

## СТИМУЛЮВАННЯ ІНТЕРЕСУ СТУДЕНТІВ ДО ІМІДЖОТВОРЕННЯ В ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ УНІВЕРСИТЕТУ

*Тетяна ДОВГА (Кіровоград)*

**Постановка проблеми.** Останнім часом зростають вимоги до професійного образу вчителя, оскільки публічний характер педагогічної професії ставить педагога перед необхідністю щоденного спілкування з україномовною аудиторією – учнями та їхніми батьками, які хочуть бачити перед собою не лише справжнього професіонала, але й успішну ділову людину, яка буде гідним прикладом для своїх вихованців. Ця проблема знаходить свій відбиток у змісті професійної підготовки майбутнього вчителя, яка відбувається в освітньому середовищі університету.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема освітнього середовища та його роль у професійній підготовці фахівців з вищою освітою висвітлювалась у роботах В. Бочарової, Р. Вендровської, В. Єфимова, Н. Крилової, В. Ликової, Ю. Мануйлова, Е. Рангелової, А. Сманцера та ін. Становлення творчої особистості педагога в умовах освітнього середовища університету розглядали Є. Барбіна, Н. Кічук, Л. Кондрашова, З. Курлянд, О. Пехота, С. Сисоєва.

До проблеми формування іміджу та іміджевої діяльності сучасного фахівця зверталися Л. Данильчук, Л. Донська, В. Ісаченко, А. Калужний, О. Ковальова, А. Кононенко, Ж. Попова, І. Размолодчикова, Т. Скрипаченко, Н. Тарасенко, В. Черепанова, С. Яндарова та ін. Недостатньо дослідженою залишається проблема іміджотворення як передумова розвитку креативності в професійній діяльності.

**Мета статті** – запропонувати засоби, які позитивно впливають на розвиток інтересу студентів до іміджотворення та знайомлять їх з творчими підходами до побудови власного професійного образу в умовах освітнього

середовища університету.

**Виклад основного матеріалу.** Освітнє середовище університету в педагогічній літературі тлумачиться як простір для професійно-особистісного, духовно-морального розвитку майбутнього спеціаліста та вважається чинником особистісно-орієнтованої взаємодії викладачів і студентів. Як його різновиди, розглядаються науково-освітнє, інформаційно-освітнє, соціально-освітнє, освітньо-культурне та інші види середовища. Вчені вважають, що освітньо-культурне та предметно-естетичне середовище закладу освіти мають особливий вплив на професійне становлення майбутнього фахівця.

Приміром, освітньо-культурне середовище навчального закладу (за А. Сманцером) включає: систему впливів і умов формування особистості, освітній процес, виховну підсистему, програми додаткової освіти, позааудиторну роботу, а також інші можливості для розвитку професійного образу, які містяться в соціальному і просторово-предметному оточенні.

Під впливом університетського середовища студенти набувають соціокультурного й особистісного досвіду, в них пробуджується прагнення до самовдосконалення та самореалізації, виникає потреба в творчому самовираженні, яку студенти мають змогу реалізувати в різноманітних видах діяльності: навчально-професійній, громадській, спортивно-оздоровчій, художньо-естетичній тощо. Зокрема, остання з них сприяє розширенню художньо-естетичних інтересів студентської молоді, вихованню естетичних оцінок та художньо-естетичних смаків, розвитку в кожній молодій людині візуальної привабливості та естетичної

виразності як головних ознак художнього образу особистості.

Дослідниця іміджу В. Горчакова [3] проводить наукову паралель між художнім образом та іміджем особистості. Зокрема, вона зазначає, що імідж як художній образ «...провокує діалог художника і глядача, письменника і читача, музиканта і слухача, журналіста-ведучого і телеглядача». З погляду вченої, «імідж закладає модель відносин і в цьому сенсі робить їх передбачуваними і керованими, стимулюючи емоційні та поведінкові реакції».

У зв'язку з цим, можна припустити, що імідж учителя не лише дозволяє йому будувати продуктивний діалог та гуманні відносини з учнями, але й пробуджує в нього професійну здатність до іміджотворення. На наш погляд, іміджотворення, як діяльність з побудови та вдосконалення професійного образу педагога, посідає особливе місце в процесі особистісного та професійного становлення студента університету, розвитку в нього особистісно-професійного іміджу та іміджевої діяльності.

*Іміджева діяльність учителя* – різновид професійно-педагогічної діяльності, основним засобом реалізації якої є особистісно-професійний імідж. В залежності від об'єкта іміджевого впливу, ця діяльність поділяється на внутрішню (іміджотворчу) і зовнішню (іміджоперетворювальну):

1. *Іміджотворча діяльність* – це рефлексивно-творча діяльність учителя, яка передбачає використання особистісно-професійного іміджу з метою особистісного самозростання та професійного самовдосконалення. Під впливом іміджотворчої діяльності відбувається інтенсивний розвиток особистісних та професійно значущих іміджевих характеристик учителя, утверджується його іміджева позиція в педагогічному процесі.

2. *Іміджоперетворювальна діяльність* – організаційно-творча діяльність педагога, націлена на учнівську аудиторію (аудиторію іміджу) та освітнє середовище школи. Використання особистісно-професійного іміджу з такою метою забезпечує вдосконалення іміджевої поведінки вчителя та гуманізацію освітнього середовища. Інструментами (засобами) іміджоперетворювальної діяльності вчителя є іміджевий вплив та іміджева взаємодія, внаслідок чого підвищується рівень навчальних досягнень та вихованості учнів, формуються позитивні іміджеві якості.

Суб'єктом іміджоперетворювальної діяльності виступає педагог (як її ініціатор та організатор). Об'єктом зазначеної діяльності є учнівська аудиторія (зокрема, свідомість, воля й почуття дітей), а предметом виступають іміджеві характеристики учнів, які формуються під

впливом особистісно-професійного іміджу вчителя.

Вважаємо, що стимулюванню інтересу студентів спеціальності «Початкова освіта» до іміджевої діяльності та іміджотворення, певним чином, сприяє викладання навчальної дисципліни «Імідж сучасного вчителя», базоване на таких засадах:

1. надання переваги ціннісно-смісловій інформації, спрямованій на розширення загальної ерудиції та знань з іміджології;

2. орієнтування студентів на емоційно-ціннісне ставлення до навчальної інформації та конструювання на цій основі ставлення до побудови власного професійного образу;

3. залучення студентів до обговорення спеціально створених педагогічних ситуацій, складання й вирішення ними професійно орієнтованих іміджотворчих завдань.

Під час викладання зазначеної дисципліни ми ставили за мету формування в студентів емоційно-ціннісного ставлення до знань і вмінь, необхідних для створення професійного образу; розвиток емоційно-моральної сфери особистості та художньо-образного мислення; стимулювання їх до самопізнання й саморефлексії, саморозкриття творчих здібностей і креативного ставлення до навколишнього світу.

Ми звертали увагу студентів на те, що візуальна привабливість та естетична виразність є важливими ознаками зовнішнього вигляду людини, який іншими, перш за все, сприймається й оцінюється за одягом та манерою вдягатися. Невипадково, популярне нині поняття «іміджклоузінг» означає процес створення позитивного іміджу засобами одягу. Водночас, незмінний інтерес у сучасної молоді викликають відомості з історії і психології моди, майбутні вчителі охоче обговорюють модні тенденції та стилі сучасного одягу. Нижче пропонуємо матеріал для обговорення в студентській аудиторії.

Американський психолог і психіатр **Ерік Леннард Берн** (1910 – 1970) помітив таку особливість: «У західних країнах одяг зазвичай свідчить про життєву позицію значно яскравіше, ніж про соціальне становище. Так, одні люди («+»«+») вдягаються акуратно і неясково. Інші («+»«-») полюбують «форму», прикраси, коштовності, вишукані речі, що підкреслює їхні переваги» [1, с. 212.].

Французький художник-модельєр і письменниця **Матті Руфф** (1896 – 1971) у своїй книзі «Філософія елегантності» звернула увагу на те, що люди мимоволі «повідомляють» іншим про себе: «... своїм одягом, своїм способом життя вони, певною мірою, залишають інформацію і про них самих. Вони кажуть привселюдно про своє внутрішнє «я», про свої смаки й моральні

принципи, про свою енергію або апатичність, про професію, устрій життя, про свою сміливість і правду. Таким чином, жіноче вбрання – це не порожнє явище, воно говорить багато про що» [5].

Французький письменник Анрі Гідель, автор книги «Коко Шанель», описує концепцію класичного жіночого костюма, розроблену видатною жінкою-модельєром, яка стала законодавицею світової моди – *Габріель Бонер Шанель* (1883 – 1971): «Якщо є таке вбрання, яке Шанель змогла в очах всього світу безумовно асоціювати зі своїм ім'ям, то це її знаменитий жіночий костюм з тасьмою, що доповнив її широко відому маленьку чорну сукню 1926 року. Звичайно, не вона придумала жіночий костюм, але вона радикально оновила його концепцію. Цей костюм був створений у кінці XIX століття, щоб задовольнити потребу жінки в свободі рухів; його силует облягав тіло, однак зайве драпірування, так само, як і нееластична жорстка підкладка, все ще обмежували рухи. Габріель скасувала підкладку, стала систематично використовувати тонкі тканини зі складною структурою, як, наприклад, джерсі, нерідко оброблені металевою ниткою. Їй також вдалося поєднати строгість і функціональність з гнучкістю й легкістю, що відповідало бажаному іміджу активної жінки. Цей костюм, що народився в січні 1955 року разом з третьою колекцією, з першого погляду підкорив клієнтуру, а два-три роки по тому став основою жіночих гардеробів»[2].

Сьогодні вплив іміджу людини на масову аудиторію так само асоціюється з поняттями «одяг» і «костюм», хоча в сучасних дослідженнях з іміджології вони набули дещо іншої інтерпретації.

Так, під **одягом** розуміють сукупність виробів чи виріб, який людиною носить (крім взуття) та використовується для захисту її тіла від впливу зовнішніх чинників. <...> Тому розглядається взаємозв'язок одягу, зовнішності людини і відчуттів тої людини, яка бачить цю смислову конструкцію.

Поняття **костюм** розглядають як умисно дібрану сукупність спеціальних одиниць одягу і взуття, що визначає поведінку, статус та унікальні особливості людини чи соціальної групи. До ансамблю костюма відносять одяг, взуття, зачіску, капелюх, рукавички, аксесуари, макіяж тощо. Крім того, костюм ідентифікують у комплексі з усім іміджем людини, її особистим стилем і образом, пластикою й характерними жестами, відрізняючи, таким чином, від повсякденного терміну «одяг» [6, с.70].

Сучасний дослідник учительського іміджу А. Калюжний стверджує таке: «Слід завжди пам'ятати, що діти вчать у дорослих людей і, перш за все, в улюбленого вчителя правильно одягатися. В манері одягатися проявляється одне з

головних правил: красиво виглядати – означає проявляти повагу до оточуючих людей. Вимоги, що пред'являються до зовнішнього вигляду людини, допомагають педагогу поліпшити свій професійний імідж і домогтися успіху. Уникаючи недовірливого ставлення колег до своїх професійних якостей, не слід з'являтися на роботі в ультрамодному одязі. Розумно поєднуючи тенденції моди зі своїм зовнішнім виглядом, слід дотримуватися такого правила: бути одягненим занадто модно – ознака поганого смаку, відставати ж від моди неприпустимо, тобто треба одягатися по моді, але ближче до класичного стилю. Справжній учитель не буде підкреслювати одягом свою зовнішність, він буде демонструвати свій розум, професійні навички та здібності» [4].

В сучасній літературі з техніки створення зовнішнього вигляду вчителя можна зустріти багато практичних порад на кшталт:

1. Одяг повинен бути естетично витриманий: гарний, зручний, сучасний. Стиль одягу – діловий, колір – помірно насичений. У манері одягатися знаходять вияв уміння враховувати обставини, пору року, погоду, привід, вік учителя, контингент вихованців та конкретну життєву ситуацію.

2. З професійного гардероба вчителя необхідно виділити ультрамодний одяг, незвичайний фасон якого відволікає увагу учнів; а занадто яскравий колір стомлює й дратує.

3. Взуття має бути чисте, відремонтоване, зручне, легке, елегантне, на середньому підборі. Стукіт підборів не повинен заважати учням.

4. Вибір прикрас повинен демонструвати почуття міри і смаку. Не можна використовувати надто об'ємні, дорогі, яскраві коштовності, щоб не відволікати учнів на уроці.

5. Волосся має бути завжди чисте, ретельно зачесане. Не слід допускати надміру експериментів зі своїм волоссям, щоб химерні зачіски й часті зміни кольору не стали об'єктом учнівського обговорення.

6. Макіяж повинен гармоніювати з одягом, зачіскою, аксесуарами, прикрасами, відповідати обставинам і віку, бути модним і помірним.

**Висновок.** Професія вчителя зобов'язує своїх представників дотримуватись особливих вимог до оформлення зовнішнього вигляду, адже сприйняття вчителя учнівською аудиторією починається з враження, створеного, зокрема, одягом і манерою вдягатися. Одяг учителя виконує професійну функцію: сприяє вихованню художньо-естетичних смаків учнів та демонструє його вміння творити позитивний професійний образ. У зв'язку з цим, в освітньому середовищі університету необхідно стимулювати й постійно підтримувати інтерес студентів до іміджотворення.

**БІБЛІОГРАФІЯ**

1. Берн Э. Игры в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений; Люди которые играют в игры. Психология человеческой судьбы: Пер. с англ. / Общ. ред М. С. Мацковского / Эрик Берн. – СПб.: Лениздат, 1992. – 400 с.

2. Гидель А. Коко Шанель [Перевод с франц. С. С. Лосева] / Анри Гидель. – М.: Эксмо, 2006. – 448 с.

3. Горчакова В. Имидж: розыгрыш или код доступа? / Валентина Горчакова. – М.: Феникс, 2011. – 252 с.

4. Калужный А.А. Психология формирования имиджа учителя /А. А. Калужный. – М.: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2004. – 222 с.

5. Руфф М. Философия элегантности [Авт. предисл. А. А. Васильев. Перевод с франц. Е. А. Макарова] / Магги Руфф. – М.: Этерна, 2012. – 304 с.

6. Ушакова Н. В. Имиджелогия: Учебное пособие / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 280 с.

**ВІБЛІОГРАФІЯ**

1. Bern Э. Yhry v kotorye yhraiuť liudy. Psykholohyia chelovecheskykh vzaymootnoshenyi; Liudy kotorye yhraiuť v yhry. Psykholohyia chelovecheskoi sudby: Per. s anhl. / Obshch. red M. S. Matskovskoho / Eryk Bern. – SPb.: Lenyzzdat, 1992. – 400 s.

2. Hydel A. Koko Shanel [Perevod s frants. S. S. Loseval] / Anry Hydel. – M.: Eksmo, 2006. – 448 s.

3. Horchakova V. Ymydzh: rozyhrysh yly kod dostupa? / Valentyna Horchakova. – M.: Fenyks, 2011. – 252 s.

4. Kaliuzhnyi A.A. Psykholohyia formyrovanyia ymydza uchytelia /A. A. Kaliuzhnyi. – M.: Humanytarnyi yzzdatelskyi tsentr VLADOS, 2004. – 222 s.

5. Ruff M. Fylosofyia elehantnosti [ Avt. predysl. A. A. Vasylev. Perevod s frants. E. A. Makarova] / Mahhy Ruff. – M.: Eterna, 2012. – 304 s.

6. Ushakova N. V. Ymydzhelohyia: Uchebnoe posobyie / N. V. Ushakova, A. F. Stryzhova. – M.: Yzzdatelsko-torhovaia korporatsyia «Dashkov i K», 2009. – 280 s.

**ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА**

**Довга Тетяна Яківна** – кандидат педагогічних наук, професор, професор кафедри педагогіки дошкільної та початкової освіти Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

*Наукові інтереси:* професійна підготовка майбутнього вчителя початкової школи, особистісно-професійний імідж учителя.