

Ключові слова: активність, інновації, модель.

Волобуєва Т. Б. Формирование инновационно активного педагога

В статье рассматривается готовность педагога к инновациям и предлагается модель инновационной активности педагогов.

Ключевые слова: активность, инновации, модель.

Volobuyeva T. B. Formation of Innovative Active Teacher

The article deals with teachers ability of to introduce innovations and suggests a model of innovative activity of the teachers.

Key words: activity, innovations, model.

Стаття надійшла до редакції 17.06.2012 р.

Прийнято до друку 26.10.2012 р.

УДК 378.011.3-051

Н. В. Карпінська

**ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО
ВЧИТЕЛЯ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ**

Демократичні зміни в Україні зумовили виконання соціального замовлення на забезпечення доступності якісної освіти з гарантією професіоналізму, компетентності, працездатності педагогів. З цього приводу вчені зазначають, що група (творча інтелігенція, освітяни, медики, інженерно-технічні працівники), яка мала значний престиж у суспільстві, у 1990 – 2002 рр. поступово втратила його через невідповідність оплати праці [4, с. 59]. Зауважимо, що із творенням громадянського суспільства в Україні простежується позитивна тенденція змін у ставленні до освіти, національних цінностей, культури тощо. Освітянські кола пов'язують з ними великі надії щодо підвищення статусу вчителя в українському суспільстві. Адже вчитель виховує, навчає, плекає нову генерацію – громадянина демократичної держави, громадянина світу. Сучасний учитель має бути готовим до змін, що відбуваються під впливом глобалізаційних процесів у світі, здатним до систематичної праці над собою, до пошуку гнучких технологій навчання, ефективних методів, прийомів і форм організації педагогічної взаємодії. Нові виклики ставлять сьогодні перед майбутнім учителем нові вимоги щодо рівня його готовності до професійної педагогічної діяльності. Процес формування особистості майбутнього вчителя, його професійне становлення, успішність у педагогічній праці залежать від багатьох суспільних та культурних чинників, а також від власної активної діяльності.

Зовнішній вигляд теж допомагає педагогу привернути до себе увагу, створити позитивний образ, показати себе не лише симпатичною людиною, але й прекрасним вчителем. Педагог своїм зовнішнім виглядом повинен створити доброзичливість по відношенню до дітей та дорослих. У ньому повинні гармонійно поєднуватися багатий внутрішній світ, любов до дітей і турбота про них. Слід завжди пам'ятати, що діти вчать у дорослих людей, насамперед в улюбленого вчителя, правильно вдягатися. У манері одягатися виявляється одне з головних правил: красиво вдягатися – означає проявляти повагу до оточуючих людей. Вимоги допомагають педагогу покращити свій професійний імідж, досягти успіху. Справжній учитель підкреслить своїм одягом розум, професійні навички та здібності.

Педагогічна іміджологія – це практична комплексна дисципліна, що використовує результати деяких наук (соціальної психології, культурології, соціології та ін.) з метою створення і перетворення іміджу в професійну діяльність [1, с. 12].

Висвітлення педагогічних аспектів формування професійного іміджу майбутніх учителів початкових класів, роль професійного іміджу як презентації та ствердження унікальності суб'єкта забезпечує професійний саморозвиток особистості, визначає становлення культури педагогічної діяльності вчителя початкових класів, стає однією з актуальних проблем.

Наявність професійного іміджу є необхідною умовою, яка дає змогу вчителю початкових класів показати себе учням як професіонала, водночас не нівелюючи його людську індивідуальність, може бути засобом поліпшення успішності навчального процесу та якості відносин, що складаються в системі „вчитель – учень – батьки”.

Останніми роками з'явилися праці, що подають наукове обґрунтування окремих практичних результатів побудови педагогічного іміджу для тих або інших цілей (див. роботи В. М. Шепеля, Г. Г. Почепцова, Ф. О. Кузіна, О. Ю. Панасюка, Є. Б. Перелигіної та ін.) [5; 6; 9]. Що ж до загальної та якнайповнішої фундаментальної наукової теорії іміджу як соціально-психологічного і педагогічного феномену майбутнього вчителя початкових класів, то її до цих пір не існує.

Розглянемо деякі характеристики педагогічного іміджу: 1) уявлення про учителя, що формується на основі його зовнішнього вигляду, звичок, манери говорити, менталітету, вчинків тощо [3, с. 9]; 2) образ педагога, що формується цілеспрямовано і має справляти емоційно-психологічний вплив на учнів, батьків з метою популяризації своєї діяльності [5, с. 103].

Незалежно від бажань педагогічний імідж є об'єктивним явищем і відіграє істотну роль в оцінці будь-якого соціального явища чи процесу. Поняття „імідж” походить від латинського, що пов'язане зі словом „імітувати”. Відповідно до тлумачного словника Вебстера імідж є „штучною імітацією або поданням зовнішньої форми будь-якого об'єкту, особливо особи” [12, с. 34]. Він є мисленим уявленням про людину чи інститут, що спрямовано формується в масовій свідомості за допомогою

публіситі, реклами або пропаганди. Слід зазначити, що серед різного ґатунку авторів, зокрема в Україні, які останнім часом теж активно „накинулися” на проблеми науки і мистецтва публік рілейшнз, особливо почала мусуватися думка, що саме створення іміджу (імідж-мейкерство) є головним завданням, навіть основою основ цієї системи. Елері Семпсон розрізняє такі типи іміджів, як самоімідж, сприйманий імідж і необхідний імідж. Перший – пов’язаний з нашим минулим досвідом і відповідними самооцінками. Другий – з оцінками інших. Третій – у її інтепретації більше пов’язаний з очікуваними іміджами, в межах тієї або іншої професії. Перші асоціації пов’язані саме із зовнішнім виглядом, оскільки слово „імідж” у першому значенні в англійській мові має такі ознаки, як зображення, відбиток у дзеркалі. Існують різні види педагогічного іміджу: **1. Дзеркальний.** Це імідж, властивий нашому уявленню про себе. Ми так би мовити дивимось в дзеркало і розмірковуємо, які ж ми. Звичайно цей варіант іміджу більш позитивний, тому що психологічно ми завжди висуваємо на перше місце позитив. Тому його мінус – мінімальне урахування думки з боку. Цей імідж може визначати характеристики як окремих педагогів, так і педагогічних установ. **2. Поточний.** Цей варіант іміджу характерний для погляду з боку. Це не просто погляд учнів взагалі, це можуть бути погляди батьків, громадян, журналістів та ін. І найважливішим завданням тут стає не стільки сприятливий, скільки вірний, правильний тип іміджу. **3. Бажаний.** Цей тип іміджу відбиває те, чого ми прагнемо. Він особливо важливий для молодих педагогів, що почали діяльність. **4. Корпоративний.** Це імідж педагогічного закладу в цілому, а не якихось окремих підрозділів або результатів їх роботи. Тут і репутація організації, і її успіхи, і ступінь стабільності.

Велику роль у побудові педагогічного іміджу грає те, хто саме породжує ті повідомлення, що покликані змінити ставлення учнів. Професор соціології Колумбійського університету Поль Лазарсфельд у 1940 р. зводив сутність комунікативних актів до чотирьох складових: а) хто; б) що сказав; в) кому; г) із яким ефектом [11, с. 3]. З огляду на ці складові ми можемо розширити закономірності побудови педагогічного іміджу і, відповідно, можна запропонувати такий закон його поширення: *педагогічний імідж учителя початкових класів може поліпшуватись, якщо суб’єкти його формування та поширення мають позитивний імідж, або погіршуватись, якщо їх, імідж негативний.*

У зв’язку з цим особливо роль у поширенні педагогічних іміджів починають грати лідери думок, які багато в чому формують оцінки масової свідомості, тобто учні, батьки та ін. Це відкриття також належить Лазарсфельду з колегами, що, досліджуючи вплив масової комунікації, виявили, що зміна відбувається не відразу, а через деякий час [11, с. 4]. Імідж породжується іміджевими об’єктами. При цьому ми повинні прагнути наближення нашого об’єкту до позитивного полюсу, забравши з іміджу той набір характеристик, що в певному суспільстві і на певному відрізку часу розглядаються як негативні, а саме: серед студентів-

практикантів було проведено соціоексперимент, який визначив критерії негативного педагогічного іміджу – некомпетентність – 20 %, неохайність у зовнішньому вигляді та документації – 30 %, запальність та невихованість – 35 %, інше – 25 %.

Для формування педагогічного іміджу вчителю початкових класів необхідно значно більше, ніж спеціалістам інших професій тому, що саме вчителі формують імідж своїх учнів. Вчитель для них – еталонна модель. Результати соціоексперименту серед 5 – 6 класів показали, що п'ятикласникам після закінчення початкової школи імпонували в особі вчителя такі складові іміджу: поєднання суворості з душевністю, доброти й пошаною до учнів; шестикласники відзначили справедливість, доброту, ерудицію, взаєморозуміння, охайність. І далі додавали, що основою для формування негативного ставлення до вчителів п'ятикласників були: неувага, нечесність, байдужість, схильність до моралей.

Таким чином, педагогічний імідж формується на основі отриманої про педагога інформації, що ми будемо надалі називати іміджформуючою інформацією. Але думка про педагога початкових класів може бути сформована і без всякої інформації про неї, тобто апріорно. На яких видах інформації може засновуватися думка, а разом із нею і установка – готовність діяти щодо людини певним чином?

За характером одержання іміджформуюча інформація, підрозділяється на пряму і непряму.

Непряма іміджформуюча інформація – це та інформація, яку людина одержує через третіх осіб. Пряма іміджформуюча інформація – та, яку людина одержує при безпосередньому контакті з об'єктом. Як правило, це інформація: а) про особливості психіки (характер, темперамент, інтелект та ін.); б) про зовнішність.

При аналізі впливу іміджформуючої інформації на виникнення думки виділяють три ситуації: 1) реципієнт знає, чому в нього така думка, і ці знання відповідають дійсності, 2) реципієнт знає, чому в нього така думка, але об'єктивно ці знання не відповідають дійсності, реципієнт просто придумав собі таке пояснення і сам у нього вірить, 3) реципієнт не знає, чому в нього така думка.

Думка про педагога може сформуватись на основі прямої іміджформуючої інформації, при цьому ця інформація може: а) цілком усвідомлюватись цією людиною; б) не усвідомлюватись цією людиною, тому що ця інформація знаходиться в її підсвідомості і виявляє себе лише у вигляді тих або інших почуттів. А звідси і перший технологічний принцип формування педагогічного іміджу: *впливаючи на людей із метою створення в них „потрібної” думки, необхідно впливати не тільки на їхню свідомість, але й на їхню підсвідомість, щоб у них виникло почуття приємного, яке було б пов'язано з об'єктом-педагогом, імідж якого формується.*

Доведено, що підсвідомі програми більшою мірою впливають і визначають поведінку людини [2, с. 4]. А звідси й черговий принцип

технології формування педагогічного іміджу: *необхідно більшою мірою впливати на підсвідомість людей, чим на їхню свідомість*. Думка, що виникла в людини під впливом підсвідомої інформації, – мов би її власна, тому що неочевидно джерело цього почуття. А оскільки люди звичайно собі довіряють більше, ніж іншим, то і підсвідомій думці вони будуть довіряти більше, ніж думці „свідомого”.

Таким чином, усвідомлена думка про вчителя початкових класів може виникнути на основі й усвідомленої, і неусвідомленої прямої іміджформуючої інформації; неусвідомлена думка (відношення) може виникнути тільки на основі неусвідомленої прямої іміджформуючої інформації. Їх три джерела: „треті особи”, тобто люди, що повідомили про педагога якусь інформацію; продукти педагогічної діяльності, тобто навчально-виховний рівень учнів початкової школи; сформоване педагогом середовище його існування (випускники початкової школи, батьки, а також імідж усієї організації). Така інформація може бути щирою або помилковою, задокументованою або усної, офіційною або неофіційною.

Можна скористатися аналогією з елементарної математики і побудувати чотири основні закони сполучення педагогічних іміджів: *закон додавання, закон вирахування, закон розподілу і закон множення*, визнаючи всю умовність цих позначень [8, с. 4, 12, 19].

Закон додавання. Сполучення іміджів у результаті посилює більш сильний імідж, що „утягує” в свою орбіту більш слабку характеристику.

Закон вирахування. Визнання наявності незначних рис не послабляє сильний імідж, у ряді випадків роблячи його більш об’ємним.

Закон розподілу. Вилучення якоїсь риси з іміджу може призвести до зміни її оцінки.

Закон множення. Імідж може переноситися з загального на індивідуальний. Наприклад, громадськість низько оцінює якість підготовки в початковій школі, переносячи на конкретних педагогів.

Відомий російський іміджмейкер Олена Русская (серед її клієнтів – І. Тальков, С. Пенкін, М. Горбачов) відзначила, що імідж необхідно створювати всередині себе, усуваючи непотрібні комплекси, виробляючи певні манери, звички, образ думок. Думки і самовідчуття впливають на вираз обличчя, погляд, ходу, голос, жести та ін. [12, с. 5]. Але візуальний образ вчителя „працює” перші п’ять хвилин уроку, а далі увагу дітей тримає особистість учителя.

Отже, можна зробити такі висновки: 1) створення іміджу вчителя початкових класів – це окрема галузь педагогічної іміджології, що потребує додаткових досліджень; 2) на створення педагогічного іміджу впливають ряд чинників: власне ставлення вчителя початкових класів до себе – зовнішні та внутрішні чинники, стосунки з учнями-вихованцями, батьками та ін., інформація від третіх осіб та ін.; 3) емоційно-психологічні фактори в навчально-виховному процесі; 4) імідж навчальної установи – державної школи та інші альтернативні установи.

Перспективи подальших досліджень убачаємо в аналізі інших джерел з іміджології, їх узагальненню, пристосуванні до необхідної галузі, впровадженні експериментальних інструментаріїв для вивчення громадської думки та, врешті-решт, створення унікальної концепції формування нового педагогічного іміджу вчителя початкових класів.

Список використаної літератури

- 1. Данильчук Л. А.** Имиджмейкер : учеб. пособие в 2 ч. / Л. А. Данильчук. – Житомир : ИПСТ, 2002. – 136 с.
- 2. Калюжный А. А.** Использование психотехник в формировании имиджа учителя / А. А. Калюжный // Журнал прикладной психологии. – 2005. – № 6. – С. 45 – 48.
- 3. Калюжный А. А.** Особенности построения профессионального имиджа / А. А. Калюжный // Вестник Государственного университета управления. Серия : Социология и управление персоналом. – № 3 (19). – М. : ГУУ, 2006. – С. 59 – 63.
- 4. Колодій А. Ф.** На шляху до громадянського суспільства. Теоретичні засади й соціокультурні передумови демократичної трансформації в Україні : монографія / А. Ф. Колодій. – Львів : Тріада-плюс, 2002. – 148 с.
- 5. Панасюк А. Ю.** Я Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж / А. Ю. Панасюк. – М. : Дело, 2004. – 240 с.
- 6. Перельгина Е. Б.** Имидж как феномен intersubjectного взаимодействия: содержание и пути развития / Е. Б. Перельгина. – М. : Дело, 2003. – 150 с.
- 7. Мельничук О. С.** Словник іншомовних слів / за ред. О. С. Мельничука. – К. : УРЕ АН УРСР, 1985. – 557 с.
- 8. Стяжкин Н. И.** Формирование математической логики : монография / Н. И. Стяжкин. – М. : Наука, 1967. – 508 с.
- 9. Шепель В. М.** Имиджология: секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – М. : Юнити, 1997. – 320 с.
- 10. Режим** доступу : http://bruma.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/1_3/
- 11. Режим** доступу : http://www.pravo.vuzlib.net/book_z610_page_32.html
- 12. Режим** доступу : <http://www.ruimage.ru/space/politic/>
- 13. Режим** доступу : <http://evartist.narod.ru/text9/17.htm>

Карпінська Н. В. Формування професійного іміджу майбутнього вчителя початкових класів

У статті розглянуто процес формування особистості майбутнього вчителя, його професійне становлення, успішність у педагогічній праці, які залежать від суспільних та культурних чинників, а також від власної активної діяльності. Доведено, що зовнішній вигляд теж допомагає педагогу привернути до себе увагу, створити позитивний образ, показати себе не лише симпатичною людиною, але й прекрасним вчителем. Підтверджено, що для формування педагогічного іміджу вчителю початкових класів необхідно значно більше, ніж спеціалістам інших професій тому, що саме вчителі формують імідж своїх учнів.

Ключові слова: професійний імідж, учитель початкових класів, іміджформуюча інформація, зовнішній вигляд, поведінка.

Карпинская Н. В. Формирование профессионального имиджа будущего учителя начальных классов

В статье рассмотрен процесс формирования личности будущего учителя, его профессиональное становление, успешность в педагогическом труде, которые зависят от общественных и культурных факторов, а также от собственной активной деятельности. Доказано, что внешний вид тоже помогает педагогу привлечь внимание, создать положительный образ, показать себя не только симпатичным человеком, но и прекрасным учителем. Подтверждено, что для формирования педагогического имиджа учителю начальных классов необходимо гораздо больше, чем специалистам других профессий потому, что именно учителя формируют имидж своих учеников.

Ключевые слова: профессиональный имидж, учитель начальных классов, имиджформирующая информация, внешний вид, поведение.

Karpinskaya N. V. The Formation of Professional Image of the Future Primary School Teacher

The article deals with the formation of teachers, his professional development, success in educational work, which depend on social and cultural factors, as well as from its own activity. It is shown that the appearance also helps the teacher to attract attention, create a positive image, to show them not only attractive man, but a great teacher. It is confirmed that for the formation of pedagogical image elementary teachers need much more than professionals in other sectors because it is the teachers form the image of his students.

Key words: professional image, primary school teacher, the image forming information, appearance, behavior.

Стаття надійшла до редакції 23.09.2012 р.

Прийнято до друку 26.10.2012 р.

УДК 371.134

О. П. Літовка

**ОСОБИСТІСНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ
ПОЗИЦІЇ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ЯК ІНТЕГРАТИВНОГО
ФЕНОМЕНА**

Ґрунтовний аналіз теорії і практики вітчизняної системи педагогічної освіти, ціннісні пріоритети сучасного суспільства, динамічні зміни в економічній ситуації та на ринку праці свідчать про зростаючі вимоги до майбутніх учителів, здатних до безперервного розвитку й особистісного зростання.