

ІМІДЖ ПЕДАГОГА ЯК ПСИХОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМА

Колодяжна Алла Володимирівна

к. психол. н., доцент

Київський національний університет

технологій та дизайну

м. Київ, Україна

Анотація. Сучасні вимоги до загального рівня освітнього процесу обумовлені не тільки запитами суспільства, щодо змісту освітніх програм, але і досить високими вимогами до особистості педагога, який повинен транслювати цілісний і гармонічний образ, починаючи від зовнішнього вигляду і закінчуючи високим рівнем професіоналізму. Імідж педагога впливає на ефективність взаємодії суб'єктів освіти, тому осмислення різних аспектів, що складають даний феномен, з метою його корекції відповідно до існуючих реалій є актуальним напрямком психологічних досліджень.

Ключові слова: імідж, імідж педагога, професійний імідж, самореалізація, професійна соціалізація.

Нові стандарти й вимоги до системи освіти підвищують рівень уваги й вимог до особистості сучасного педагога, його професіоналізму, рівня соціальної мобільності, процесів розвитку особистісної та інформаційної культури. Проблема формування іміджу педагога, дослідження його структурних компонентів, оцінка взаємозв'язку іміджу та педагогічної майстерності в сучасному освітньому процесі є однією зі значних і актуальних тем.

У соціальній психології імідж розглядається як різновид образу, що виникає в результаті соціального пізнання. Під образом розуміється результат психічного відображення або подання того чи іншого об'єктивного явища. У

психолого-педагогічних джерелах під іміджем розуміється стиль і форма поведінки людини, причому переважно зовнішня сторона поведінки в суспільстві. Психологічні аспекти формування іміджу були розглянуті в роботах вітчизняних (К. Атаманська, О. Боровенко, Т. Вахрушева, О. Горовенко, Н. Гузій, Л. Кайдалова, А. Калюжний, А. Ковальчук, А. Коханенко, В. Маценко, Н. Олійник, Є. Перелигіна, О. Писарчук, О. Плахотнік, В. Шепель, Н. Щокіна) та зарубіжних (П. Берд, К. Боулдінг, Н. Вебстер, А. Додж, А. Дрейер, Л. Робертс) учених.

Так В. Шепель підкреслює, що хоча в перекладі з англійської мови імідж – це образ, зображення, насамперед – це візуальне враження про особистість чи соціальну структуру, що створюється безпосередньо чи навмисно. Якщо про імідж говорити як про конкретну психологічну продукцію, то він безпосередньо виступає як соціальна установка, як ціннісний стереотип. Автор зазначає, що імідж – це динамічна система, оскільки вона є результатом постійної роботи людини над собою. З усієї маси несвідомого в імідж входить лише те з зовнішнього оточення, що викликає реакцію дізнавання і схвалення (позитивний імідж) або осудження (негативний імідж). Основу іміджу складає особиста чарівність. На нього впливають природні властивості, життєвий і професійний досвід, виховання і освіта особистості [8, с. 8].

На думку Г. Андрєєвої імідж потрібно розглядати як цілеспрямовано сформований образ, покликаний надати емоційно-психологічний вплив на когонебудь з метою популяризації, реклами. Це специфічний «образ» сприйманого предмета, коли ракурс сприйняття навмисне зміщений і акцентуються лише певні сторони об'єкта. Тому досягається ілюзорне відображення об'єкта або явища. Між іміджем і реальним об'єктом існує так званий розрив у вірогідності, оскільки імідж згущає фарби образу й тим самим виконує функцію механізму навіювання. Так, наприклад, у масовій поведінці стихійних груп імідж запропонованих юрбою лідерів також здобуває велике значення як фактор психологічного впливу, що здійснює шляхом навіювання регуляцію поведінки маси людей [1].

Інший дослідник, А. Калюжний, стверджує, що імідж – це різновид образу, основою якого є не будь-яке явище, а перш за все суб'єкт (людина, колектив, організація тощо). Психологію іміджу, зазначає вчений, можна визначити як розділ психологічної науки, наукову теорію, предметом якої є імідж як соціально-психологічний феномен, а також закономірності його виникнення і функціонування [5].

За твердженням М. Кілошенко сьогодні важко дати однозначне адекватне визначення поняття «імідж», як і цілісної теоретичної концепції формування іміджу. Дане поняття, на його думку, трактується як стилістичне препарування реальної людської фактури; емоційно зафарбований стійкий образ кого-небудь або чого-небудь, що склався у суспільній свідомості і здатний вплинути на поведінку людей; абстрактний, «відчужений» від особистості-носія образ, який включає в себе реальні та ідеальні риси, проекцію властивостей, притаманних значимим іншим; соціально-психологічна установка, що програмує поведінку людей; рекламний вигляд особистості; синонім «персоніфікації» тощо [6, с. 194-196].

В своїх працях Т. Гринберг трактує імідж як виключно ірраціональний спосіб впливу. Вона розглядає імідж як «робочий» конструкт у формуванні необхідного образу. А під образами (будь-якого порядку) розуміються тільки «відображені» в свідомості учасників комунікації з різним ступенем адекватності фрагменти реальності [4, с. 173].

На підставі досліджень А. Калюжного, Г. Почепцова можна виокремити необхідний імідж, який пов'язаний, в першу чергу, з конкретними вимогами професії, які включають професійні компетенції, певний професійний зовнішній вигляд (дрес-код), комунікабельність тощо. Тобто не той образ, який виник у самої людини про себе, а той оцінний образ, який виник про неї у інших людей. Калюжний А. зазначає, що доцільний, адекватний імідж необхідний для будь-якого виду соціальної групи [5,7].

Дослідження в даному аспекті сприяли виділенню педагогічної іміджелогії – самостійної галузі науково-прикладних знань і умінь. Дана галузь

психологічної науки націлена на вивчення ефективності естетичного і етичного прояви педагогами своїх кращих особистісно-ділових властивостей з урахуванням особливостей свого менталітету і громадянської гідності. Сутність професійного іміджу педагога розкривається в наукових працях О. Ковальнової, А. Кононенко, А. Коркішка, С. Маскалянова, І. Ніколаєску, І. Розмолочикової та інших. У дослідженнях розглядається необхідність усвідомлення педагогами важливості його позитивного образу для ефективності педагогічного процесу. І найчастіше, імідж педагога представляється як фактор успіху педагогічної діяльності, як інструмент, ефективне використання якого допомагає вибудувати відносини з оточуючими людьми, суб'єктами педагогічної взаємодії.

А. Калюжний, зазначає, що імідж педагога – це образ, уявлення, який методом асоціацій наділяє об'єкт додатковими цінностями, які не мають підстав в реальних властивостях самого об'єкта, але володіють соціальною значимістю для сприймання цього об'єкту іншими. Імідж педагога розглядається в рамках професійного іміджу і є особистісним феноменом, який має соціально-психологічну природу, детерміновану суб'єктом особистості викладача як фахівця-професіонала. Він відображає значущі особливості особистості, професійну діяльність і спілкування, поведінку і зовнішній вигляд педагога [5].

Найчастіше до структурних компонентів іміджу дослідники відносять візуальний (зачіска, костюм, міміка тощо) і внутрішній образи, що складаються з двох категорій: вербального (голосу, емоційного стану і тощо) і невербальної поведінки (манери поведінки, жестикуляції, етикету і тощо); менталітет (інтелект, духовна складова особистості тощо).

Доцільно зазначити, що особистий імідж викладача – це форма професійної життєдіяльності особистості, завдяки якій «на люди» виставляються сильнодіючі особистісно-ділові характеристики конкретної людини. Безперечно, далеко не всім педагогічним працівникам ці риси притаманні, їх необхідно створювати, формуючи позитивний особистісний імідж. Для того, щоб сформувати особистісно-професійний імідж, викладачеві

потрібно добре попрацювати над собою. За загально визнаною думкою, імідж викладача – це стереотип образу педагога в поданні студентів, колег і соціального оточення. При формуванні чи корекції іміджу викладача слід враховувати притаманні йому особистісні якості й якості, які приписуються оточуючими людьми.

За С. Якушевою імідж педагога є інтегральною складовою особи та передбачає:

– інтелектуальну культуру (гнучкість мислення, рефлексія і самосвідомість, пов'язана з розвитком творчого начала та зростанням професійної майстерності педагога);

– габітарну (від *habitus* – зовнішність) культуру (культура особи, яка містить індивідуальність, що визначає колірну гаму, фізичні і психофізіологічні особливості; стиль (романтичний, спортивний, драматичний), що встановлює індивідуальну креативну характеристику відповідно до вимог професії, моду, що відображає тенденції розвитку та допомагає педагогу бути сучасним і визнаним у середовищі колег та тих, хто навчається);

– кінетичну (від *kinesis* – рух) культуру, обумовлену мімікою і пантомімікою (жести, вираз очей, поза, рух тіла, хода та постава);

– мовну культуру (особова культура, яка розвивається на основі принципу об'єктивних зв'язків між мовою і пізнавальними процесами, передбачає відчуття стилю, розвинений смак та ерудицію);

– культуру середовища – матеріальну і соціальну (оточення й аксесуари); артистичну культуру;

– інтегровану якість особи, єдність загальної культури та артистизму, аксіологічного й естетико-етичного джерела в різноманітних видах професійної діяльності і спілкування

Аналіз запропонованих складових дозволяє зробити висновок, що імідж є найважливішим компонентом педагогічної майстерності. Він забезпечує процес професійної соціалізації через образ як бачення себе – до образних уявлень себе суспільству; від розуміння і самопізнання себе – до сутнісної самоідентифікації,

далі через процес самовдосконалення і розвитку – до самопрезентації себе суспільству [9].

Цікавими є методичні рекомендації для педагогів з побудови педагогічного іміджу, розроблені А. Калюжним. Перш за все, зазначає дослідник, створення іміджу є тільки доповненням, а не заміною педагогічної діяльності. По-друге, слід звертатися до створення педагогічного іміджу задовго до початку педагогічної діяльності.

Також в основі комунікації має бути проста мова, а проблеми, які розглядаються повинні мати значення для кожного. І насамкінець, обов'язково необхідні сторонні експерти [5].

Потреба педагога у постійному самовдосконаленні, створенні відповідного іміджу, спрямована, по-перше, на оволодіння механізмами педагогічного впливу при формуванні в молоді моральних цінностей, поваги, довіри, бажанні творити.

Адже студенти сприймають не тільки зовнішній вигляд викладача, але його особистісні, соціальні, професійні риси, духовність, відповідне позитивне ставлення до них. Водночас, становлення професійного іміджу педагога неможливо без його самоідентифікації в індивідуальному цілісному образі, виявленні особисто професійних якостей відповідно до педагогічних функцій спеціальності.

Імідж викладача ЗВО дозволяє йому стати пізнаваним і конкурентоспроможним. Актуальність створення педагогічного іміджу викладача обумовлена декількома причинами, а саме необхідністю конкурувати в сучасному середовищі освітніх послуг як в рамках конкретного вузу, країни, так і в міжнародному масштабі; можливість самореалізації особистості через суспільне визнання, успішності.

Для завоювання авторитету в професійному співтоваристві необхідні висока компетентність і професійна майстерність, популярність в співтоваристві через міжнародні публікації в провідних журналах світу, видання в навчальних посібників, виступи на міжнародних симпозіумах тощо.

Висновки. Таким чином, аналізуючи різноманітні інтерпретації поняття «імідж», які мають місце в сучасній науці, слід зазначити, що незважаючи на різні підходи до його визначення, не підлягає сумніву, що імідж є складним багатовимірним феноменом, й перед усім мова йде про його подвійну – соціальну і психологічну – природу. Будучи образом суб'єкта для соціальної групи, імідж у певному значенні одночасно є й образом цієї групи для суб'єкта, адже побудова іміджу відбувається відповідно до уявлень (усвідомлених або неусвідомлених) суб'єкта про характеристики групи, для якої будується імідж. Імідж не можна розглядати лише як феномен психічного життя індивіда, проте неправильно його також вважати й проявом зовнішніх чинників. Як зазначає Барна Н., визначення «іміджу» повинно враховувати його подвійну природу, оскільки імідж є результатом роботи психіки і спирається на індивідуальний та груповий досвід [2, с. 24].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 378 с.
2. Барна Н. В. Іміджелогія : навч. посібник для дистанційного навчання / Н. В. Барна ; за наук. ред. В. М. Бобика. – К. : Університет "Україна", 2007. – 217 с.
3. Вардеванян В.А. Типізація іміджу за функціональним підходом / В. А. Вардеванян // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Чернівці: Книги-XXI, 2010. – Вип. I (37). Економічні науки. – С.92 – 96.
4. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: [Учеб. пособие для студентов вузов] / Т.Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 317 с.
5. Калюжный А.А. Технология построения имиджа учителя // Гуманитарное образование в школе: теория и практика. – 2004(а). – № 5.
6. Килошенко М.И. Психология моды: Учеб. Пособие для вузов/ М.И.

Килошенко. – 2-е изд., испр. – М.: Издательство Оникс, 2006. – 320 с

7. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000. – 768 с.

8. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям. – М.: Народное образование, 2002. – 407 с.

9. Якушева С. Д. Педагогический имидж современного преподавателя высшей школы [Электронный ресурс] / С. Д. Якушева. — Режим доступа : <http://sibac.info/index.php>