коли «приміряють» педагогічний образ і діють в якості не студента, а викладача для студентів молодших курсів. Відбувається певне відмежування від статусу студента, що спрацьовує на позитив у формуванні нового педагогічного образу.

Н. Гузій була обґрунтована технологія побудови педагогічного іміджу, як система послідовних етапів створення образу педагога, що органічно поєднує в собі всі етапи імідж-формування. В узагальненому вигляді вона представлена на рис.



Рис. 2.8.: Технологія побудова педагогічного іміджу за Н.Гузій.

Ми взяли за основу цю технологію побудови педагогічного іміджу та поєднали її з авторською технологією В. Горчакової. Технології даних авторів можуть бути використані для формування педагогічного іміджу у студентів магістратури в процесі навчання та педагогічної практики. Нами були виділені такі складові технологій та визначено зміст роботи за ними:

I етап – мотивація іміджетворчих дій (інтелектуальних, вольових, практичних).

II етап – надання студентам системи знань та створення ескізу образу, який презентується студентам-магістрантам під час навчальних занять, спостережень, вивчення літературних джерел, аналізу поглядів та суджень інших, аналізу відеозйомок цікавих людей. На нашу думку, створений ескіз-образ неодноразово програвється у свідомості майбутнього педагога, аналізуються всі позитивні та негативні його сторони, обираються засоби втілення.

III етап – оволодіння студентами технікою «програвання» іміджу та надання можливостей для вправлення в адаптації обраного образу до своєї особистості.

IV етап – творче перетворення обраного образу, інтеріоризація отриманих знань

Останній етап сприяє подальшому розвитку іміджевого процесу (що може тривати все життя не у плані змін, а в плані деталізації, уточнення, шліфування), який складається з трьох етапів і передбачає:

- 1) Іміджевий розвиток (внутрішня робота над собою, ріст іміджевої компетенції).
- 2) Іміджеві формування (матеріальне і сценічне перевтілення, реалізація, об'єктивізація іміджевих ідей).
- 3) Іміджеві уявлення та просування.

Підсумовуючи все вищесказане, можемо зробити висновок: система роботи полягає у послідовному використанні комплексу методів, що

поєднуючись між собою створюють технологію формування педагогічного іміджу у студентів магістратури. Методи імідж-технологічного процесу використовуються у відповідності до етапів імідж-формування:

- мотивація,
- надання системи знань
- оволодіння технікою «прогривання» іміджу
- творче перетворення обраного образу

Висновки до II розділу.

За даними констатувального експерименту стан сформованості педагогічного іміджу у студентів всіх курсів, в тому рахунки і магістратури можна вважати недостатнім, оскільки ні рівень знань студентів про складові педагогічного іміджу, ні вміння створювати власний педагогічний імідж у гармонії внутрішніх і зовнішніх характеристик їм не притаманні. Саме вони, (знання та вміння з їх застосування), поряд з розвинутою мотивацією до самовдосконалення виступають критеріями сформованості педагогічного іміджу.

Критеріями сформованості педагогічного іміджу виступають знання про значення педагогічного іміджу у педагогічній діяльності, його складові компоненти та методи формування, вміння з їх застосування поряд з розвинутою мотивацією до самовдосконалення.

Система роботи полягає у послідовному використанні комплексу методів, що поєднуючись між собою створюють технологію формування педагогічного іміджу у студентів магістратури. Методи імідж-технологічного процесу використовуються у відповідності до етапів імідж-формування:

- мотивація,
- надання системи знань
- оволодіння технікою «програвання» іміджу
- творче перетворення обраного образу.

Розділ III Педагогічна практика як засіб формування професійного іміджу у магістрів.

Практика формування педагогічного іміджу у магістрантів у навчально-виховному процесі ВНЗ (формувальний експеримент)

В процесі формувального експерименту ми послідовно втілювали розроблену систему роботи, використовуючи для цього всі форми навчально-виховного процесу: аудиторні заняття, виховні години, групові та індивідуальні бесіди, консультації, педагогічну практику, конференції, тренінги.

Під час першого етапу ми формували у студентів магістратури інтерес до теми іміджу та бажання вдосконалити власний або створити новий імідж, (під час лекційних та семінарських занять, на конференціях та тренінгах).

На виховних годинах ми надавали систему знань з формування та проектування педагогічного іміджу.

Вправляли у визначенні основних якостей своєї особистості, навичках вживання в образ та в умінні подати себе, (на виховних годинах, під час лекційних занять та проектуванні свого архетипу).

Закріплювали уміння студентів в ході педагогічної практики, обговорювали та аналізували результати на виховних годинах і під час індивідуальних бесід.

Сприяли розвитку творчих здібностей під час творчого етапу: проектування, перевтілювання на основі набутих знань та інтуїції.

В ході формувального етапу експерименту ми пересвідчилися в тому, що підготовка спеціаліста неможлива без набуття випускниками вищого навчального закладу певного досвіду практичної роботи, професійних умінь та навичок. Під час навчання магістри вже отримали теоретичну, психолого-педагогічну та методичну підготовку. Практика ж, ставить їх в умови самостійного розв'язання проблем, дає змогу перевірити свою готовність до професійної педагогічної діяльності. Це викликає велике хвилювання, що

базується на бажанні виконати професійні функції викладача на високому рівні, а отже сама ситуація стимулює до самовдосконалення.

Наша думка співпадає з думкою Л. Березівської [20, 305], що мотиви являють собою рушійну силу для переборення страхів у магістрантів, що виникають в процесі педагогічної практики та сприяють успіхам в ній.

I етап: мотивація. Вивчення студентами магістратури ієрархії власних мотивів, визначення домінанти професійно-педагогічної діяльності, підвищення рівня професійних знань, дало можливість розробити психолого-педагогічні засоби впливу на студентів молодших курсів, підвищити ефективність власної діяльності, оптимізувати у відповідності до нового виду діяльності (викладання та проведення виховної роботи в групі студентів молодшого курсу) особистий розвиток та імідж.

Зокрема, спроба створення моделі мотивації підвищення кваліфікації особистості педагога базувалася на розумінні магістрами взаємодії індивідуальних особливостей вчителя та ситуації діяльності. При дослідженні мотивації під час групових та індивідуальних бесід ми розглядали такі фактори як: особистісні характеристики педагога, соціально-економічну ситуацію життя, взаємодію і взаємовплив актуального стану вчителя та стану ситуації, педагогічних засобів реалізації діяльності.

Оскільки діяльність педагога полімотивована, тому у широкому спектрі спонук магістрів під час педагогічної практики ми спостерігали різноманітні за своєю спрямованістю мотиви. Це пізнавальні мотиви соціального напрямку, професійно-ціннісні орієнтації, мотиви соціального престижу, які пов'язані з потребою самовдосконалення та самоствердження магістра в ролі майбутнього викладача.

На основі експериментальних даних (отриманих в процесі спостережень за діяльністю магістрів під час педагогічної практики та індивідуальних бесід з ними) ми можемо говорити, що мотивація у магістрів під час педагогічної

практики різна. Основними мотивами, щодо зміни та створення собі іміджу під час педагогічної практики є:

1. Бажання не втратити авторитет у викладачів;
2. Страх підвести свого наукового керівника;
3. Бажання підвищити свій авторитет у студентів та викладачів;
4. Бажання завоювати симпатії студентів, в групах яких проходила педагогічна практика;
5. Бажання підвищити ефективність роботи студентів;
6. Задоволення особистої потреби самовдосконалення, новизни праці та прояв творчого потенціалу;
7. Бажання утвердити новаторство (у стилі спілкування зі студентами та зовнішньому образі сучасного педагога) у вищій школі;

При цьому у магістрантів спостерігалось поєднання мотивів. Але в загальному вигляді їх ранжування відповідає представленій послідовності.

II етап: інформування. На етапі інформування, або надання студентам знань про поняття «імідж», його складові компоненти та роль у професійній діяльності нами були використані крім пояснень різні засоби вивчення іміджу: аналіз книг, журналів, фрагментів кінофільмів, фотографій та відео зйомок цікавих людей.

III етап: проектування образу. Процес проектування іміджу ми розпочинали з виявлення соціального потенціалу, потреб та інтересів студентів магістратури, визначення базових установок та основних соціальних ролей особистості.

За допомогою психоаналітичних методик нами обирався образ, що носив характер установки і співвідношення до соціальної мети у магістрантів. Образ був їм відомий, пізнавався і викликав необхідні асоціації.

Нами була використана діагностика індивідуальної особистості студента до моделі педагога, на яку може спиратися магістрант при імідж-проектуванні.

Ми визначали серйозність їх намірів по відношенні роботи над іміджем, яка виявлялася із справжніх бажань, уявлень мети, віри у здійснення задуманого та сприйняття нового іміджу. З'ясували, що тільки сильне бажання, забезпечує енергію перевтілення наміченого, віру по відношенні досягнення мети, активне прийняття, яке підтверджує готовність діяти в заданому напрямі. Наступним кроком було визначення студентами магістратури рівня свого розвитку та механізмів подальшого росту.

Нами була розроблена діагностика індивідуальної особистісної моделі людини, на яку можна спиратися при імідж проектуванні, тестуванні особистісних особливостей, формуванні іміджевих характеристик. Використані нами в роботі методи формували «салоган педагогічного іміджу» у відповідності до мети особистості магістранта. Ми визначили, що в іміджі, в образі, він буде почувати себе найбільш органічно та просто, тому що створений імідж відповідає його справжній суті. Головними ефектами створення неповторного образу є щирість, яка викликає довіру.

IV етап – побудова рольового образу і поступове оволодіння ним на основі закономірностей та рекомендацій театральної педагогіки, під час практичного «вживання» студентами магістратури в уявний образ, створення умов педагогічної практики, лабораторних занять та тренінгів.

Використовуючи техніку програвання іміджу ми передбачали зміну реального образу на бажаний. Для цього пропонували студентам показати як один образ може трансформуватися в інший. В роботі із студентами магістратури ми використовували арт - прийом: зображення бажаного образу в уяві та засобами мистецтва (малювання, комп'ютерне програмування).

Під час програвання іміджу велике значення має спостережливість та інтуїція для розуміння особливостей, що характеризують особистість іншої людини, шляхом безпосереднього їх сприймання, без розуміння за допомогою доказів.

Як каталізатор роботи над іміджем, для стимулювання інтересу магістрантів, нами була створена гра, для розвитку театральності та артистизму, збагачення емоційності почуттів особистості.

Нами було встановлено, що інтерес або зацікавленість студентів у комплексі дозволяють вирішити завдання самовизначення, самовдосконалення та особистого зростання, досягнення професійної майстерності та ділового успіху, гармонійного відношення із світом та до себе самого.

Побудова іміджу з студентами магістратури ми починали з поставленої мети. Енергетична ємкість та конструктивна сила іміджу виявлялася в креативній ідеї, яка об'єднує визначені вище прагнення до втілення за творчим сценарієм.

Ми з'ясували, що проектування іміджу неначе повертає магістранту самого себе, тільки у більш красивому вигляді. Для цього використовували корекцію, добудову рис, яких не вистачає магістранту – майбутньому педагогу для створення гармонії внутрішнього образу. Після цього продовжили «корекційну» добудову, перетворення образу на основі більш зрілої «інтенції». Роботу з імідж-дизайну ми розпочали з обігрування ключових деталей, або найголовніших якостей викладача, його головних завдань.

Наступним в нашій роботі з формування внутрішнього і зовнішнього проявів іміджу, було створення особистої легенди, як сценарію розгорнутого іміджу на основі іміджевої архетипної методики.

Ми пропонували магістрантам вибрати в своїй уяві 2-3 образи педагогів найбільш цікавих та актуальних на їх думку (із літературних творів та найближчого середовища) та визначити, які якості особистості вони хотіли б взяти для створення свого нового іміджу. Потім необхідно було відібрати в собі найбільш цінні якості, що відносяться до ядра особистості, приєднати їх до задуманого образу. Після цього, спираючись на архетипний фундамент, вибудувати архетипічну вертикаль свого індивідуального педагогічного іміджу. Архетип, що викликає найбільшу силу почуття та має найбільше відношення до

стержня своєї внутрішньої суті виводиться на верх, а всі інші вибудовуються під ним по зменшенню. Тільки перші три кроки по вертикалі від архетипічного фундаменту складуть індивідуальну історію особистості.

Перші три кроки є проєктивними методиками: виявлення окремих елементів неординарності особистості людини, її завдання та функціональна спрямованість психологічних механізмів особистого розвитку. Потім запропонували магістрам вийти із поля образу, щоб подивитися на намічену модель зі сторони, створити більш високий рівень відображення і потім знову повернутися в поле образу.

Нами було визначено, що критеріями якості цієї роботи була: структурованість мислення, якість мети, посилення мотивації та відчуття впевненості у собі та висока самооцінка магістрантів. Вже створений новий імідж викликав у магістрантів яскраві почуття, які визначали дії та вчинки.

Рухаючись за японською технологією (JIS), вже після проєктування іміджу ми виділили його основні компоненти, визначили знакові характеристики особистості, визначили додаткові складові іміджу, спробували реалізувати креативну ідею.

Разом з магістрантами ми пройшлися по структурній карті актуального образу «Я», користуючись характеристиками вербального, кінетичного, габітарного, середовищного та речовими компонентами іміджу.

Із студентами і магістрами ми проводили роботу по формуванню педагогічного габітарного іміджу під час виховних годин: здійснювали стилізацію образу педагога, будували індивідуальний портрет, прогнозували і створювали віртуальний раціональний гардероб вчителя, здійснювали підбір аксесуарів, що розглядалися нами як барометри іміджу. Спільно із студентами ми з'ясували, що візуальними засобами виразності габітарного іміджу є стиль та колір одягу, особливості зачіски, характер аксесуарів. Для ділового стилю характерні прості елегантні риси, незначна кількість елементів. Все складає уявлення зібраності, наявності мети та ділового настрою, підкреслює

елегантність, рівновагу естетичної корекції та концентрації образу, виконується акцентування сильних сторін педагога, що викликає повагу до нього.

Готуючись до зустрічі зі студентами в якості викладачів, магістранти намагались дотримуватись цих еталонів. Як правило всі обирали діловий костюм та взуття, використовували мінімум прикрас, хоча були магістранти, які використовували більш яскраві кольори та детально добирали стильні аксесуари (від папки, ручки до прикрас). Всі, без винятку, магістранти зазначали, що відчували на собі уважні, навіть пильні й оцінюючі погляди студентів. Більшість з них відзначили, що хотіли, щоб їхній одяг був більш престижним (дорогим). Навіть ті магістранти, що під час діагностики говорили, що одяг для викладача не є важливим, під час педагогічної практики змінили свою думку і відзначили, що на початковому етапі знайомства із студентською аудиторією, поки студенти ще не можуть оцінити ні рівень знань, ні особистісні якості молодого викладача, одяг має велике значення.

Під час роботи по кінетичному іміджу ми проводили із студентами магістратури тренінги, що передбачали формування виразності рухів, які є важливим елементом творчої роботи над особистим іміджем. Вчили передавати почуття через рухи тіла, пластику, ходу, характерні жести, пози та манери, вчили при цій роботі йти від внутрішніх почуттів. Але під час практики, в процесі викладання навчального матеріалу, більшість з них використовували зайві рухи, що не підсилювали зміст викладу (маніпулювання ручкою чи олівцем, потирання рук та різних частин обличчя, хаотичне маніпулювання дрібними предметами, що знаходились на столі). Щоб уникнути зайвих рухів ми радили використовувати більше демонстраційного матеріалу (наочності), що вимагає застосування цілеспрямованих та мотивованих рухів.

Цікавою виявилась робота з вербального іміджу. Під час рольових навчальних ігор ми пропонували магістрантам змінити голос, інтонацію і манеру говорити. Тому, що голос є маркером стану душі, він дуже важливий при створенні образу персони, а іноді буває основним засобом подання себе. У

своїй роботі ми використовували психічну та дихальну гімнастику, а також техніку сценічного читання. Визначили, що коли голос красиво лунає, людина відчувається комфортно.

Всі магістранти відзначали, що коли вони вперше входили до аудиторії студентів саме голос «видавав» їхнє хвилювання, тремтів, ставав неприродним. Перші хвилини лекції доводилось опановувати його і лише через 3-5 хвилин він повертався в норму. Важко було витримувати і рівний темп голосу, дотримуватись його звучання з однаковою силою протягом всього викладу матеріалу. Для того, щоб виправити ці недоліки необхідні попередні тренування, а під час лекції – вольові зусилля.

Щоб добре зіграти свою роль, отримати визнання і популярність, потрібно знайти в образі або ролі – оригінальне поєднання якостей, що будуть забезпечувати органічність його втілення в життя. Артистизм є неодмінним атрибутом хорошого іміджу. Тому ми прагнули, щоб студенти запам'ятати, що імідж – це особиста творчість і він може бути піднесений до рівня справжнього мистецтва.

Під час практики нами була застосована технологія роботи над образом (за В. Горчаковою), що включає три етапи: етап внутрішньої роботи, етап зовнішньої роботи над образом та етап управління іміджем.

Внутрішня робота передбачала: імідж аналіз, імідж трансформацію та імідж активізацію.

Зовнішня робота – стилізація образу, ресурсів забезпечення іміджу, професійна індивідуалізація, активізація мети створення іміджу, звільнення іміджевих ресурсів.

Управління іміджем: створення матеріальної інформації іміджевих носіїв, наповнення зовнішнього іміджевого простору необхідними матеріалами та інформацією, оперативне рольове регулювання іміджевого простору.

Імідж розвиток: розвиток внутрішньої уваги, уявлення, образу мислення.

Розроблені автором (В. Горчаковою), та використані нами під час практики спеціальні діагностичні, проєктивно-аналітичні, мотиваційні та корекційні інструментарії, були спрямовані на виявлення іміджевих ресурсів, компетентності та вмінь з моделювання іміджу.

Ми разом із студентами з'ясували, що імідж особистості – природно або штучно змодельовані якості особистості, що викликають повагу, орієнтовані на підсвідомість.

Створення та використання іміджу особистості вбирає в себе декілька видів мистецтва: зображувальне, пластичне, режисерське, ораторське, мистецтво одягатися, соціально психологічне (як мистецтво само презентації). Сам імідж є специфічним видом мистецтва, розумінням і вираження своєї основи. Творча особистість, таким чином, є інструментом художньої виразності.

Наступний етап – створення правдивого «життєвого» образу відповідно до уявної моделі, формування цінностей, злиття особистості студента із створеним ним образом, який починає існувати як реальність.

Магістранти визнали, що штучно спроектований імідж, без врахування внутрішніх «інтенцій», є психологічно далеким та небезпечним, бо загрожує втратою індивідуальності. Якісний же імідж-дизайн органічно вписується в структуру особистості, оскільки він базується на елементах індивідуального досвіду та спирається на особистість. Імідж проектування повертає магістранту себе, тільки в більш досконалому вигляді.

В своїй роботі ми спиралися на те, що творча психологічна побудова іміджу сприяє досягненню особистістю соціальної та професійної мети, носить гармонійний і розвиваючий характер та сприяє росту популярності, а через аналіз іміджу магістрант може прочитати думки і бажання студентів. Ідея прекрасного перевтілення в особистість чудово розкриває багато здібностей і талантів людини [14, 28].

Висвітлюючи основні ознаки діяльності, відображаючи їх індивідуальний стиль, педагогічний імідж перетворюється на дієвий механізм професійного самовдосконалення і вимагає від студентів дбайливого ставлення до власної особистості як до інструменту професійної діяльності на основі творчого пошуку, духовного зростання, естетичної виразності педагогічної взаємодії.

Підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що в цілому наша робота над іміджем студентів, складалася із семи кроків і відповідала семи складовим імідж проектування, що були застосовані нами в ході формувального експерименту:

- виявлення установок «підсвідомого»;
- визначення особистого потенціалу;
- опис суспільства, суспільної групи на яку орієнтовано імідж;
- ревізія ресурсів – психологічних, соціальних, матеріальних;
- визначення нового символу;
- формування своїх дій за окремими складовими іміджу особистості;
- просування іміджу.

Нами було виділено ключовий фактор, який надавав динаміку всьому цьому процесу. Ми визначили, що просування іміджу починалося із прийняття відповідальності і виконання певного кроку, а також визначення спрямованості особистості, формулювання мети та бажання йти у визначеному напрямі.

Перед початком роботи ми виконали наступні дії:

- а) проговорили внутрішні проблеми студентів: незадоволення, тривоги, страхи, особливо хвилюючі теми. Спробували зняти комплекси, енергетичні затиски, розслабитися і увійти в зв'язок із своїм первинним почуттям, визначити життєві установки, оцінити помилкові чи неправильні стереотипи;
- б) провели прогнозування;
- в) визначили діапазон лідерства;
- г) намітили траєкторію розвитку (етапи виконання мети);

д) створили графік представлення іміджу суспільству (в даному випадку колективу студентів та викладачів).

Система імідж проектування, використана нами працювала на основі:

- фокусування на меті та відпрацювання матеріалу, що пов'язаний з нею;
- знання перешкод та обмежень;
- нарощування, активізація та підтягування ресурсів (мотивація);
- особисте зростання за рахунок активізації всіх механізмів зростання та розвитку особистості: розуміння мети, виявлення перешкод, подолання внутрішніх та зовнішніх перешкод, нова роль, висока активність як сукупний механізм росту;
- прискорення за розвиток емоцій досягнення (активізація ресурсів, включення сили інстинктів);
- особисте само підсилення, гендерне регулювання.

Педагогічна практика виявилась найбільш оптимальним часом для формування педагогічного іміджу у магістрантів.

3.2 Динаміка процесу та результати формування педагогічного іміджу у магістрів в процесі педагогічної практики.

Для перевірки ефективності розробленої системи роботи нами був проведений контрольний експеримент, в ході якого ми використали комплекс наукових методів дослідження.

Теоретичні методи: аналіз, порівняння, ранжування, систематизація та узагальнення даних формувального експерименту;

Емпіричні методи: бесіди; спостереження за поведінкою та зовнішнім виглядом студентів.

Метою контрольного експерименту було виявлення стану сформованості педагогічного іміджу у студентів педагогічного навчального закладу (Інституту розвитку дитини).

Контрольний експеримент проводився за схемою констатувального, проте анкетування було замінено бесідою, що включала перегляд анкет та аналіз позицій, зазначених магістрантами в анкетах під час констатувального експерименту. Результати бесід дозволили констатувати наступне: студенти 5 курсу магістратури розуміють поняття «імідж» і його значення для успішності людини в суспільстві. Вони розрізняють поняття «педагогічний імідж» і знають його складові. Усвідомлюють, що одним із головних показників іміджу педагога є його мовлення, оскільки через мову виявляються внутрішні якості особистості, її ставлення до людей, фахова компетентність тощо. Тому магістранти стали більше слідкувати за своєю мовою, намагаючись зробити її інформативно насиченою, правильною та інтонаційно врівноваженою. Якщо раніше (в ході констатувального експерименту) значна частина їх вважала найяскравішими характеристиками іміджу одяг, то після педагогічної практики на перше місце вони поставили мову і манеру спілкування, а одяг посів третю сходинку. В цілому ранжування складових педагогічного іміджу за їхньою значущістю набуло наступного змісту:

- Володіння мовою, красномовство;
- вміння спілкуватися з іншими людьми;
- зовнішній вигляд;
- фахова компетентність (рівень знань і умінь);
- психологічна витримка, емоційна стабільність;
- моральні та вольові якості особистості;
- мистецтво подобатися людям;
- виразність міміки, вміння керувати нею;
- пластика та невимушеність рухів.

Для переважної більшості (80%) важливим лишився статус педагога та його зовнішня привабливість, під якою магістри розуміють єдність зовнішніх і внутрішніх якостей особистості. Така ж єдність думки спостерігалась після проходження педагогічної практики щодо зовнішності педагога. Магістранти зазначали, що діловий стиль одягу налаштовує на діловий тон розмови, підвищує впевненість у собі. В той же час він (стиль) у кожної людини індивідуальний і таким має лишатися. Студенти погодились з тим, що годинник – важливий атрибут аксесуарів педагога, оскільки доводиться постійно контролювати час, а отже слід звертатись до годинника. Ми констатували, що частина магістрантів змінила макіяж на більш спокійний, а зачіску на ділову (волосся зібране).

Якщо під час констатувального експерименту ми бачили часткову сформованість педагогічного іміджу у студентів випускного курсу, то після асистентської педагогічної практики, ми спостерігали його сформованість (на візуальному рівні) у всіх магістрантів експериментальної групи. Прагнення до набуття іміджу педагога, активні пошуки на теоретичному та емпіричному рівнях у цьому напрямі дали свої позитивні результати.

Під час проведеної бесіди із студентами про оцінку свого власного педагогічного іміджу було з'ясовано:

- наявний (реальний) імідж студентів, в більшості, задовольняє;

- студент, орієнтований на майбутню педагогічну діяльність і знає який імідж йому потрібний;
- студенти знають в якому напрямі рухатися, щоб бути успішним;
- у них не виникають протиріччя між бажаним і реальним положенням справ;
- частина студентів магістратури (до 20% опитаних) відчують труднощі у спілкуванні зі студентами, але працюють над собою і знають до чого прагнуть.

На думку студентів, імідж, має пряме відношення до лідерства, тому що є одним із його інструментів. Студенти прагнуть до іміджу лідера, що виявляється у професійній компетентності (знаннях та фахових уміннях), силі волі, незалежності, впевненості, емпатії, відкритості та зацікавленості в інших.

Проаналізувавши дані спостережень за магістрантами в ході їх спілкування зі студентами молодших курсів під час здійснюваних видів професійної діяльності (проведення лекційних та практичних занять, виховних бесід, консультацій тощо) ми переконались в тому, що вони змінились, як внутрішньо, так і зовнішньо. Магістранти з експериментальної групи трималися більш впевнено, дії їх були виважені, мова чітка і повільна, стиль спілкування демократичний, але з певним дистанціюванням позиції викладача.

У студентів контрольної групи ці показники (мовлення, стиль спілкування, зовнішній вигляд) також поліпшились, але не таким чином, як у студентів експериментальної групи. Протестувавши їх за

Критеріями сформованості педагогічного іміджу:

- 4) *теоретичні знання* про педагогічний імідж: його сутність, роль у професійній діяльності, складові, методи формування;
- 5) *практичні вміння* з використання отриманих знань у професійній діяльності та повсякденному житті;
- 6) *бажання (прагнення) до позитивних змін* у своєму іміджі.

Ми розподілили студентів за рівнями: до студентів у яких рівень сформованості педагогічного іміджу був достатнім, ми віднесли тих, що мали ґрунтовний рівень теоретичної підготовки з питань педагогічного іміджу, вміли застосовувати знання у практичній діяльності і активно прагнули до позитивних змін. Показниками задовільного рівня сформованості педагогічного іміджу виступили: часткові знання та вміння при наявності прагнення до позитивних змін, Незадовільний рівень сформованості педагогічного іміджу визначався при відсутності у студентів знань, умінь з питань педагогічного іміджу та його використання і недостатній мотивації.

В узагальненому вигляді ці дані представлені у таблицях № 3.3 та № 3.4

Таблиця 3.3: Рівні сформованості педагогічного іміджу у студентів контрольної групи за даними контрольного експерименту.

№	Кількість студентів	достатній рівень	задовільний	незадовільний
1	23	5	11	7

Таблиця 3.4: Рівні сформованості педагогічного іміджу у студентів експериментальної групи за даними контрольного експерименту.

№	Кількість студентів	достатній рівень	задовільний	незадовільний
1	23	17	6	0

Таким чином, можна бачити, що у студентів експериментальної групи відбулися значні зміни у стані сформованості педагогічного іміджу, що ми пояснюємо *по-перше*, систематичністю роботи. Адже як і напередодні педагогічної практики, так і перед кожним заняттям, що його проводили магістранти, ми здійснювали консультування, давали поради, рекомендували спеціальну літературу, а після проведених занять обговорювали їх результативність та аналізували шляхи підвищення ефективності. *По-друге*, студенти експериментальної групи отримали ґрунтовну теоретичну підготовку і підвищили рівень своїх знань про сутність і роль іміджу в успішності професійної діяльності, його складові (внутрішні та зовнішні) та методи

формування. З ними проводились спеціальні тренінгові заняття та систематичні консультації. До того ж тема іміджу зацікавила магістрантів і вони почали самостійно шукати додаткову літературу та вправлятися у формуванні якостей, необхідних викладачеві.

У магістрантів контрольної групи також відбулися позитивні зміни. На нашу думку, це свідчить про те, що педагогічна практика, на якій студент магістратури виступає в якості викладача, дуже стимулює іміджетворчу діяльність майбутніх педагогів, оскільки загострює емоції, концентрує увагу на поведінці викладача і його зовнішньому вигляді, а не лише на змісті матеріалу, який він викладає. Студенти під час індивідуальних бесід говорили, що до педагогічної практики, тобто в той період, коли вони виступали лише в якості студентів, під час лекцій їх найбільше хвилювало: як встигнути записати за викладачем все, що він говорить, як зрозуміти все, що він сказав. Тобто під час навчальних занять вони були зорієнтовані на змісті матеріалу.

Коли ж перед студентами були озвучені завдання педагогічної практики і вони усвідомили, що через деякий час вони самі будуть виступати перед студентами молодших курсів в якості викладача, увага їх (після пережитого періоду страху, заснованого на почутті відповідальності за справу) увага їх почала концентруватися на тому, як саме викладач веде заняття, здійснює виклад матеріалу. Значна увага почала приділятися зовнішньому вигляду та манері спілкування зі студентами. Студенти випускного курсу змогли проаналізувати дані спостережень за організацією навчального процесу і використати набуті знання. Всі відзначили, що велике значення мало відвідування відкритих лекцій у викладачів та один в одного. Аналіз та самоаналіз виступили основними методами навчання педагогічній майстерності. Та оскільки в них не було такого рівня теоретичної підготовленості, як у студентів експериментальної групи, рівень сформованості їхнього педагогічного іміджу лишився на нижчому рівні.

Це засвідчило необхідність спеціальної теоретичної підготовки – надання знань про педагогічний імідж, його складові та методи формування та проведення спеціальних тренінгових занять в період навчання. На нашу думку, курс (чи спецкурс) педагогічної іміджології має викладатися магістрам, поряд з курсами педагогічної майстерності. Це забезпечить вищий рівень їх професійної компетентності та надасть впевненості під час педагогічної практики та наступної педагогічної діяльності.

Висновки до III розділу: У формувальному експерименті нами були використані всі форми навчального процесу для втілення розробленої системи роботи з метою:

- формування інтересу та бажанням вдосконалення чи створення магістрантами нового іміджу;
- надання системи знань з проектування педагогічного іміджу;
- вправлення в якостях особистості;
- аналізу та обговорення результатів роботи з формування іміджу педагога;
- розвитку творчих здібностей: перевтілення, проектування та інтуїції на основі знань.

Ми з'ясували, що повноцінна підготовка випускника вищого навчального закладу не можлива без професійних знань і навичок, а також досвіду практичної роботи. Під час практики магістранти самостійно вирішували проблеми, переборювали страхи, мали прагнення до успіху використовуючи для цього:

1 Етап – мотивацію: вивчення власних мотивів для підвищення рівня знань. Створення моделі мотивації, що сприяє підвищення кваліфікації педагога та характеризується різноманітною спрямованістю мотивів.

2 Етап – інформування: надання знань про імідж, його складові компоненти та їх роль у професійній діяльності магістрантів.

3 Етап – проектування образу: вивчення потреб, інтересів та потенціалу магістрантів при імідж проектуванні. Розробка індивідуальної особистої моделі педагога.

4 Етап – побудова рольового образу і поступове оволодіння ним: «практичне вживання в образ» під час практичних, лабораторних робіт та тренінгів, використання гри як каталізатора роботи над іміджем.

На основі створеної моделі, (за Л. Мітіною), робота по габітарному іміджу здійснюється у стилізації образу; з кінетичного іміджу – передбачає

передання почуттів через рухи тіла, пластику, жести та манери поведінки; з когнітивного іміджу – розкривається через надання знань, використання методів впливу, а також формування морально-етичних установок та стереотипів під час семінарських занять, виховних годин, конференцій. Цікава робота з вербального іміджу – проведення ігор з магістрантами по зміні голосу, інтонації та манері говорити.

Роботу з побудови педагогічного іміджу у магістрантів ми починали з:

- постановки мети, креативної ідеї;
- побудови та корекції рис яких йому не вистачає;
- створенню іміджевого архетипу для визначення внутрішніх і зовнішніх проявів іміджу.

Під час педагогічної практики нами проводилася іміджева робота над образом, (за В. Горчаковою), яка поділялася на три етапи:

- внутрішня робота;
- зовнішня робота;
- управління іміджем.

Виконуючи її ми з'ясували, що перетворення дієвого іміджу на механізм самовдосконалення сприяє власному творчому пошуку, естетичній виразності та духовному зростанню. А сім кроків роботи над іміджем відповідає семи складовим, які застосовувалися нами в формуючому експерименті та сприяють поглибленій роботі і самовдосконаленню.

Під час контрольного експерименту, нами була перевірена експериментальна модель для визначення сформованості педагогічного іміджу у магістрантів нашого навчального закладу.

Контрольний експеримент показав часткові зміни у формуванні педагогічного іміджу у студентів 5 курсу та вже вищий їх рівень після асистентської практики.

Магістранти на початку на початку експерименту були поділені нами на дві групи: контрольну та експериментальну, що мали більш глибокі знання.

На основі тестування, за критеріями сформованості педагогічного іміджу, ми виявили різні рівні сформованості у цих групах. А також з'ясували, що показники іміджу поліпшилися у обох із них, але в експериментальній стали більш високими. Це виникло на основі більш глибокої і систематичної роботи, в також зацікавленості магістрантів темою іміджу.

Отже, студентам магістратури необхідно отримувати ґрунтовну теоретичну підготовку з цієї теми та підвищити рівень своїх знань про педагогічний імідж, складові та методи його формування, для цього потрібно проводити систематичні заняття та спеціальні тренінги.

ВИСНОВКИ

Здійснивши дослідження ми прийшли до наступних висновків:

Імідж являє собою своєрідну закріплену в образах, символах і нормах, програму соціальної поведінки людини. Класичний педагогічний імідж, або образ педагога, як взірця для наслідування студентами, формувався поступово, охоплюючи як внутрішні так і зовнішні якості особистості. Вчення про педагогічний імідж також формувалося поступово і пройшло у своєму розвитку ряд етапів: від початкового до сучасного. Сучасний етап є науковим, про що свідчать цілеспрямовані дослідження в освітній галузі, поява науки – іміджології та професії іміджмейкера. На перших етапах значне місце серед якостей педагога посідали загальна ерудованість та ораторські здібності. Згодом до них приєдналися моральні якості, вимоги до поведінки та зовнішнього вигляду. На сьогоднішній день імідж педагога об'єднує комплекс внутрішніх та зовнішніх якостей особистості, що потребують цілеспрямованого формування, розвитку та вдосконалення.

Розрізняють наступні *типи педагогічного іміджу*: імідж самосприйняття; імідж, що сприймається іншими та актуальний (потрібний в суспільстві) імідж. Останній в свою чергу поділяється на особистісний і професійний, кожен із них може бути як позитивним, так і негативним.

Види іміджу також можуть бути різними: дзеркальний – відображення, наче у дзеркалі особистого іміджу; поточний – бачення існуючого іміджу педагога іншими людьми; груповий – імідж самої групи та особистості в ній; множинний – поєднує в собі декілька структур замість однієї групи та узагальнює загальноприйняті, унормовані внутрішні та зовнішні якості людей певної професії, соціального стану, громадянства тощо. Множинний імідж – основа створення «класики», тобто класичного образу, що сприймається суспільством як точка відліку для подальшого розвитку.

У кожного педагога складові іміджу мають індивідуальні прояви: зовнішній вигляд, комунікативність та внутрішнє «Я», яке є його головною складовою. Мова є інтегруючою складовою двох проявів педагогічного іміджу. До структури іміджу відносяться *три групи пріоритетних якостей*, що формують позитивний імідж педагога.

1. Природні якості, що складають матрицю природних обдарувань і характеризуються як мистецтво «подобатися людям».
2. Основні якості як наслідок освіти і виховання.
3. Якості пов'язані із життєвим та професійним досвідом.

Імідж виконує ряд різних *функцій*: адаптаційну, соціальну, розвивальну, психологічного захисту та символічного пізнання; він є механізмом успішної соціалізації особистості в сучасному світі.

Педагогічний імідж має такі структурні компоненти: когнітивний, габітарний, кінетичний, вербальний або комунікативний – єдність та досконалість яких становить мистецтво подобатися людям – одне з найголовніших бажань та прагнень педагога.

Формування педагогічного іміджу проходить шлях у 5 етапів: починається із сприйняття образу; продовжується аналізом інформації та його уявною корекцією; використанням, яке розкривається через примірювання і програвання окремих елементів бажаного іміджу та подальшим вживанням в образ; і закінчується робота привласненням та індивідуалізацією обраного або бажаного іміджу.

Основні закономірності формування педагогічного іміджу полягають у тому, що: на різних етапах професіоналізації імідж формується різними засобами; імідж, сформований адекватно завданням діяльності, оптимізує професійну діяльність особистості.

За даними констатувального експерименту стан сформованості педагогічного іміджу у студентів всіх курсів, в тому рахунки і магістратури можна вважати недостатнім, оскільки ні рівень знань студентів про складові

педагогічного іміджу, ні вміння створювати власний педагогічний імідж у гармонії внутрішніх і зовнішніх характеристик їм не притаманні.

Критеріями сформованості педагогічного іміджу виступають знання про значення педагогічного іміджу у педагогічній діяльності, його складові компоненти та методи формування, вміння з їх застосування поряд з розвинутою мотивацією до самовдосконалення.

Система роботи полягає у послідовному використанні комплексу методів, що поєднуючись між собою створюють технологію формування педагогічного іміджу у студентів магістратури. Методи імідж-технологічного процесу використовуються у відповідності до етапів імідж-формування:

- мотивація
- надання системи знань
- оволодіння технікою «прогривання» іміджу
- творче перетворення обраного образу.

Дані контрольного експерименту показали, що у студентів експериментальної групи відбулися значні зміни у стані сформованості педагогічного іміджу, що підтверджує ефективність запропонованої системи роботи. До того ж ми констатували, що педагогічна практика, на якій студент магістратури виступає в якості викладача, стимулює іміджетворчу діяльність майбутніх педагогів, оскільки загострює емоції, концентрує увагу на змісті матеріалу, який він викладає, а також на поведінці викладача, стилі спілкування зі студентами і його зовнішньому вигляді. Все це сприяє формуванню педагогічного іміджу майбутніх викладачів в процесі магістерської підготовки.

Література:

1. Артюшина М.В., Котикова О.М., Романова Г.М., Психолого-педагогічні аспекти реалізації сучасних методів навчання у вищій школі / Навчальний посібник. – КНЕУ, 2007. - ст.50-55.
2. Беленька Г.В. Вихователь дітей дошкільного віку: становлення фахівця в умовах навчання. - Світоч, 2006, ст. 7, 15-21, 266-267.
3. Бобир О.В. Етикет учителя – К.: Видавничий дім «Слово», 2009. - с.6-7, 11-13, 175-181.
4. Борисова З.Н., Кузьменко В.У. Хрестоматія з історії дошкільної педагогіки, - К: Вища школа, 2004 – 511с.
5. Булатова О.С. Педагогический артистизм. - М., 2001. - с.50.
6. Бутейко Н.Ю. Комунікативна майстерність викладача.// Навчальний посібник. – КНЕУ, 2006, с.46-83.
7. Бутейко Н.Ю, Грущенко Л.М. Педагогічна практика: підготовка та реалізація // Навчальний посібник. – КНЕУ, 2006. - с.4-11.
8. Вазина К. Модель саморозвиття человека: Концепция, технологии. - Нижний Новгород, 1999. – с.27-34.
9. Васюкова И.А. Словарь иностранных слов.- М., 1998, с.240-241.
10. Головин Б.Н. Основы культуры речи – М., 1980, с. 32-35.
11. Гоноболин Ф.Н. О некоторых психических качествах личности учителя // Вопр. психологии. – 1975. - №1. – с.101-110.
12. Гузій Н.В. Педагогічний імідж і професійна культура / Творча особистість вчителя: проблеми теорії і практики; Зб.наук.праць.- К. 1997. - с.28-31.
13. Гузій Н.В. Ціле-змістовні компоненти підготовки вчителя в аспекті категорії професіоналізму // Психолого-педагогічні проблеми вчительських кадрів в умовах трансформації суспільства; Матеріали Між.нар. наук.-теорет.конф. НПУ ім. М.П. Драгоманова, м. Київ, 18-19 жовтня. 2000р. – К.: НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2000. – ч.1. – с.220-223.

- 14.Гоноболин Ф.Н. О некоторых психических качествах личности учителя \\\ Вопр. Психологии. – 1975. - №1. – с.101-110.
- 15.Горчакова В.Г. Имидж: розыгрыш или код доступа? - М.: Экмо, 2007. - с.4-23; 112-135; 159-16
- 16.Дистерверг А. Избранное педагогическое сочинение. – М.: Учпедгиз, 1956. – 373с.
- 17.Державна національна програма «Освіта» (Україна ХХІ століття) // Дошкільне виховання. – 1994.- №2. – с.2-3.
- 18.Живаєва Т. Імідж освітнього закладу та особистість керівника // Дошкільне виховання. - 2002. - №5. - с.18-19.
- 19.Завгородня Л.П. Формування основ педагогічної техніки у майбутніх фахівців дошкільного виховання: Дис...канд. пед. Наук:13.00.01. – К., 2001. – 216с.
- 20.Зінченко В. Імідж учителя, або психологія одягу / Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід. – 2008. - №4. - с.85-86.
- 21.Імідж сучасної школи за редакцією І. Г. Єрмакова – К.: Главник, 1997. - с.282-300, 302-306.
- 22.Исенко С. Имидж и коммуникативная культура экспертов в сфере образования // Народное образование. – 2007. - №8. – с.115-125.
- 23.Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя / А.А.Калюжный. – М. Владос, 2004. - с.11-21, 31-39, 41-64, 77-92.
- 24.Кінчук Н.В. Формування творчої особистості вчителя. – К.: Либідь, 1991. - 96с.
- 25.Коджаспирова Г.М., Коджаспиров А.Ю. Педагогический словарь: Для высших и средн.учеб.заведений. - М., 2000. - с.46.
- 26.Коломинский Я.Л. Психология взаимоотношения в малых группах: Учебн. пособие для студентов вузов. Мн., 2000. – 28-35.
- 27.Коменський Я.А. Избранное педагогическое сочинение.: В. 2т. – Т.2 – М: Просвещение, 1982. – 254с.
- 28.Кузьмина Н.В. Психологическая структура деятельности учителя и формирование его личности. - Л., 1969. – с.5-11.

29. Кузина Н.В., Реан А.А. Профессионализм педагогической деятельности. – СПб.: Питер, 1993. – 172с.
30. Кучерявец В.Г. Основи педагогічної майстерності.: Практикум – Ніжин: НДПУ, 2002. - с.33-45.
31. Криксунова И. Создай свой имидж. - СПб., 1997. - с.75.
32. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. 2001. - с.266.
33. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер Пресс, 1996. - с.88-117.
34. Маркова А.К. Психология труда учителя. - М., 1993. - с.3-9.
35. Машовець М.А. Підготовка студентів до співпраці з батьками дітей дошкільного віку. – К.: Логос, 2000. – 128с.
36. Маценко В. Технологія іміджу – К.: Главник, 2005. - с.3-15.
37. Митина Л.М. Учитель как личность и профессионал. М.: Дело, 1994. – 128с.
38. Мороз А.Г. Формирование готовности к педагогической деятельности учителей // Психолого-педагогические основы совершенствования подготовки специалистов в университете / Отв. Ред. В.М. Ткачук. – Днепропетровск.: ДГУ, 1980. – с.71-75.
39. Мурашов А.А. Речевое мастерство учителя: Педагогическая риторика. - М., 1998. – с.7-9.
40. Національна доктрина розвитку освіти // Дошкільне виховання – 1994, №3, ст.2-3.
41. Николаенко Д.Ф., Шкиль Н.И. Становление учителя. – К.: Знание, 1986. – 48с.
42. Педагогічна майстерність / І.А. Зязюн, Л.В. Крамущенко, І.Ф. Кривонос та ін.; За ред. І.А. Зязюна. – К.: Вища шк., 1997. – 349с.
43. Педагогічна майстерність / За ред. І.А. Зязюна, К.: Вища школа, 1997 – с.44-47.
44. Педагогічна творчість і майстерність: Хрестоматія / Укл. Н.В. Гузій – К.: ІЗНМ, 2000 – 168с.
45. Пенькова О. Проблема іміджу: соціокультурна і психолого-педагогічні аспекти // Рідна школа. - 2002, №6. - с.47-48.

- 46.Перельгина Е.Б. Психология имиджа. Учеб.пособие для студентов. – М.:Аспект Пресс, 2002. - 224с.
- 47.Подоляк Л.Г., Юрченко В.І. Психологія вищої школи: - К.: Каравела, 2008. - с.300-302.
- 48.Поніманська Т.І. Дошкільна педагогіка: Навч. посіб. для вищих навч. закладів. - К.: Академвидав, 2004. – 456с.
- 49.Попова Л. Імідж сучасного педагога // Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід. – 2008. - №3. - с.41.
- 50.Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - Киев, 2000. - с.29, 263-264.
- 51.Психология: Словарь / Под общ.ред. А.В. Петровського, М.Г. Ярошевского. М., 1990. - с.134.
- 52.Реан А.А. Педагогика познания педагогом личности учащегося. – М.: Выс. шк., 1990. - 79с.
- 53.Семиченко В.А. Концепция целосности и ее реализация в профессиональной подготовке будущих учителей: Дис...д-ра психол. наук:19.00.07. – К.;, 1997. – 437с.
- 54.Симановский А.Э. Структура професіонально важних качеств учителя, необходимых для организации творческого обучения // Мир психологии. – 2000. - №4. – с.215-221.
- 55.Сисоєва С.О. Основи педагогічної творчості вчителя – К.: ІСДОУ, 1994. - с.7-12.
- 56.Скрипник М. Імідж педагога: технологія управління // Управління освітою. – 2002.- №15-16. - с.2-3, 6.
- 57.Сластенин В.А., Руденко Н.Г. О личностно-ориентированных технологиях подготовки учителя // Педагог. – 2004. - №3. – с.4-5.
- 58.Смирнова Н.Е. Имидж учителя. // «Преподаватель». – 2001. - №1. - с.47-49.
- 59.Современный словарь иностранных слов. - М.; 2000. - с.229.
- 60.Станиславский К.С. Работа актера над собой в творческом процессе переживания / Собр.соч в 8 т – М., 1954. - с.28-36.

61. Сухомлинський В.А. Как воспитать настоящего человека (советы воспитателям). – К.: Рад. шк., 1975. – 235с.
62. Сухомлинський В.А. Розговор с молодым директором школы. – 2-е изд. – М.: Просвещение, 1982. – 206с.
63. Токар Н.Ф. Динаміка мотивації у процесі професійної підготовки // Педагогіка і психологія. – 1997. – №4. – с.151-154.
64. Томан Іржи Мистецтво говорити. – К., 1986. – с.12-17.
65. Учителю о педагогической технике / Под ред. Л.И.Рувинского. – М.: Педагогіка, 1987. - с.62-87.
66. Ушинський К.Д. Избранное пед. Сочинения. – М.: Просвещение, 1963. – с.244.
67. Фадеева Е.И. Тайны имиджа: Учеб.-метод пособие. - М., 2002. – с.17-25.
68. Харькин В.Н. Педагогическая импровизация // Советская педагогіка. – 1989. - №9. – с.11-24.
69. Хмель Н.Д. Теоретические основы профессиональной подготовки учителя. - Алматы, 1998. – с.7-14.
70. Шепель В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. – М.: Культура и спорт, 1997. - с.3-21.
71. Щоки Г.В. Візуальна психодіагностика та її методи: Уч.метод. посіб. - К.: МАУП, 1996. – с.4-7.
72. Юнг К.Г. Душа и миф. Шесть архетипов. – Киев, 1996. – с.21-34.
73. Яковлев С. Имидж учителя: Каким ему быть? : О стиле педагогических отношений с учащимися / Дайджест педагогічних ідей та технологій – «Школа-парк», 2002, №4. - с.87-91.
74. Якушин В.А. Педагогическая психология. – СПб; Питер, 1998. – 343с.