



УДК 378. 011.3-051



Віктор Гладуш

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПРОФЕСІЇ КОРЕКЦІЙНОГО ПЕДАГОГА

**А** Викладені результати дослідження формування іміджу професії корекційного педагога у студентів ВНЗ: виділена структура іміджу професії корекційного педагога, описані особливості свідомого і підсвідомого компонентів іміджу професії корекційного педагога у студентів ВНЗ (порівняно із іншими соціальними групами).

**Ключові слова:** імідж, професія, корекційний педагог, сприйняття, свідоме, підсвідоме, студенти, соціальні групи.

**Віктор Гладуш. Особенности формирования имиджа профессии коррекционного педагога.**

**А** Изложены результаты исследования формирования имиджа профессии коррекционного педагога у студентов вузов: выделена структура имиджа профессии коррекционного педагога, описаны особенности сознательного и подсознательного компонентов имиджа профессии коррекционного педагога у студентов вузов (по сравнению с другими социальными группами).

**Ключевые слова:** имидж, профессия, коррекционный педагог, восприятие, сознательное, подсознательное, студенты, социальные группы.

**Viktor Gladush. Particular qualities of image of the profession of the correctional teacher.**

**S** The results of investigation of image formation of the correctional teacher occupation of university students: described structure image of the correctional teacher occupation, described the features of the conscious and subconscious components of the occupation of correctional educator's image of university students (in comparison with other social groups).

**Key words:** image, profession, correctional teacher, perception, conscious, subconscious, students, social groups.

**Постановка проблеми.** В умовах упровадження інноваційних форм навчання в системі освіти України, зокрема інклюзії, об'єктивно зростає потреба у фаховій спеціальній допомозі серед дітей-інвалідів, їхніх батьків, працівників державних органів освіти та педагогічних працівників масових навчально-виховних закладів. Особливо гостро ця проблема стоїть перед вихователями і вчителями масових загальноосвітніх навчально-виховних закладів, адже до них почали приходити діти з особливими освітніми потребами та обмеженими можливостями здоров'я. Останніми роками з метою підвищення професійної готовності до практичної роботи випускників ВНЗ, які отримують спеціальність за напрямом «Педагогічна освіта» наказом Міністерства освіти і науки України рекомендована вибіркова дисципліна «Корекційна педагогіка», метою якої є знайомство з основами практичної роботи корекційного педагога. Тому є актуальним питання вивчення особливостей формування іміджу професії корекційного педагога у студентів ВНЗ з метою визначення напрямів його подальшого коригування та формування позитивного ставлення студентів до спеціальної пе-

дагогічної допомоги в умовах інклюзивної форми навчання, що допоможе підвищити рівень їхньої готовності до педагогічної праці.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** За останні роки проведені дослідження, спрямовані на вивчення персонального іміджу педагогічних працівників (Л. Е. Зотова, А. С. Кривцова, О. А. Купріна, Ю. П. Нетесана, С. Б. Салманова та ін.). Утім спостерігається брак досліджень (як теоретичного, так і прикладного характеру) із вивчення такого соціально-психологічного феномена, як імідж професії, зокрема імідж професії корекційного педагога та особливості його формування у студентів педагогічних ВНЗ як особливої категорії суб'єктів сприйняття іміджу професії корекційного педагога.

**Метою публікації** є описання особливостей формування іміджу професії корекційного педагога (свідомих і підсвідомих компонентів) у студентів, майбутніх педагогів, порівняно з іншими соціальними групами.

**Виклад основного матеріалу.** Аналіз теорії і практики свідчить, що феномен іміджу є комплексним, складним, міждисциплінарним по-

няттям, яке має власну історію розвитку. Серед різноманітних визначень іміджу зупинимось на такому: «Імідж об'єкта (людини, предмета, явища) – це думка про об'єкт, яка виникла у психіці визначеної або невизначеної групи людей на основі образу, сформованого у їх психіці у результаті або прямого сприйняття ними тих чи інших характеристик даного об'єкта, або непрямого – на основі сприйняття уже оціненого кимось образу (на основі сприйняття думки), сформованого у психіці інших людей» [2; 4].

При описанні феномена іміджу вченими наводяться поняття, які є близькими до поняття «імідж» і використовуються іноді як синоніми іміджу – «враження», «думка», «зовнішній вигляд», «маска», «престиж», «популярність», «репутація», «ставлення», «стереотип», «установка», але мають принципові відмінності від нього.

Аналізуючи співставлення поняття «імідж» із поняттями, близькими за змістом, треба виокремити декілька важливих характеристик іміджу, що описують його як соціально-психологічний феномен: імідж формується під впливом іміджеформувальної інформації, яка надається і сприймається як на рівні свідомому, так і на підсвідомому; імідж є стійким і водночас динамічним; імідж може впливати на поведінку суб'єктів, що його сприймають, тобто є активним; імідж формується у декілька етапів: спочатку сприймаються характеристики об'єкта, формується його образ, а потім – думка про об'єкт на основі оцінки образу об'єкта; формування іміджу відбувається на основі сприйняття як зовнішніх, так і внутрішніх характеристик об'єкта; імідж може мати раціональний чи емоційний характер або різне співставлення цих компонентів.

Наближаючись до об'єкта дослідження – іміджу професії – та користуючись наведеним визначенням О. Ю. Панасюка, сформуємо визначення іміджу професії: *імідж професії – думка про професію, яка виникла у психіці визначеної або невизначеної групи людей на основі образу, сформованого у їх психіці в результаті прямого сприйняття ними тих чи інших характеристик професії або непрямого – на основі сприйняття оціненого кимось образу (на основі сприйняття думки), сформованого у психіці інших людей* [8]. З позиції цього визначення розглянемо імідж професії корекційного педагога.

Оскільки імідж професії складається з іміджу її представників, у яких є образ власної професії і бачення себе у ній (дзеркальний імідж), і бачення професії різними соціальними групами і окремими індивідами (поточний імідж), і прагнення представників певної професії до ідеального образу себе як професіонала, а значить і власної професії (бажаний імідж), та іміджу організацій, у яких реалізують себе представники професії: для кожної професії характерна наявність певних організацій або навіть корпорацій, імідж яких і формується у людей, впливаючи на їхнє сприй-

няття іміджу професії в цілому (корпоративний імідж або множинний), то можна говорити про наявність різних типів іміджу при функціонуванні іміджу професії. Звісно, що може мати місце і негативний імідж при розмові щодо іміджу професії (наприклад, розповсюдження негативної іміджеформувальної інформації представників однієї сфери діяльності про своїх колег – наприклад, лікарів один про одного, що впливає на формування іміджу даної професії в цілому).

Імідж є комплексним утворенням, що має певну структуру. Імідж більшістю дослідників розглядається з позиції системного підходу, тобто як цілісна система, яка має певну будову і закони функціонування; компоненти системи відносно самостійні, але не ізольовані і знаходяться у постійному взаємозв'язку та розвитку, і система не зводиться до суми частин, що її утворюють. Імідж – категорія, яку можна застосовувати до будь-якого об'єкта, що стає предметом соціального пізнання. Професію можна вважати об'єктом, який стає предметом соціального пізнання. Звідси робимо висновок, що професія як предмет соціального пізнання має певний імідж у певних соціальних груп та окремих індивідів.

Перш ніж описувати структуру і зміст іміджу професії, розкриємо зміст поняття «професія». Для цього представимо декілька точок зору на визначення даного поняття, які принципово відрізняються одна від одної: професія – «рід занять, трудової діяльності, що вимагає певних знань і навичок та є для когось джерелом існування» [1]; професія – здатність виконувати подібні роботи, які вимагають від особи певної кваліфікації; професія – «необхідна для суспільства і обмежена (внаслідок розподілу праці) сфера прикладення фізичних і духовних сил людини, яка дає їй можливість існування та розвитку» [10]; професія – «певний вид трудової діяльності, який характеризується сукупністю вимог до людини» [11].

Для описання об'єкта нашого дослідження (імідж професії) сконструюємо на основі даних визначень робоче визначення поняття «професія». По-перше, сприйняття певних характеристик професії відбувається у процесі спостереження трудової діяльності (у випадку з професією «корекційний педагог» – у ході вивчення дисципліни «корекційна педагогіка»), по-друге, сприйняття професії відбувається на основі уявлень про знання, вміння та навички типових представників педагогічної професії. Узагальнюючи, визначаємо професію як вид трудової діяльності, який характеризується системою вимог до знань, умінь і навичок людини.

Традиційнішим є виділення у структурі іміджу таких компонентів, як ядро (статична, але здатна до змін складова) та змінні складові іміджу, які достатньо оперативно змінюються під впливом середовища. До компонентів іміджу, що входять у ядро, можна віднести когнітивний, емоційний та поведінковий компоненти, а також рефлексивний

і ціннісний компоненти як механізми інтеграції названих компонентів [5; 9]. Розглядаючи імідж професії корекційного педагога, можна зауважити, що він є соціально-психологічним феноменом, тому що формується у носіїв психіки у процесі пізнання об'єктів соціальної дійсності. А у складі соціально-психологічного феномена традиційно виділяють три компоненти: когнітивний, афективний, поведінковий. Спробуємо конкретизувати ці три компоненти відносно іміджу професії: когнітивний (знання, переконання про професію, її особливості); емоційний (емоції, переживання, які викликає професія); поведінковий (готовність діяти певним чином щодо професії).

Вважаємо, що цю структуру іміджу професії можна застосувати і для дослідження проблеми формування іміджу професії корекційного педагога у студентів ВНЗ, але справа в тому, що автоматичне перенесення структури соціально-психологічного явища є лише нашим логічним умовиводом, який не перевірений експериментально.

Оскільки імідж професії є системою, він складається з елементів, які входять до складу цієї системи: окремі характеристики професії; образ професії як сукупність окремих її характеристик; думка про професію; професія – прототип іміджу; людина (об'єкт іміджелогічного впливу) або група людей (аудиторія іміджу), у яких склалася думка про професію [6; 7].

Названі компоненти іміджу професії (у кожній з представлених точок зору), які наявні у певній аудиторії іміджу, можуть мати різний рівень диференційованості і конкретності – це й буде складати зміст іміджу професії.

Отже, імідж професії має певну структуру і зміст, знання про які дозволить нам визначити, яким чином формується імідж професії – які проходить етапи та за допомогою яких механізмів формується.

Майбутні педагоги – особлива категорія суб'єктів сприйняття іміджу професії корекційного педагога. Соціальна ситуація розвитку студентів визначається особливостями студентства як особливої категорії молоді, що організаційно об'єднана інститутом вищої освіти і отримує професійну підготовку, зокрема педагогічну.

Студенти відрізняються від інших категорій молоді перш за все соціальною ситуацією розвитку: тісна та інтенсивна взаємодія із однолітками, обмін великою кількістю інформації між ними, спілкування у колективі, який за кількістю нагадує шкільний, але існує за іншими правилами – правилами дорослих людей. Окрім того, юнаки-студенти особливі тим, що у більшості з них формуються життєві плани, виражене бажання до особистісного та професійного розвитку, з'являється відчуття та прийняття власної індивідуальності, бажання до самопізнання, рефлексія, більша самостійність від значущих дорослих; у них відбувається переоцінка цінностей і побудова

системи цінностей, унаслідок чого виникають як приємні переживання, так і негативні – конфлікти із однолітками і дорослими, негативні емоційні стани, відчуття самотності, внутрішні кризи та внутрішні конфлікти тощо.

Формування іміджу професії корекційного педагога проходить певні етапи, але є значно проблематичним дослідження описання формування іміджу професії корекційного педагога у студентів педагогічних ВНЗ поетапно, тому що ми не можемо проконтролювати, коли саме відбулося сприйняття інформації про професію корекційного педагога, звідки саме людина отримує інформацію про професію корекційного педагога (адже не завжди вона сприймає інформацію на свідомому рівні) тощо. Тому обмежимося констатуванням і описанням іміджу професії корекційного педагога на момент дослідження.

*Вибір* досліджуваних склала 64 особи віком від 17 до 35 років – по 32 особи у вікових групах 17–23 роки (студенти ВНЗ) і 24–35 років (особи, що не є студентами ВНЗ і працюють). Досліджувані з першої групи є студентами 1–2 курсів Дніпропетровського національного університету імені О. Гончара (історичного факультету – 16 осіб, факультету української й іноземної філології та мистецтвознавства – 14, географічного факультету – 12), досліджувані з другої групи не є студентами ВНЗ і працюють (працівники організації «Слов'янський торговельно-виставковий центр» – 17 осіб, Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля – 7, міської дитячої поліклініки № 9 – 8). Друга група використовувалася нами для здійснення порівняльного аналізу особливостей формування іміджу професії корекційного педагога у різних групах. До складу першої групи входить 14 чоловіків і 18 жінок (середній вік по групі – 18 років), до складу другої – 15 чоловіків і 17 жінок (середній вік по групі – 29 років).

На першому етапі емпіричного дослідження з метою діагностики думки досліджуваних щодо типового та ідеального корекційного педагога та їхньої системи цінностей підібрано відповідний психодіагностичний інструментарій (методика діагностики міжособистісної взаємодії Т. Лірі, опитувальник термінальних цінностей І. Г. Сеніна). Результати дослідження свідчать, що студенти (у порівнянні із дорослими) вважають типового корекційного педагога агресивнішим, поступливішим, залежним від оточуючих, дружнішим та альтруїстичнішим. А ідеальний корекційний педагог (визначається очікуванням до корекційного педагога) у їхньому уявленні є авторитарнішим, агресивнішим, дружнішим та альтруїстичнішим (рис. 1).

Свідомі та підсвідомі компоненти іміджу професії корекційного педагога є різними за змістом у студентів ВНЗ і дорослих і висвітлюють такі особливості:

1) Думка про типового корекційного педагога сформувалася як про малодомінантного та висо-



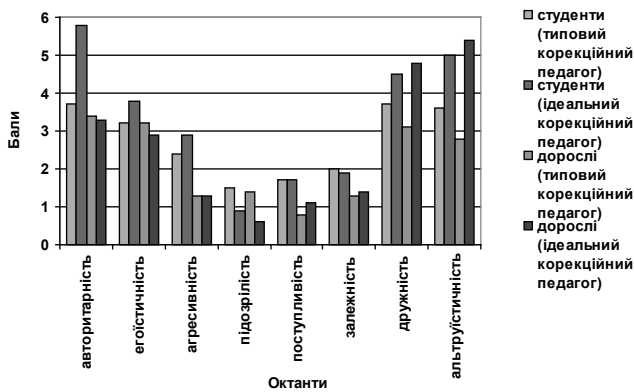


Рис. 1. Порівняння результатів дослідження думки про типового та ідеального корекційного педагога у студентів ВНЗ та дорослих (за октантами)

кодружелюбного. Студенти бачать ідеального корекційного педагога ненабагато дружелюбнішим але значно домінантнішим.

2) Бачення типового корекційного педагога як дружелюбного позитивно пов'язана із такими факторами, як інтерес до своєї професії, авторитет професії корекційного педагога та позитивне емоційне ставлення до цієї професії. Підвищення позитивного емоційного ставлення до корекційного педагога у студентів спостерігається при підвищенні його домінантності, що є проявом очікувань до представника професії корекційного педагога з боку студентів ВНЗ.

3) Інтерес до професії корекційного педагога не залежить ні від віку, ні від соціального статусу. У студентів ВНЗ достовірно вище позитивне емоційне ставлення до корекційного педагога, авторитет у його професії та віра в ефективність корекційно-педагогічної допомоги у порівнянні з дорослими.

4) Не всі структурні елементи іміджу професії корекційного педагога у студентів ВНЗ виявилися пов'язані із термінальними цінностями. Прямий характер зв'язку із цінністю «активні соціальні контакти» лише у таких складових іміджу, як «позитивне ставлення до професії корекційного педагога» та «авторитет професії». Зворотний характер зв'язку цінностей «високе матеріальне становище» та «збереження індивідуальності» спостерігається лише із такою складовою іміджу професії корекційного педагога, як «інтерес до професії».

5) Підсвідомий компонент іміджу професії корекційного педагога є глибоко індивідуальним, хоча і має певні спільні риси у деяких людей.

На другому етапі з метою діагностики формування іміджу професії корекційного педагога в студентів і дорослих розроблено авторський опитувальник вивчення внутрішньої структури іміджу професії корекційного педагога. Даний проєктивний метод майже не провокує реакцій захисного характеру і дозволяє виявляти неусвідомлене ставлення до професії «корекційний педагог». З метою вивчення підсвідомих компонентів іміджу професії корекційного педагога ви-

користано такий спосіб проведення асоціативного експерименту, як вільний асоціативний тест. Словом-стимулом, реакції на яке у подальшому оброблятиметься, вибрали «корекційний педагог» як позначення об'єкта соціального пізнання, що вивчається. У випадку надання реакції лише на названий стимул досліджуваним було б важко не контролювати свідомо власні асоціації, тому для зниження свідомого контролю над реакціями на слова-стимули до списку слів додаються ще 10 слів-стимулів, серед яких розміщено і необхідне. Слова-стимули, які були потрібні для зниження свідомого контролю над реакціями, відібрано такі, що стосувалися професії «корекційний педагог» (наприклад, «допомога», «консультація»).

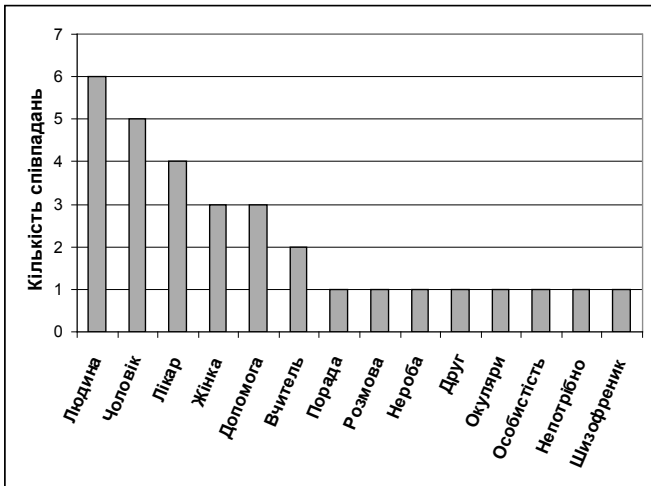
За допомогою авторського опитувальника іміджу професії корекційного педагога були виділені чотири структурних елементи іміджу професії корекційного педагога (методом факторного аналізу): інтерес до професії; віра в ефективність корекційно-педагогічної допомоги; авторитет професії; позитивне емоційне ставлення до корекційного педагога.

Порівнюючи результати діаграм (рис. 2, 3) розподілу асоціативних реакцій за тематичними групами у студентів і дорослих, можна виділити основні відмінності підсвідомого компонента іміджу професії психолога у студентів ВНЗ і дорослих:

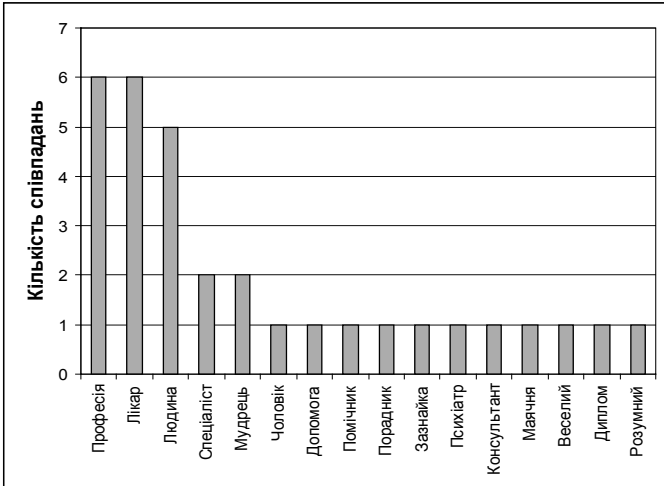
1. Корекційний педагог у підсвідомості студентів ВНЗ пов'язаний з людиною як суспільною істотою (майже 50 % результатів), у той час як для дорослих найвираженішою групою є група асоціацій, пов'язана із медичною сферою, що пояснюється, по-перше, соціальною ситуацією розвитку студентів – постійне знаходження у колективі, частіші соціальні контакти, ніж у дорослих, по-друге, більшим доступом студентів до інформації, внаслідок чого вони дізнаються про об'єктивні особливості професії корекційного педагога і це на підсвідомому рівні мало пов'язується зі сферою медицини.

2. У студентів корекційний педагог не пов'язаний зі сферою професійної діяльності (у жодного зі студентів не було асоціації із групи «Досконале володіння спеціальністю»), у той час як для дорослих це значно висока за значимістю асоціація (зустрічається у 13 % – 4 особи). Це можна пояснити провідним видом діяльності студентів ВНЗ – навчальною, а оскільки в якості досліджуваних ми брали молодші курси, то для них на першому місці стоїть навчальна, а не професійна діяльність. Тому, можливо, і відсутня підсвідома оцінка інших на основі того, чого немає у власному досвіді – досвіду професійної діяльності.

3. Корекційна педагогіка асоціюється з родом занять, трудової діяльності більше у дорослих (19 % дорослих – 6 осіб, на відміну від 6 % студентів ВНЗ – 2), що ми також пов'язуємо з тим, що студенти, на відміну від дорослих, не працюють і відповідно не оцінюють корекційного педагога з



**Рис. 2.** Реакції на слово-стимул «корекційний педагог» (у студентів ВНЗ) позиції представника певної професії, а оцінюють



**Рис. 3.** Реакції на слово-стимул «корекційний педагог» (у дорослих)

перш за все як людину з певним набором якостей, і це слугує фактором відчуття їхньої психологічної близькості із корекційним педагогом, можливо і на підсвідомому рівні, у той час як дорослі протиставляють професію корекційного педагога власній професії.

Отже, підсвідомий компонент іміджу професії корекційного педагога є глибоко індивідуальним, хоча й має певні спільні риси у деяких людей. Але у студентів ВНЗ він має свої особливості, зокрема, вони оцінюють корекційного педагога не

як представника певної професії, а перш за все як людину з певним набором якостей; у них спостерігається тенденція до зв'язку асоціацій зі статевою належністю корекційного педагога та з людиною як суспільною істотою.

**Висновки.** Таким чином, дослідження показало, що студенти ВНЗ очікують від корекційного педагога домінуючої позиції, що свідчить про наявність неадекватних очікувань щодо його професії. Це може бути пов'язано із особливостями юнацького віку, недавньою соціальною роллю школяра, котрий перебуває в позиції, яку не назвеш домінуючою. Що викликає необхідність проводити заходи з педагогічної просвіти студентів щодо особливостей професії корекційного педагога. Підсвідомий компонент іміджу професії корекційного педагога у студентів ВНЗ відображає ставлення їх до корекційного педагога перш за все не як до професіонала, а як до такої ж людини, як і вони самі. Внаслідок чого студенти часто наділяють роллю корекційного педагога людей, що їх оточують. Тому соціально-психологічним службам ВНЗ необхідно вживати заходів щодо роз'яснення студентам функцій корекційного педагога і заходів з підвищення іміджу професійної корекційно-педагогічної допомоги, виділення її позитивних сторін.

**Подальшими перспективами** вивчення проблеми формування іміджу професії корекційного педагога у студентів ВНЗ є уточнення структурних елементів іміджу його професії, вивчення ролі особистісних властивостей у оцінці професії та виробленні у студентів ВНЗ позитивного ставлення до професії «корекційний педагог».

### Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Буцел. – К. : Перун, 2003. – 1440 с.
2. Жарикова Л. И. Формирование профессионального имиджа современного учителя / Л. И. Жарикова // PR в образовании. – 2005. – №4. – С. 90–94.
3. Имидж. Энциклопедический словарь / авт.-сост. А.Ю. Панасюк. – М. : РИПОЛ-классик, 2007. – 768 с.
4. Климов Е. А. Образ мира в разнотипных профессиях / Е. А. Климов. – М. : Изд-во МГУ, 1995. – 224 с.
5. Крысанова О.А. Позитивный индивидуальный имидж педагога / О. А. Крысанова // PR в образовании. – 2005. – №4. – С. 64–69.
6. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю. Панасюк. – М. : Омега – Л, 2008. – 266 с.
7. Панасюк А.Ю. Я – Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж / А.Ю. Панасюк. – М.т: Дело, 2003. – 240 с.
8. Панасюк А.Ю. Имидж: определение центрального понятия имиджологии / А. Ю. Панасюк [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://works.tarefer.ru/74/100357/index.html>
9. Перельгина Е.Б. Имидж как феномен интерсубъективного взаимодействия: содержание и пути развития : дис. ... докт. психол. наук: 19.00.05, 19.00.13 / Елена Борисовна Перельгина. – М., 2003. – 697 с.
10. Прошицкая Е. Н. Выберите профессию / Е.Н. Прошицкая. – М. : Просвещение, 1991. – 144 с.
11. Социальные проблемы образования и выбора профессии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sozpr.narod.ru/doc/profesia.htm>