

## ІМІДЖ УЧИТЕЛЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ ПІД ЧАС РОБОТИ В НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ

*У статті розкрито сутність, функції, компоненти іміджу вчителя; змальовано логіку, інструментальні засоби формування позитивного іміджу вчителя під час роботи в навчальному закладі.*

*Ключові слова: імідж, імідж учителя, самопрезентація, управління формуванням іміджу.*

Феномен іміджу вчителя, його психолого-педагогічне обґрунтування стали предметом дослідження в Україні та пострадянському просторі тільки в останньому десятиріччі. До цього імідж пов'язували виключно із зовнішнім образом, що підкріплювався зачіскою, манерами, одягом, культурою мови. Тривалий час імідж тлумачили як сукупність властивостей, що застосовуються рекламою, пропагандою, модою, імперіалістичними забобонами. Стосовно вчителя слово "імідж" узагалі не вживалось. Традиційно вчителю достатньо було виглядати скромно, поводитись чемно, думати про успішність учнів.

Проте психологи, спираючись на закони соціального сприйняття та усвідомлення зовнішніх образів, зуміли через теоретично-прикладне обґрунтування "достукатись" не тільки до політиків, артистів, а й до освітян. Сьогодні вже не викликає сумніву актуальність і важливість проблеми цілеспрямованого формування іміджу педагога як потужного ресурсу, що здатен підвищити якість освіти. Усі (від міністра до учня) усвідомлюють роль іміджу в професійній діяльності. Кожен сучасний педагог розуміє, що формування власного іміджу не менш важливо, ніж підвищення фахової компетентності.

Однак на практиці імідж розглядається поза іншими професійними якостями вчителя, не співвідноситься з педагогічною технікою, виключається з культури педагогічної діяльності як її компонент. Ідея формування індивідуального іміджу вчителя як важливої умови становлення його професійної діяльності та розвитку педагогічної культури не стала стратегічною. Виникає суперечність між потребою сучасної школи в учителі з яскраво вираженою індивідуальністю та відсутністю науково-методичного забезпечення процесу формування його індивідуально-професійного іміджу. Перед керівництвом сучасного навчального закладу постало нове завдання: створити сприятливі умови для формування позитивного іміджу вчителя.

Визначення поняття "імідж", яке задовольнило б усіх теоретиків, дослідників і практиків, немає. Найбільш поширеним є визначення іміджу як образу, що склався в масовій свідомості та має характер стереотипу. Про імідж говорять як про образ візуальний (В.М. Шепель), образ символічний (О.Б. Перелигіна). У соціологічних дослідженнях імідж розглядається як загальне враження. В.М. Шепель у своїх публікаціях доводить, що призначення іміджу – забезпечення досягнення ефекту привабливості, комфорт-

ності спілкування. Л.А. Волович, Л.Б. Соколова говорять про імідж як компонент, що забезпечує цілісність педагогічної культури вчителя. Г.Г. Горелова вважає, що імідж вчителя збігається з індивідуальним стилем діяльності. Н.А. Тарасенко обґрунтовує, що імідж учителя включає систему особистісних якостей (толерантність, доброзичливість, тактовність, рефлексивність) і психологічних засобів (способи спілкування, позиції, ролі), які вчитель свідомо використовує з метою досягнення оптимального результату в педагогічній діяльності.

Найбільш змістовним і виваженим нам видається визначення поняття професійного іміджу вчителя А.А. Калюжним. Вчений доводить, що імідж учителя відображає значущі з позиції масової свідомості особливості особистості, професійної діяльності, спілкування, поведінки та зовнішнього образу вчителя.

Проте поряд із з'ясуванням природи іміджу вчителя потрібне дослідження проблеми формування позитивного іміджу педагога в умовах навчального закладу, обґрунтування ефективної технології та інструментарію.

**Мета статті** полягає в теоретичному обґрунтуванні особливостей, умов та засобів формування іміджу вчителя під час роботи в навчальному закладі.

Першоосновою управління формуванням іміджу вчителя в умовах закладу освіти є з'ясування сутності іміджу вчителя, складових іміджу та встановлення дієвих засобів його формування.

Поняття “образ” є центральним в іміджології. Хоча буквальний переклад слова імідж – теж образ, це різні поняття. Більш поширеним у педагогічній літературі є поняття образу вчителя. Саме це призводить до плутанини, до протистояння традиційної педагогіки та інноваційної, що широко пропагує та використовує зарубіжний досвід.

Імідж – це образ, що склався у свідомості інших людей. Імідж – це тільки той образ, до якого в людини є певне ставлення. Тобто імідж – це не стільки образ, скільки ставлення до нього, думка про нього, певна його оцінка. Відтак, імідж педагога – це думка про нього групи людей, яка виникла унаслідок взаємодії з ним або опосередкованої інформації про нього.

Імідж учителя – комплексне поняття. З одного боку, це особистісний імідж, що пов'язується із внутрішніми якостями та особливостями людини. З іншого, професійний імідж детермінується професійними вимогами.

За А.А. Калюжним, імідж учителя – це “емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу вчителя у свідомості вихованців, колег, соціального оточення, у масовій свідомості” [1].

Основними складовими іміджу є:

1. Зовнішній образ. Імідж учителя, зрозуміло, не можна зводити тільки до кольору чи довжини сукні. Проте перше враження й не останнє створює саме зовнішній вигляд людини. Через одяг оточення відчуває внутрішній світ, настрій, характер, вимогливість до себе, ставлення до інших.

2. Використання вербальних і невербальних засобів спілкування. Значення вербальних і невербальних засобів спілкування було предметом

численних досліджень. Відомо, що 35% інформації людина отримує від того, як і що говорять, а 65% – від того, як стоїть чи йде людина, яка в неї поза чи міміка.

3. Внутрішнє “Я”. Суперечність між власним образом і “Я в очах інших” виступає важливою передумовою формування іміджу. Важливо, щоб імідж відповідав внутрішнім установкам, поглядам. Тоді формування іміджу буде збігатися з вектором самовиховання. Разом з тим, так званий “протестний імідж”, комунікативно-мовною основою якого є нехтування думкою оточення, категорично протипоказаний будь-якому вчителю.

Таким чином, робота над іміджем – це цілеспрямована діяльність з удосконалення, яка дає змогу наблизитись до вимог ідеалу, що виник унаслідок власних уявлень і думок оточення.

Важливо усвідомлювати ціннісні та технологічні функції іміджу.

До ціннісних функцій іміджу належать: особистісного піднесення (завдяки позитивному іміджу підкреслюється духовність, достоїнство, індивідуальна непересічність); психотерапевтична (приваблива особистість здобуває визнання, увагу, повагу, що забезпечують їй оптимізм, мажорний настрій, впевненість у собі).

Технологічні функції іміджу – це: соціальної адаптації (завдяки позитивному іміджу можливе більш швидке та безпроблемне входження в певне середовище); висвітлення кращих особистісних і ділових якостей (зосередження уваги оточення на достоїнствах); затінення негативних якостей (відвернення уваги оточення від зовнішніх даних, манер та інших недоліків); концентрація уваги на собі (зосередження уваги на своїх словах, діях сприяє поверненню інтересу до особистості); розширення вікового діапазону спілкування (засвідчує належність до сучасних тенденцій манер і комунікацій, дає змогу розширяти ділові контакти в різновікових соціумах).

В іміджології існують поняття “самоіміджу”, що пов’язується із самосприйняттям, ставленням до самого себе, самоповагою, та “бажаного іміджу”, що пов’язується з певними особливостями професії, які визначають вимоги до іміджу. Тому до основних компонентів процесу формування іміджу слід віднести можливості самого суб’єкта, вимоги аудиторії та завдання, які стоять перед суб’єктом. Відповідно, оцінювати імідж доцільно з урахуванням самооцінки педагога, оцінки з боку оточення та за результатами, що досягнуті завдяки іміджу.

Іміджелогія може допомогти покращити позитивне та зробити менш помітним негативне. Тому формування іміджу вчителя є доповненням, а не заміною педагогічної діяльності. А педагогічна компетентність, педагогічна ерудиція, педагогічне цілепокладання, педагогічна інтуїція, педагогічна імпровізація та педагогічна рефлексія виступають основними інструментами формування іміджу вчителя. Педагогічна техніка вчителя забезпечує внутрішню свободу, без якої позитивний імідж залишиться нездійсненою мрією. Сукупність засобів і методів, що використовує у своїй практичній діяльності вчитель, стосуються вміння управляти собою й уміння взаємодіяти з іншими. Уміння управляти собою означає: управління емоціями

(позитивний настрій, здатність виявляти позитивні та негативні почуття, формування власного іміджу); володіння своїм тілом (фізичне здоров'я, витривалість, контроль за мімікою та пантомімікою); соціальну перцепцію (уміння відчувати іншого, запобігати та уникати конфліктів, правильно поводитись під час полеміки); техніку мовлення (постановка голосу, управління тембром та темпом, педагогічна риторика). Уміння взаємодіяти з іншими учасниками навчально-виховного процесу досягається через дидактичні вміння; організаторські вміння; комунікативні вміння; техніку пред'явлення вимог; техніку оцінювання.

Процес формування іміджу складається з декількох послідовних кроків: з'ясувати вимоги аудиторії, на яку розрахований імідж; проаналізувати свої сильні та слабкі сторони; сконструювати майбутній образ; перевести образ у вербальну, візуальну та діяльнісну сфери.

Важливо, щоб у вчителя була сформована позитивна мотивація щодо створення свого іміджу власними силами та за допомогою керівництва навчального закладу. Логічно, що передусім учитель повинен провести дослідження свого іміджу, консультування з психологом на предмет формулювання проблемного поля. Імідж – це тільки той образ, до якого в інших людей є ставлення, думка про нього. Тому вчитель повинен розвивати вміння оцінити себе з боку учнів, батьків, керівників; встановити свою значущість; об'єктивно оцінювати свої особистісні якості. Це є підґрунтям для визначення свого реального та бажаного іміджу. Імідж має бути усвідомленим для того, щоб його змінювати, удосконалювати.

Концептуально-стратегічний етап формування іміджу пов'язується з розробкою своєї “Я-концепції”, створенням гіпотетичної моделі власного іміджу. “Я-концепція” – це система уявлень про себе. Її утворюють когнітивний (що я знаю про себе), оцінювальний (як я оцінюю те, що знаю про себе), поведінковий (як я поведжу себе відповідно до оцінки про себе) компоненти [1].

“Я-концепція” та самооцінка, на перший погляд, схожі поняття, але насправді вони означають різне. Самооцінка – це складова “Я-концепції”. Самооцінка пов'язана з тим, як людина оцінює свої якості. Вона може бути адекватною, завищеною чи заниженою. Вона відображає віру в себе, ступінь задоволеності результатами своєї діяльності; виступає регулятором поведінки. Самооцінка зумовлює позитивну мотивацію саморозвитку.

Виокремлюють дві форми “Я-концепції”: реальну й ідеальну. Реальна й ідеальна концепції, як правило, не збігаються, що призводить або до внутрішніх конфліктів, або до прагнення самовдосконалення.

Вчитель з позитивною “Я-концепцією” має почуття власної значущості; він упевнений у своїх педагогічних здібностях і вміннях; він позитивно ставиться до людей, налаштований на співпрацю з вихованцями; його вирізняють гнучкість мислення та прагнення до творчо-пошукової діяльності.

Імідж – це засіб самовираження, самовдосконалення вчителя. З огляду на це необхідно використовувати “потенціал підвищення”, щоб сформувати та розкрити кращі якості, подати себе у вигідному ракурсі. Імідж

повинен працювати на вчителя. Як із декількох фотографій, вчителю потрібно відібрати той образ, який буде оцінено оточенням більш позитивно. У подальшій роботі над собою педагог буде досягати цих якостей.

Майбутній образ повинен мати мінімум суперечностей між Я-реальним та Я-ідеальним, між “Я-концепцією” та вимогами до образу суб’єктів комунікації, на яких і розрахована діяльність з формування позитивного іміджу.

На цьому етапі іміджування вчитель обирає спрямованість та відповідні стратегії формування іміджу:

1. Позичування – це представлення себе у сприятливому образі. Допомагає створити сприятливе інформаційне середовище, виграти на фоні інших. Робить можливим обмежитись лише потрібними якостями чи характеристиками, що потрібні аудиторії, приховати непотрібні властивості чи недоліки.

2. Маніпулювання. Передбачає вміння переносити увагу з однієї інформації (якості, характеристику) на іншу, керувати сприйняттям. Маніпулювання пов’язане з вигадками, легендами та міфами, що відволікають увагу від основного.

3. Міфологізація передбачає поширення такої інформації, щоб імідж підкріплювався новими фактами, атрибутами, які б посилювали створюваний образ.

4. Емоціоналізація. За Г.Г. Почепцовим, це переклад з раціональної мови на емоційну [3]. Додати ще епітети, емоційно забарвлені слова, співпереживання. Передбачає підстроювання під чужі емоції, настрої, бажання (ми вам співчуваємо, ми з вами, ми вам допоможемо, ми раді за вас тощо).

5. Деталізація передбачає уміле оперування деталями, які у вигідному ракурсі представляють об’єкт (вчитель грає на гітарі, танцює, малює, у минулому був спортсменом).

6. Метафоризація передбачає використання різного роду тропів, слів у переносному значенні, які дають змогу підсилити або зруйнувати імідж (“Марія Петрівна – наша зірка”, “це – не робота, а клоунада”).

7. Вербалізація – уміле використання слова, ораторське мистецтво, красномовство. Доповнює цей засіб нейролінгвістичне програмування, що дає змогу за допомогою мови змінити враження, орієнтацію, оцінку. Для цього використовується викривлення інформації, свідоме опущення певних елементів, надання надмірного значення іншим.

8. Візуалізація – це представлення об’єкта на фото, слайдах, у кліпах, кінороліках. Допомагає аудиторії краще запам’ятати, за допомогою кращих ракурсів зображення показати у вигідних ситуаціях (демонстрація фото, де вчитель разом із відомою людиною, мером, депутатом).

9. Дистанціювання передбачає перекладання на інших відповідальності, самоусунення від подій (“адміністрація наказала зробити ремонт кабінетів”).

10. Впровадження моделей сприйняття. Це зумовлює отримання прогнозованого, очікуваного результату (манери, мова, ставлення, одяг).

З-поміж різних інструментальних засобів формування іміджу вчитель повинен обрати ті, які були б не одноразовими, не популістськими, а реально сприяли становленню позитивного іміджу. Основними критеріями мають бути: відповідність чинному законодавству, моральна бездоганність, врахування ситуації комунікацій, цілеспрямованість.

Чітке усвідомлення стратегії поведінки, здатність до рефлексії дають учителю змогу впевнено формувати імідж: запроваджувати розроблену “Я-концепцію”, своєчасно коригувати свій образ.

Ефективним засобом формування іміджу є самопрезентація. Самопрезентація – це вміння подати себе, привернути увагу до себе, актуалізувати увагу людей до своїх певних якостей, діяльності. Так, артисту недостатньо мати музичну освіту, володіти музичним інструментом, щоб подобатись публіці. Самопрезентація потрібна артисту, щоб власне й отримати шквал оплесків, сльози, сміх як реакцію на виступ. Аналогічно, не кожен учитель з педагогічним дипломом захопив серця дітей. За дослідженнями В.М. Шепеля, “гарний вчитель” викликає такі асоціації: у молодших школярів – це добрий вчитель, у підлітків – це справедливий, у старшокласників – сучасний [5]. Ми доповнили цей ряд результатами власних досліджень: у колег – це компетентний, у батьків – порядний, у керівників – відповідальний. А що думає сам учитель про себе? До яких рис чи особливостей він хоче привернути увагу? Увагу кого і чому? Йому потрібно оволодіти технологією самопрезентації, щоб всі повірили, визнали, поважали.

Об’єктивна потреба навчального закладу в учителі, який був би орієнтований на успішну самопрезентацію в професійній діяльності, вступає в суперечність з недостатньою увагою керівництва закладу до створення належних умов. Відтак, підготовка проекту формування позитивного іміджу вчителя та його реалізація повинні здійснюватись за підтримки керівника навчального закладу.

Можна виокремити три вихідні рівні вчителя для створення іміджу:

1. Низький, коли значення власного іміджу вчителем не усвідомлюється; діяльність учителя не пов’язується з його іміджем; керівники організації не сприяють формуванню позитивного іміджу вчителя.

2. Середній, коли значення іміджу частково усвідомлюється вчителем; продуктивність діяльності вчителя іноді залежить від його іміджу; керівники організації іноді підтримують формування позитивного іміджу вчителя.

3. Високий, коли значення іміджу усвідомлюється вчителем; продуктивність діяльності вчителя дуже залежить від іміджу; керівники організації створюють умови для формування позитивного іміджу вчителя.

Люди визначають себе за допомогою таких категорій, як вік, стать, національність, сфера діяльності, соціальний клас. З огляду на те, що імідж виступає інструментом спілкування з масовою свідомістю, важливо, щоб проект був зумовлений регіональним, гендерним, ситуативним та іншими факторами, в тому числі й часом. Відповідно, для формування іміджу вчителя теж багато значить: в якому регіоні він живе і працює? міська чи сіль-

ська школа? школа нова чи має багаторічні традиції? який рівень професіоналізму колег? якого віку і статі вихованці? хто є батьками учнів? Разом з тим, психологи застерігають, що індивідуально незабарвлений імідж призводить до стереотипізації. Це відчуватиме не тільки сам учитель, але й оточення.

Проект з формування іміджу вчителя повинен містити науково-практичні семінари та тренінги, конференції та ділові ігри, спецкурси з проблем іміджології й індивідуальні консультації психолога, стиліста, косметолога, лікаря. Актуалізації професійного іміджу вчителя будуть сприяти його участь у всіх сферах життєдіяльності закладу освіти. Особливу увагу слід приділити заходам, які створюють умови для самопрезентації: конференції, конкурси, диспути, відкриті уроки, фестивалі педагогічних ідей, декади передового досвіду тощо.

Ці заходи повинні допомогти вчителю: розкрити особистісні характеристики; моделювати індивідуальний стиль поведінки в різних життєвих ситуаціях; засвоїти цінності педагогічної професії, правила педагогічної поведінки; оцінити та визначити засоби вдосконалення; адаптуватись до соціокультурного простору школи; засвоїти технології й техніки формування та захисту іміджу; підвищити рівень саморегуляції; навчити засобів формування сприятливого іміджового середовища навколо себе; напрацювати стійкі навички конструктивної взаємодії; індивідуально дібрати засоби самовираження, які дають змогу більш повно розкрити потенціал.

Спільна діяльність педагога та керівника з формування позитивного іміджу вчителя ґрунтується на взаємодовірі. Вчитель повинен повною мірою розкритись своєму “іміджмейкеру”, тобто керівнику. Керівник повинен не нав’язувати та ламати, а створювати атмосферу підтримки й успішності. Результативність такої діяльності забезпечується ефективними методами самоіміджування та створення сприятливого для самопрезентації середовища. Відтак, імідж учителя – це результат цілеспрямованих, спільних, професійних зусиль педагога та керівника.

Завершується процес формування іміджу аналізом інформації про стан іміджу вчителя після впровадження проекту. Ефективність іміджування визначається за змінами у свідомості та діяльності вчителя відповідно до раніше визначених цілей.

**Висновки.** Формування іміджу вчителя відбувається на основі активної та свідомої роботи:

- вчителя над собою, що спрямована на самовдосконалення та самовираження в індивідуальному, особистісному та професійному аспектах;
- керівництва навчального закладу, що спрямована на створення умов іміджування та самопрезентації вчителя.

Таким чином, вивчення іміджологічного простору та вдала іміджестворувальна діяльність дають вчителю змогу досягти свого акме як особистості та професіонала.

Подальші теоретико-прикладні дослідження повинні поглибити вивчення залежності іміджу педагога від суб’єктів комунікацій та сприйнят-

тя; розкрити механізм взаємозв'язку іміджу вчителя й репутації закладу освіти; встановити ефективні умови та засоби формування позитивного іміджу під час практичної роботи вчителя; обґрунтувати алгоритм створення позитивного іміджу вчителя залежно від його спеціальності, завдань діяльності тощо.

#### **Список використаної літератури**

1. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя / А.А. Калюжный. – М : ВЛАДОС, 2004. – 222 с.
2. Палеха Ю.І. Іміджологія : навчальний посібник / Ю.І. Палеха ; за заг. ред. З.І. Тимошенко. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с.
3. Почепцов Г.Г. Имиджмейкер. Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов / Г.Г. Почепцов. – К. : Губерников, 2005. – 231 с.
4. Седова Л.Н. Могущество имиджа : учеб. пособ. / Л.Н. Седова. – Х. : Изд-во ХНЭУ, 2005. – 400 с.
5. Шепель В.М. Имиджология. Как нравится людям / В.М. Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 576 с.

#### **Мармаза А.И. Имидж учителя и особенности его формирования во время работы в учебном заведении**

*В статье раскрыто сущность, функции, компоненты имиджа учителя; описано логику, инструментальные способы формирования положительного имиджа во время работы в учебном заведении.*

*Ключевые слова: имидж, имидж учителя, самопрезентация, управление формированием имиджа.*

#### **Marmazov A. The image of the teacher and the special features of its formation during the work at school**

*The essence, functions, components of teacher's image is exposed in the article; logic, tools of forming of positive teacher's image during the work in educational establishment is represented.*

*Key words: image, teacher's image, self-presentation, management of forming image.*