

## ВИЗНАЧЕННЯ ТИПІВ ІМІДЖУ ВЧИТЕЛЯ І ВЧИТЕЛЯ-АДМІНІСТРАТОРА

Олена КОВАЛЬОВА

Copyright © 2006

**Актуальність дослідження** проблеми іміджу вчителя пов'язана з потребою якісної зміни системи його підготовки до конкурентної професійної діяльності. За цих умов нагальним є створення сприятливого інноваційного клімату в педагогічних колективах, котрий би долучав учителів до самоосвіти та постійного збагачення психологічного досвіду з формування власного педагогічного іміджу.

**Мета роботи** – опрацювання вірогідних типів іміджу педагога. Для її досягнення вирішувалися наступні **завдання**: треба було узагальнити існуючі дані про багатоваріативний вияв іміджу на особистому рівні, уточнити риси, потрібні для формування іміджу вчителя та обґрунтувати узагальнені типи іміджу педагога.

**Гіпотеза дослідження** зводилася до припущення, що формування педагогічного іміджу потрібно починати з аналізу та визначення його психологічних складових у вигляді типології.

**Огляд літературних джерел.** У психологічній та іншій літературі (Л. К. Блендер, О.Н. Колесніков, Дж. Гринер, Р. Чалдіні, Л.С. Вечер, Е.А. Альохіна, М.І. Горбачьов, А.В. Лопухін, В.І. Самунін, Н.В. Шакуро, Г.О. Балл, В.Ф. Пеньков, Щ.І. Мармиза, О.М. Касьянова, В.В. Григора, О.А. Володарська та ін.) дослідження типології іміджу проводиться здебільшого на фахівцях політики і бізнесу. Узагальнюючи численні емпіричні дані умовно можна виділити кілька ознак, за якими автори пропонують виділяти типи іміджу. Як видно з **табл. 1**, ці ознаки достатньо різнобічні та специфічні.

За різними даними [7; 9; 11; 13] в контексті аналізованого іміджу доречно розподілити його на особистісний та груповий. До першого відносять імідж конкретної людини, котрий істотно відрізняється за результатами своєї діяльності від інших. Щодо групового іміджу, то тут за основу беруться різні завершальні ознаки її

діяльності, які мають широке визнання. Останній характеризується як результат, перш за все високої корпоративної єдності всіх учасників [4; 5; 8; 10; 12]. При цьому такий імідж може мати як зовнішній, так і внутрішній формовивав. До зовнішнього належать репутація, якість послуг чи взаємодій, продуктивність клієнт-менеджменту чи клієнт-спілкування, частка або сегмент впливу (в т. ч. ринкового). До внутрішнього прояву іміджу відносять емоційний клімат колективу чи суспільної спільності, ефективність внутрішніх комунікативних зв'язків, прийняття членами колективу мети організації чи іншої спільноти в гармонії з індивідуальними цілями.

Стосовно особистісного іміджу, то він теж спричинюється як внутрішніми, так і зовнішніми ознаками конкретної особи. У будь-якому разі врахування внутрішніх та зовнішніх ознак – важлива передумова результативного дослідження типів іміджу [1].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Нами здійснена спроба дослідити ознаки іміджу педагога та керівника освітнього закладу, виходячи з аналізу даних, які його повно характеризують. Для пізнання цих ознак використаний опитувальник [3], що дав змогу, на основі поданого їх переліку, проводити ранжування з урахуванням значущості. При цьому всі ознаки іміджу вчителя розподілялися на суттєві (вміння оперувати фактами, приемний тембр голосу, цілеспрямованість, рішучість, сила волі, працьовитість тощо) та несуттєві (емоційність, кількість згадувань у засобах масової інформації, сексуальність, почуття гумору, сімейність, уміння сперечатися, матеріальне благополуччя та ін.) за результатами опитування. Аналогічно розподілялися ознаки іміджу керівника, суттєві (професійний досвід, цілеспрямованість, прав-

Таблиця 1

## Ознаки, котрі характеризують різні типи іміджу

Ознаки	Типи іміджу	Автори, котрі пропонують типологію
За знаком (modalністю)	Позитивний, негативний	Панасюк А.Я., Почепцов Г.Г., Коханенко А. І.
За видом діяльності	Професійний, особистісний	Панасюк А.Я., Почепцов Г.Г., Коханенко А. І.
За рівнем суспільної організації	Суспільний (корпоративний), особистісний	Вечер Л.С.
За наявністю керованості	Керований, некерований	Коханенко А. І.
За способом виникнення	Свідомий, несвідомий	Панасюк А.Я.
За методами впливу	Емпатійний, довірливий, загадковий, доступний	Монахов Г. А.
За каналами впливу на сприйняття	Вербальний, візуальний	Коханенко А.І., Ковальчук А.С.
	Зовнішній, внутрішній	Коханенко А.І., Ковальчук А.С.
	Кінетичний	Панасюк А.Я.
	Візуальний, аудіальний, кінестетичний, запахи, смаки	Бендлер Р., Гринер Дж., Блендер Л.К.
За системою оточення	Середовищний, предметний	Панасюк А.Я., Коханенко А.І., Ковальчук А.С.
За функціональним підходом	Дзеркальний, поточний, бажаний, корпоративний, множинний	Почепцов Г. Г.
За тривалістю	Стійкий, нестійкий	Лук'янець Т.І.

дивість, сила волі, рішучість тощо) та несуттєві (прихильність до спорту, приємний тембр голосу, сексуальність, уміння сперечатися, популярність у засобах масової інформації та ін.). Для підвищення об'єктивності результатів обстеження передбачалось отримання даних у трьох групах – студентів, досвідчених педагогів і батьків.

У підсумку емпіричного дослідження встановлено, що маються місце певні достовірні відмінності між вказаними групами обстежених відповідно до критерію значущості ознак. Так, наприклад, досвідчені педагоги, порівняно зі студентами і батьками, до суттєвих ознак іміджу відносять хазяйновитість ( $t = 2,37, p < 0,05$ ), а до несуттєвих – уміння оперувати фактами ( $t = 2,36, p < 0,05$ ), зовнішній вигляд ( $t = 2,25, p < 0,05$ ), відкритість у спілкуванні ( $t = 2,11, p < 0,05$ ). Батьки, на відміну від студентів та досвідчених педагогів, до суттєвих долучають наявність почуття гумору ( $t = 4,52, p < 0,01$ ), емоційність ( $t = 4,69, p < 0,01$ ), а до несуттєвих – популярність ( $t = 2,13, p < 0,05$ ), уміння оперувати фактами ( $t = 2,04, p < 0,05$ ), прихильність до спорту ( $t = 2,49, p < 0,05$ ), уміння сперечатися ( $t = 3,51, p < 0,01$ ), оптимізм ( $t = 5,43, p < 0,01$ ). Студенти не підтримують батьків і досвідчених педагогів, оскільки до суттєвих відносять уміння оперувати фактами ( $t = 2,43, p < 0,05$ ), здатність уникати конфліктів ( $t = 2,00, p < 0,05$ ), й до несуттєвих – уміння оперувати фактами ( $t = 2,57, p < 0,05$ ) та сексуальність ( $t = 2,98, p < 0,01$ ).

Водночас спільними для всіх груп в ознаках іміджу керівника та вчителя є цілеспрямованість, рішучість, сила волі, відповідність обіцянок учинкам, уміння підбирати кадри, інтелектуальний потенціал. Вивчаючи типи іміджу, нам було цікаво зосередити увагу саме на цих спільних ознаках як провідних, не уникаючи психічного аналізу інших. При цьому гіпотетичним для нас стало припущення, що спільні ознаки повинні бути більш тісно пов'язані між собою.

Щоб перевірити зазначене припущення нами був проведений кореляційний аналіз, що дав змогу виокремити кілька комплексів відповідних зв'язків. Перший комплекс утворили цілеспрямованість, рішучість, сила волі, працьовитість, другий – професійний досвід та інтелектуальний потенціал, третій – відповідність обіцянок учинкам, уміння уникати конфліктів. Ці результати, з урахуванням взаємодії вказаних вище показників, підтвердили другу гіпотезу про те, що позитивні ознаки іміджу спричиняються комплексом властивостей, які мають певну спорідненість і водночас диференціюються за змістом.

Заслуговує на увагу перший комплекс, який вказує на винятково важливу роль мотиваційно-вольової регуляції для позитивного іміджу. Крім того, на відміну від попередніх даних професійний досвід та інтелектуальний потенціал теж займають важливу нішу в структурі позитивного іміджу. Щодо особистісних властивостей, то, виходячи з останнього аналізу, вони,

Таблиця 2

Узагальнені та спрощені дані факторного аналізу ознак учителя як складових його професійного іміджу

Номер фактора	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4
<b>Студенти</b>	Рішучість. Сила волі. Цілеспрямованість. Уміння оперувати фактами	Працьовитість. Інтуїція в ухваленні рішень. Уміння взаємодіяти з органами влади. Відкритість у спілкуванні. Уміння підбирати кадри і керувати ними	Інтелектуальний потенціал. Володіння ораторським мистецтвом. Правдивість. Хазяйновитість	Уміння уникати конфліктів. Відповідність обіцянок учинкам. Професійний досвід
<b>Викладачі</b>	Рішучість. Сила волі. Цілеспрямованість. Уміння оперувати фактами	Працьовитість. Професійний досвід. Інтелектуальний потенціал. Відповідність обіцянок учинкам. Популярність	Уміння підбирати кадри і керувати ними. Інтуїція в ухваленні рішень. Уміння взаємодіяти з органами влади	
<b>Батьки</b>	Популярність. Респектабельність. Інтелектуальний потенціал	Уміння оперувати фактами. Володіння ораторським мистецтвом. Сексуальність	Професійний досвід. Працьовитість. Оптимізм	Рішучість. Цілеспрямованість

порівняно з даними формовияву особистісно-психологічного особливостей, утримують свою важливу роль, але після мотиваційно-вольових та інтелектуально-професійних.

За нашими емпіричними результатами не досить суттєві ознаки, виходячи з кореляційних зв'язків, визначають лише один комплекс рис – прихильність до спорту, приемний тембр голосу, сексуальність, матеріальне благополуччя, емоційність, сімейність. Очевидно, що серед останніх зустрічаються риси, які створюють підґрунтя саме позитивного іміджу.

Подальший поглиблений факторний аналіз дозволив отримати дані, що певною мірою підтвердив результати кореляційного аналізування стосовно ролі досліджуваних ознак в іміджі вчителя (**табл. 2**).

Аналогічно результати факторного аналізу отримані під час вивчення ознак іміджу керівника освітнього закладу (**табл. 3**).

Однак одержані узагальнені дані не дають змоги більш диференційовано підходити до опису індивідуальних особливостей того чи іншого персоніфікованого іміджу. Очевидно, що

Таблиця 3

Узагальнені та спрощені дані факторного аналізу ознак керівника освітнього закладу як складові його професійного іміджу

Номер фактора	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4
<b>Студенти</b>	Рішучість. Сила волі. Цілеспрямованість. Правдивість. Відкритість у спілкуванні. Інтелектуальний потенціал	Професійний досвід. Популярність. Володіння ораторським мистецтвом	Працьовитість. Уміння підбирати кадри та керувати ними	
<b>Викладачі</b>	Популярність. Респектабельність. Правдивість. Сімейність	Рішучість. Сила волі. Цілеспрямованість. Уміння уникати конфліктів. Уміння підбирати кадри і керувати ними	Професійний досвід. Інтелектуальний потенціал. Правильний спосіб життя. Працьовитість. Відповідність обіцянок учинкам	
<b>Батьки</b>	Рішучість. Сила волі. Цілеспрямованість. Відповідність обіцянок учинкам. Популярність. Уміння взаємодіяти з органами влади	Інтелектуальний потенціал. Сімейність. Прихильність до спорту. Правильний спосіб життя	Професійний досвід. Володіння ораторським мистецтвом. Правдивість	

Таблиця 4

Узагальнена типологія іміджу вчителя та керівника навчально-освітнього закладу за системою збалансованих ознак (особистісних рис)

Імідж	Типи іміджу			
	1 – Збалансований	2 – Суперечливий	3 – Інертно-напружений	4 – Спонтанно-інертно-пасивний
Учителя	Рішучість. Працьовитість. Цілеспрямованість. Сила волі	Професійний досвід. Уміння уникати конфліктів	Хазяйновитість. Респектабельність. Уміння взаємодіяти з органами влади. Частота згадування у ЗМІ. Правдивість. Володіння ораторським мистецтвом. Уміння оперувати фактами. Інтуїція у прийнятті рішень	Прихильність до спорту. Сімейність. Сексуальність. Оптимізм. Матеріальне благополуччя. Уміння сперечатися. Емоційність. Наявність почуття гумору
Учителя-адміністратора	Рішучість. Працьовитість. Цілеспрямованість. Сила волі. Професійний досвід. Правдивість. Відповідність обіцянок учинкам	Уміння підбирати кадри і керувати ними. Популярність	Хазяйновитість. Респектабельність. Уміння взаємодіяти з органами влади. Уміння уникати конфліктів. Відкритість у спілкуванні. Правильний спосіб життя. Наявність почуття гумору. Сімейність	Прихильність до спорту. Сексуальність. Оптимізм. Матеріальне благополуччя. Уміння сперечатися. Емоційність. Приємний тембр голосу. Зовнішній вигляд. Частота згадування в у ЗМІ. Інтуїція у прийнятті рішень

однакових іміджів не буває, кожна особистість утверджує свій власний імідж. Водночас спираючись на дані диференціальної психології (Р.Б. Кеттел, Пірсон, М. Спиллейн, Е. Шостром), психології індивідуального стилю діяльності (Є.А. Клімов, М. Баррі, Стоу, А.В. Батаршев, І.Ш. Тучашвілі, В.С. Мерлін), психології особистості (Л.І. Божович, А.В. Петровський, О.М. Леонтьев, В.М. Мясіщев, Д.Н. Узнадзе, Б.Г. Ананьєв) є підстави припустити, що всі особистості мають певні спільні та відмінні ознаки у формованні іміджу. Саме їх співвідношення і певна гармонія уможливають окремі типи іміджу.

Разом з тим вищеподані результати вказують на те, що ознаки, котрі визначально характеризують імідж учителя, доцільно умовно згрупувати з урахуванням специфіки їх прояву. В підсумку ми одержали чотири типи іміджу – *збалансований, суперечливий, інертно-напружений, спонтанно-інертно-пасивний (табл. 4)*. У цій типології вчителя та керівника (вчителя-адміністратора) є певні аналогії та відмінності. Збалансований тип останнього виявився ширшим, тоді як спільними для обох типів є такі риси: цілеспрямованість, рішучість, сила волі, працьовитість. Однак у цілому відсутня істотна відмінність між ознаками іміджу вчителя-предметника і вчителя-керівника.

Психологічна характеристика окреслених типів є варіативною. Так, у збалансованого типу (висока вольова регуляція, цілеспрямованість, упевненість, рішучість, сміливість, високий рівень

домагань, оптимістичність, адекватна самопрезентабельність, хороший інтелект, комунікабельність) особистісні риси врівноважені, ідеально взаємозалежні для формування іміджу. В суперечливого типу (висока емоційна стійкість і підвищена тривожність, комунікабельність і конфліктність, високий життєвий розум і низький професійний інтелект, виняткова мотивація досягнення мети та емоційна нестійкість, емпатійність і недостатня саморегуляція) особистісні властивості здебільшого мають протилежну значущість у “профілі” іміджу, не всі риси постають як збалансовані. В інертно-напруженого типу (висока мотивація, підвищені хвилювання, невпевненість, недостатньо виражена емоційно-вольова регуляція, низька самопрезентація) особистісних рис і потенцій недостатньо для самостійного формування іміджу. В спонтанно-інертно-пасивного типу (недостатня емоційно-вольова регуляція, хороша самопрезентація, висока емпатійність, достатня комунікабельність) особистісні властивості дають змогу формувати власний позитивний імідж та підвищувати мотивацію до життя і самореалізації.

## ВИСНОВКИ

1. Доведено, що проблема іміджу в сучасній психолого-педагогічній літературі досліджується недостатньо повно і комплексно, мають місце розбіжності у фахівців стосовно його сутнісних ознак.

2. Встановлено, що всі ознаки, котрі характеризують імідж, умовно можна розподілити на зовнішні та внутрішні, суттєві та несуттєві.

3. Імідж у педагогічній діяльності доречно розглядати як на особистісному рівні, так і на рівні колективному (груповому).

4. Для вчителя суттєвими ознаками іміджу є уміння оперувати фактами, приємний тембр голосу, цілеспрямованість, рішучість, сила волі, працьовитість, а для вчителя-адміністратора освітнього закладу – професійний досвід, цілеспрямованість, правдивість, сила волі, рішучість, тоді як спільними для обох – цілеспрямованість, рішучість, сила волі.

5. Запропонована типологія іміджу вчителя охоплює збалансований, суперечливий, інертно-напружений, спонтанно-інертно-пасивний його типи.

1. *Забродин Ю.М., Глоточкин А.Д., Сосновский Б.А.* Базовая психологическая модель личности учителя // Педагогическое образование. Сб. статей по современным проблемам педагогического обра-

зования. – М., 1991. – Вып. 4. – С. 11–17.

2. *Калюжный А.А.* Психология формирования имиджа учителя. – М.: Владос, 2004. – 222 с.

3. *Ковальова О.О.* Саморозвиток педагога через формування позитивного іміджу / Зб. Всеукр. наук.-практ. конф. “Актуальні проблеми практичної психології”. – К.: Інститут психології, історії та соціології ХДУ, 2006. – С. 108–110.

4. *Ковальчук А.С.* Основы имиджологии и делового общения: Учебное пособие для студентов вузов. 2-е изд., перераб. и доп. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 224 с.

5. *Коханенко А.И.* Имидж рекламных персонажей. – Москва: Март, Ростов н/Д: Март, 2004. – 144 с.

6. *Медведева Е.* Основы рекламоведения. – М.: РИП-Холдинг, 2003. – 262 с.

7. *Монахов Г. А.* Мелочи создают совершенство. Деловой и светский этикет. Благоприятный персональный имидж. – К. Альтерпрес, 2001. – 474 с.

8. *Ольшанский Д. В., Пеньков В.Ф.* Политический консалдинг. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.

9. *Панасюк А. Я.* – Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж. – М.: Дело, 2003. – 240 с.

10. *Почепцов Г.Г.* Имидж-мейкер. Паблик рилейнз для политиков и бизнесменов. – К.: Рекл. агентство Губерникова, 1995. – 231 с.

11. *Чалдини Р.* Психология влияния. – СПб.: Питер, 2004. – 286 с.

12. *Шепель В.М.* Имиджология: Секреты личного обаяния. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, – 1997. – 382 с.

13. *Перельгина Е.Б.* Психология имиджа: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

Надійшла до редакції 27.09.2006.

## КНИЖКОВА ПОЛИЦЯ



**Фурман А.В., Надвинична Т.Л.**

**Основы гендерной равноправности:** Навчальний посібник. – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – 168 с.

Навчальний посібник уперше структурує і концептуалізує освітній зміст інтегральної навчальної дисципліни “Основы гендерной равноправности”, що системно проектує знання, уміння, норми і цінності майбутніх психологів, соціологів і соціальних працівників й дає змогу формувати у них гендерну культуру в контексті дотримання психосоціальних вимог принципу гендерної паритетності. Основними концептами авторського курсу, що створюють повноформатну картину рівності прав, можливостей і форм самореалізації між чоловіком і жінкою, є гендер, гендерний підхід, гендерна рівність, сім’я як гендерна система, гендерна соціалізація, гендерні ролі, гендерні стереотипи, маскуліність і фемініність, гендерна ідентичність. Запропоновані психосоціальні практикуми дозволяють ґрунтовно дослідити гендерні властивості будь-якої особистості.

Для професорсько-викладацького складу, аспірантів і студентів соціально-психологічних факультетів.