

у більш традиційному підході, вимагає багатоетапного розвитку для досягнення успіху. Але проектна форма педагогічної діяльності ефективна лише в контексті загальної концепції навчання й виховання. Вона передбачає відхід від авторитарних і репродуктивних методів навчання, вимагає обміркованого й обґрунтованого поєднання з різними методами, формами і засобами навчання та є однією з інноваційних розробок в українській освіті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання. – К.: Ленвіт, 2003. – 261 с.
2. Морзе Н. Метод навчальних проєктів. – http://visnyk.iatp.org.ua/visnyk/cat_article; 498
3. English for Specific Purposes (ESP). National Curriculum for Universities. – Kijiv, 2005. – 114 p.
4. Klose B. Projektabwicklung. – Frankfurt: Wien: Wirtschaftsverlag, 2002. – 224 s.
5. Rahmencurriculum für studienbegleitenden Deutschunterricht an ukrainischen Hochschulen und Universitäten. – Kiew, 2006. – 90 s.

УДК 808. 55: 371. 134

Д.В. Будянський
Сумський державний
педагогічний університет

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ

У статті досліджується поняття «імідж» як складова успіху сучасної людини, аналізуються підходи до вивчення іміджу, розглядається сутність, структура, специфіка і шляхи формування професійного іміджу майбутнього вчителя.

The notion “image” as a part of success of a contemporary person is investigated. Ways of investigating of image are analyzed. The contents, the structure, specific features and ways of formation of professional image of the future teacher are considered.

Реформування освіти, акцент на гуманізацію і демократизацію навчально-виховного процесу, орієнтація на розвиток особистості учня ставить принципово нові вимоги до вчителя. Система професійної і післядипломної педагогічної освіти приділяє достатньо уваги підвищенню кваліфікації вчителя, але формування педагога як гармонійно розвиненого суб'єкта, що володіє адекватною самооцінкою і розвиненою «Я-концепцією», якості розуму якого вдало поєднуються з фізичною розвиненістю, зовнішньою привабливістю, витонченими манерами, часто залишається поза полем діяльності освітніх установ.

Ми вважаємо, що одним із шляхів гуманізації освіти і підвищення

ефективності педагогічної діяльності є формування *професійного іміджу педагога*.

Проблема формування іміджу педагога є *актуальною* тому, що розвиток суб'єкт-суб'єктних відносин у межах особистісно орієнтованого навчання сприяє підвищенню ролі тих якостей особистості, які не були раніше цілеспрямовано сформовані. Особистість учителя, його образ повинен надихати учнів на навчальні здобутки, активізувати інтерес до предмета. І як би професійно не був підготовлений учитель, він просто зобов'язаний постійно вдосконалювати особистісні якості, створюючи, таким чином, власний *професійний імідж*.

Сутність іміджу педагога, його роль, умови формування вимагають особливого розгляду, розробки способів його діагностики, стимулювання прояву, перетворення на повноцінний чинник педагогічного процесу.

У статті ми використовували праці педагогів, психологів, соціологів, присвячені дослідженню сутності гуманістичної концепції освіти, педагогічної діяльності, педагогічного спілкування, сутності індивідуальності й особистості вчителя. Це праці Ш.О. Амонашвішлі [2], І.А. Зязюна [10], В.А. Кан-Каліка [6], М.О. Лазарєва [9] та інших. У дослідженні також були використані праці вітчизняних і зарубіжних науковців, присвячені проблемам іміджелогії: І. Альохіної [1], П. Берд [3], І. Ковальової [8], В. Шепеля [5] та ін.

Аналіз наукової психолого-педагогічної літератури засвідчив недостатню розробленість педагогічної іміджелогії як нової галузі знання. Незважаючи на те, що основоположник іміджелогії В.М. Шепель доводить необхідність формування іміджу вчителя, ґрунтовних праць, присвячених специфіці іміджу педагога, його функціям, структурі, на сьогодні немає [5].

Зазначені обставини обумовили вибір теми статті «*Формування професійного іміджу майбутнього вчителя*».

Метою статті є пошук шляхів формування й ефективного використання можливостей і функцій професійного іміджу майбутнього вчителя для реалізації цілей гуманістичної концепції освіти.

Поняття «*імідж*» виникло на Заході у 50-х роках і спочатку використовувалося в рекламній практиці. У 60-х роках в Америці було визначено новий напрям у науці, який досліджував імідж, – іміджеведення, засновником якого став відомий економіст К. Болдинг. У Росії у 70-х роках імідж розглядали тільки як засіб маніпулювання масовою свідомістю. У дев'яностих роках В.М. Шепелем була сформована нова галузь – іміджелогія як наука про технологію особистої чарівливості.

Термін «імідж» став поширеним у усьому світі і прищепився практично в усіх мовних культурах.

Поняття «імідж» походить від французького *image*, що означає «образ», «уявлення», «зображення». Імідж (англ. *image*) – образ, тобто це візуальна привабливість особистості, самопрезентація, конструювання людиною свого образу для інших. Поняття «образ» несе те саме змістовне навантаження, що й імідж. За В.І. Далем, образ – це «вид, зовнішність, фігура, портрет, писане обличчя...» [4, 614].

У психології під іміджем розуміють «сформований у масовій свідомості характер стереотипу, що має емоційно забарвлений образ кого-небудь чи чого-небудь; формування іміджу відбувається стихійно, але частіше воно є результатом роботи фахівців; імідж відбиває соціальні чекання визначеної групи» [11, 134].

У соціологічному словнику подається таке тлумачення терміна «імідж»: «Образ, зображення; реальне (або уявне) обличчя, стиль ділової поведінки людини, фірми, підприємця, ставлення до них на основі їх популярності та успіху, довір'я і симпатії людей» [12, 141 – 142].

Таким чином, цей термін означає «образ», під яким слід розуміти не тільки візуальний, зоровий образ (вигляд), але й спосіб мислення, дій, вчинків. Це й уміння спілкуватися, мистецтво говорити, особливо слухати. Правильно обраний тон розмови, тембр голосу, легкість рухів багато в чому визначають той образ, в якому ми з'являємося перед учнями і колегами. Зовнішність учителя є або продовженням його чеснот, або негативною рисою, що заважає життю і кар'єрі.

Американська дослідниця іміджу Лулуан Браун (іміджмейкер п'яти американських президентів від Кеннеді до Картера) вважає, що такі якості особистості, як зовнішність, голос, уміння вести діалог можуть відіграти вирішальну роль у кар'єрі і житті людини.

Імідж також можна трактувати як одну з форм соціальної регуляції і саморегуляції людської поведінки: індивідуальної і групової. Поведінка людини регулюється не тільки соціальним, але й біологічними і психологічними механізмами, які взаємодіють між собою. До механізмів соціальної регуляції відносяться соціальні норми, цінності, інститути, організації. Отже, імідж можна вважати одним з таких механізмів.

Імідж формується в соціальному середовищі, відображаючи соціальні очікування певних груп людей, і це наближає його до такого поняття, як «стереотип». Стереотипи відіграють велику роль у закріпленні традицій і

звичок, сприяють самоствердженню особистості в певному статусі.

Отже, стереотип та імідж мають схожість: обидва вони стандартизовані, несуть емоційний оцінний заряд, засновані на психологічному механізмі персоніфікації.

У зарубіжній практиці імідж ділової людини розглядається як важлива складова культури спілкування. За даними соціологічних досліджень, в Україні тільки 19% учителів задоволені своїм зовнішнім виглядом. Вітчизняні педагоги в 2 рази занижують значення свого іміджу. Це тоді, як імідж є могутнім інструментом, що допомагає вибудовувати відносини з оточуючими.

Ми визначаємо термін «**професійний імідж педагога**» як комплекс якостей об'єктивного та суб'єктивного характеру, що забезпечує позитивне сприйняття учнями особистості вчителя і сприяє оптимізації процесу педагогічного спілкування.

Для того, щоб краще подати особливості іміджу педагога, ми пропонуємо побудувати теоретичну модель іміджу, яка складається із сукупності взаємозалежних елементів.

Дослідники іміджу визначають його як комплекс визначених якостей, що асоціюють з визначеною індивідуальністю, і розрізняють такі складові:



Рис. 1. Модель іміджу педагога

До *персональних характеристик* відносяться фізичні, психологічні особливості, характер, тип особистості, індивідуальний стиль ухвалення рішень, а також якість, що робить особистість учителя привабливою, – чарівність (харизма).

Соціальні характеристики пов'язані з поточною ситуацією, якій вчитель повинен відповідати. Це досить рухлива частина іміджу, тісно пов'язана з вимогами реальності. Щораз ці характеристики конструюються заново на основі ґрунтового аналізу ситуації. До них відносяться статус, моделі рольового поведіння тощо.

Символічні характеристики, навпаки, є стійким і незмінним компонентом. Вони пов'язані з ідеологією і культурою. Іншими словами, існує визначений набір якостей, що характеризує ідеальний тип.

Поряд з даною точкою зору у вітчизняній літературі виділяють ще три можливих підходи до вивчення іміджу: **функціональний, контекстний, порівняльний**.

Функціональний підхід включає такі варіанти іміджу, виходячи з різного

типу функціонування:

- *дзеркальний* – це імідж, властивий нашому уявленню про себе. Цей варіант іміджу, як правило, більш позитивний, тому що психологічно ми завжди висуваємо на перше місце позитив. Його недолік – мінімальний облік думки з боку;

- *поточний* – характерний для погляду з боку. Необхідно пам'ятати, що недостатня інформованість, нерозуміння й упередженість формують імідж не в меншому ступені, ніж реальні вчинки;

- *бажаний* – відбиває те, чого ми прагнемо;

- *корпоративний* – це імідж організації в цілому (репутація, успіхи, рівень стабільності тощо);

- *негативний* – це імідж, свідомо створений опонентом, суперником. За такого іміджу виникає проблема адекватного його спростування.

У контекстному підході імідж класифікується за способами застосування, в якому він функціонує (імідж бізнесмена, державного службовця, політика, педагога тощо).

Порівняльний підхід полягає в порівнянні іміджевих характеристик. Їх можна зіставити за рядом параметрів: компетентність, інтелігентність, схильність до силового рішення тощо. Побачивши відмінність, можна відповідно перебудовувати імідж.

Таким чином, поняття «імідж» може бути застосовано не тільки до людини, але й до організації, міста, навіть до країни. Щодо іміджу школи, то він, головним чином, визначається іміджем педагогів, які у ній працюють.

Під час формування будь-якого іміджу (педагога, бізнесмена, політика тощо) ураховують різні компоненти. Так, В.М. Шепель виділяє три комплекси [5]:

1) природні якості:

- комунікабельність;
- емпатія (здатність до співпереживання);
- рефлексія (здатність до самоаналізу та самокорекції);
- красномовність (здатність впливати словом);

2) якості, набуті завдяки освіті і вихованню:

- моральні цінності;
- психологічне здоров'я;
- набір технологій спілкування;

3) якості, зумовлені з життєвим і професійним досвідом.

Складові іміджу вчителя:

1. *Зовнішність*. Візуальна привабливість – важлива складова іміджу педагога. Тут має значення і колірна гама робочого костюма, і правильно виконаний макіяж і зачіска. Обличчя, фігура, одяг впливають на сприйняття учнями особистості педагога. Тому вчителю під час роботи краще дотримуватись так званого *офісного стилю одягу*. Це діловий костюм світлих тонів у літню пору чи темний в осінньо-зимовий період. Одяг повинен бути класичного покрою, усі аксесуари точно підібрані. В одязі дуже важлива охайність, яка підкреслює вишуканість та дисциплінованість учителя, а отже, допомагає створити гарний імідж.

2. *Мова*. Важливою частиною іміджу педагога є володіння красномовством. Спілкуючись з учнями, учитель не повинен забувати про емоційне забарвлення, тон мовлення, від якого залежить їх емоційний стан і працездатність.

Існує багато помилок у цій сфері, що заважають не тільки викликати позитивні емоції, але й просто почути і зрозуміти, що говорить педагог, щоб донести до учня-співрозмовника свою думку. Серед них можна виділити:

- манеру говорити або занадто голосно, агресивно, або неприпустимо тихо, мляво;
- переривання відповіді учня, що не тільки демонструє неповагу, але й заважає зрозуміти важливі моменти розмови;
- надмірну захопленість власною мовою, невміння сприймати розумну критику і цінні пропозиції на свою адресу тощо.

3. *Невербальне спілкування*. Так званий «невербальний» імідж пов'язаний з тим, наскільки ми маємо приємні манери, під якими маються на увазі жести, міміка, поза, хода тощо. Манери вчителя виявляються в поведженні за столом під час роботи, у правильному використанні канцелярських приладів та ТЗН, у тому, як учитель заходить до класу і займає своє робоче місце, розміщує свої речі тощо. Гарні манери допомагають спрощувати процес установаження комунікаційних зв'язків з учнями. Учителю необхідно оволодіти вміннями, ефективно використовувати, сприймати і розуміти мову невербального спілкування.

Ключовими категоріями у цьому питанні є міжособистісний простір, візуальний контакт, рукостискання, вираз обличчя, пози і жести.

Не можна забувати і про доречну організацію простору класної кімнати. Розміщення меблів у класі, оформлення робочого місця, багато інших деталей (від ручки до портфеля) несуть інформацію про вчителя.

- *візуальний контакт*. Учитель може точно передавати інформацію за

допомогою очей. Візуальний контакт дозволяє створити необхідну доброзичливу атмосферу на уроці. Уміння використовувати, контролювати свій погляд – важіль впливу майстерного вчителя.

- *вираз обличчя* є головним виразником почуттів і настрою. Учням завжди приємніше мати справу з життєрадісним, оптимістичним учителем. Усмішка – універсальний засіб, який сприяє зниженню нервового напруження, викликає позитивні емоції, дружні стосунки в учасників педагогічного спілкування.

4. *Повага до співрозмовника* – один з найважливіших аспектів в іміджі. Повага до співрозмовника виражається всіма перерахованими вище складовими іміджу, а саме: зовнішністю, манерами поведінки, мовою і невербальними сигналами.

5. *Природність у поведженні*, як і повага до співрозмовника, є одним з ключових моментів будь-якого спілкування, особливо педагогічного. Д. Карнегі зазначав: «Саме це і потрібно аудиторії: «природна манера говорити» [7, 34].

Велике значення має *імідж способу життя*, тобто як учні і колеги сприймають особисте життя, відносини з іншими людьми і родиною, моральні принципи, гідність і характер учителя.

Увага до вищезазначених деталей дозволяє вчителю створити професійний педагогічний імідж, який є запорукою успішного спілкування.

Формування професійного іміджу педагога супроводжується величезною роботою над собою, але дає результати: створює в учнів і колег позитивні установки, робить процес педагогічного спілкування приємним й ефективним.

На наш погляд, у процесі професійної педагогічної освіти майбутні педагоги повинні набути необхідного обсягу теоретичних знань, а також практичних умінь і навичок щодо створення власного професійного іміджу.

На заняттях з «Основ педагогічної творчості», ознайомлюючи студентів із засадами педагогічної іміджелогії, ми пропонуємо, зокрема, такі практичні рекомендації для того, щоб в майбутньому вони могли уникнути типових помилок, які негативно впливають на імідж учителя:

1. Не втрачайте почуття міри: навчіться чітко визначати, коли необхідно одягати класичний костюм, коли робочий халат, святкову сукню, а коли – светр і джинси.

2. Не перетворюйтесь на «синю панчошу», тобто носіть той одяг, що вам до вподоби: естетично витриманий, ошатний, модний, елегантний.

3. Не забувайте, що одяг завжди має бути охайним, чистим, відпрасованим, зручним і не заважати працювати з класом.

4. Не носіть тривалий час один і той же одяг, варто періодично “оживляти” його, комбінувати, прикрашати.

5. Не носіть взуття на високих підборах, бо його стукіт відвертає увагу учнів, крім того, швидко стомлюються ноги.

6. Ні в якому разі не перебувайте у приміщенні школи у головному уборі. Це стосується як чоловіків, так і жінок.

7. Не забувайте, що довге розпущене волосся заважає під час роботи з учнями.

8. Неприпустимо вчителям-чоловікам приходити до школи неголеними.

9. Не експериментуйте надмірно зі своїм волоссям, аби химерні зачіски і часті зміни кольору не відвертали увагу учнів.

10. Не рекомендується одягати занадто багатих та яскравих прикрас чи біжутерії, які до того ж заважають працювати і спілкуватися з учнями.

11. Не варто користуватися дезодорантами, туалетною водою чи одеколоном з різким, сильним запахом.

12. Ніколи не вказуйте на учня пальцем.

13. Не жестикулюйте надміру, бо жести мають лише підкреслювати слово.

14. Не метушіться у класі, бо це дратує учнів.

15. Ніколи не обирайте “закриту” позу.

16. У роботі з дітьми уникайте пози “лева” чи “наглядача”, бо діти непогано розуміють мову жестів і вчителю варто її досконало засвоїти.

17. Не допускайте мовленнєвих шаблонів і виразів, слів-паразитів.

18. Не забувайте, що голос учителя має бути відкритим, виразним, гнучким, витривалим. У ньому має звучати впевненість, мажорність.

19. Не припускайтеся орфоепічних помилок.

20. Не слід забувати, що дитину легко образити не тільки словом, а й інтонацією.

21. Не забувайте, що володіння красномовством, артистичним, емоційним мовленням потребує постійного вдосконалення шляхом спеціальних вправ.

Отже, зазначимо, що імідж завжди і за всіх часів відігравав величезну роль у житті людей. Незважаючи на те, що сам термін «імідж» виник на початку XX століття, турбота про приголомшливий *образ* (імідж) була притаманна і таким відомим історичним постатям, як Ярослав Мудрий, Іван Грозний, Річард Левове Серце та іншим.

XX століття, у зв'язку з розвитком засобів масової інформації, називають століттям свідомого конструювання іміджу, який потрібен публіці. За багатьма відомими іменами стоять конкретні «творці» (іміджмейкери).

Педагог сам є творцем власного іміджу. Тому відповідні знання, уміння й навички повинні закладатися ще під час навчання у вищих педагогічних навчальних закладах. Підтвердженням цього є той факт, що розробка питань іміджології привертає все більше уваги теоретиків і практиків у галузі соціології і психології, історії і теорії культури, естетики, економіки, педагогіки.

У подальших публікаціях ми плануємо розглянути шляхи формування риторичної майстерності майбутнього вчителя.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алехина И. Имидж и этикет в бизнесе. – 2-е изд. – М.: Дело, 2005. – 112 с.
2. Амонашвили Ш.А. Личностно-гуманная основа педагогического процесса. – Мн.: Университетское, 1990. – 560 с.
3. Берд П. Продай себя. Тактика совершенствования вашего имиджа. – М.: Амалфея, 2004. – 208 с.
4. Даль В.І. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. - М.: Рус. яз., 1989. – Т. 2: И – О. – С. 614.
5. Имиджология. Как нравится людям / Под ред. В.М. Шепеля. – М.: Народное образование, 2002. – 635 с.
6. Кан-Калик В.А., Никандров Н.Д. Педагогическое творчество. – М., 1990. – 190 с.
7. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. – М.: Русская тройка, 1989. – 77 с.
8. Ковальова І.О. Образ педагога. – Х.: Антіква, 2003. – 287 с.
9. Лазарєв М.О. Основи педагогічної творчості: Навчальний посібник для пед. ін-тів. – Суми: ВВП "Мрія" – ЛТД, 1995. – 212 с.
10. Педагогічна майстерність: Підручник / І.А. Зязюн, Л.В. Крамущенко, І.Ф. Кривонос та ін. / За ред. І.А. Зязюна. – 2-ге вид., допов. і перероб. – К.: Вища шк., 2004. – 422 с.
11. Психологія: Словник. – М.: Наука, 1990. – С. 134.
12. Соціологія: терміни, поняття, персоналії. Навчальний словник-довідник / За заг. ред. В.М. Пічі. – К.: «Кравелла»; Львів: «Новий світ-2000», 2002. – 480 с.

УДК 811.161

В.А. Василенко

*Сумський юридичний
факультет ХНУВС*

ЛІНГВОКРЕАТИВНІ ЗАВДАННЯ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ДИДАКТИЧНИХ ЦІЛЕЙ НА ЗАНЯТТЯХ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

У статті досліджується проблема формування навичок оформлення і вираження