**ВСТУП**

Сучасний етап розвитку системи освіти в Україні характеризується кардинальними змінами, зумовленими, з одного боку, сформованими і міцно утримуваними традиціями радянської освіти, а з іншого - соціально-економічними та політичними умовами, які дають зрозуміти, що сучасна освітня система в силах функціонувати, забезпечуючи підготовку конкурентоспроможного фахівця.

Ускладнення завдань освіти представляє особливу значимість вивчення ролі іміджу як значимої професійної важливої якості сучасного педагога.

Незважаючи на стрімкий розвиток, виділення в самостійну галузь, значна кількість публікацій і наукових монографій з даної проблематики, виникнення послуг по формуванню іміджу, використання досягнень іміджології в педагогіці відбувається стихійно.

Окремі аспекти проблеми формування професійно-педагогічного іміджу вчителя в певній мірі висвітлені науковцями, які досліджували: психологію індивідуальності (Б. Ананьєв, В. Мерлін, Є. Рогов та ін.); особливості становлення «Я-концепції» особистості (Р. Бернс, А. Маслоу, К. Роджерс); концептуальні засади та практичний інструментарій іміджелогії (П. Берд, Л. Браун, Ф. Джефкинс і ін.); сутність професійного іміджу фахівця та особливості його ефективної самопрезентації (І. Альохіна, В. Бебик, М. Вудкок і ін.); формування педагогічного іміджу та «професійного образу Я» майбутнього педагога (І. Зязюн, В. Сухомлинський та ін.). Поняття «імідж» визначено в роботах Р. Арнхейма, В. Ліпмана, Е. Фромма, В. Франкла та ін. Ряд вчених (В. Л. Бенін, Л. Б.Соколова) включають імідж в показники культури педагогічної діяльності; О. В Абдулліна., Н. В. Кузьміна, І. Е Щуркова. в професійні якості викладача.

Соціокультурне середовище як простір формування іміджу охарактеризовано в роботах С. С Аверинцева., М. М.Бахтіна, В. С.Библера, Л. І. Новікової та ін. Процес формування індивідуальності педагога досліджували С. А Гильманова., А. В. Петровський Орієнтація молоді на цінності культури вивчена А. В. Кирьяковою та ін.

Особистісно-орієнтований підхід в рамках культурологічного розкритий Е. В. Бондаревскою, І.З Якиманскою. Шляхи підвищення ефективності педагогічного спілкування вивчені А.А. Бондалевим, Т. Г.Григор'євою, А. Н. Леонтьєвим та ін. Однак нині ідея формування професіонального іміджу як цінності і умови становлення культури педагогічної діяльності майбутнього педагога ще не вивчалася в педагогічній науці.

Цінність педагогічного сенсу професіонального іміджу зміщена в бік зовнішніх атрибутів: мови, манери триматися, одягу, зачіски, макіяжу, аксесуарів, а особистісний, ціннісний зміст індивідуального іміджу в сучасній філософії освіти практично не розглядається. В умовах пріоритету внутрішньої культури людини, високого професіоналізму назріла необхідність пошуку шляхів усунення протиріч між:

- об'єктивною потребою суспільства у вчителі з індивідуальним професійним іміджем;

- недостатнім рівнем його сформованості у випускників педагогічних навчальних закладів;

- потребою практики в науково-методичному забезпеченні процесу формування професіонального іміджу викладача і слабкою розробленістю цієї проблеми в педагогічній науці.

Дані протиріччя дозволили виділити проблему дослідження, пошук, виявлення та обгрунтування змісту професіонального іміджу майбутнього викладача як взаємозв'язку зовнішньої та внутрішньої культури. Виявлені протиріччя і проблема зумовили вибір теми дослідження: «Формування професійного іміджу викладача».

**Мета дослідження**: теоретично обґрунтувати та експериментально перевіритиметодику формування професіонального іміджу майбутнього викладача.

**Предмет дослідження**:процес формування професійного іміджу майбутнього викладача.

**Об’єкт дослідження**: професійний імідж майбутнього викладача.

**Завдання дослідження**:

1. Узагальнити змістову характеристику понять«Імiдж» та «Професійний імідж» викладача.
2. Дослідити структуру професійного іміджу викладача.
3. Визначити педагогічні умови професійного іміджу викладача.
4. Проаналізувати стан сформованості професійного іміджу сучасного викладача.
5. Розробити та експерементально превірити методику формування професійного іміджу викладача.

**РОЗДІЛ 1**

**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ВИКЛАДАЧА**

1.1. Професійний імідж сучасного викладача: сутність та особливості формування

У сучасних умовах розвитку суспільства є характерні для економіки ринкового типу тенденції, облік яких необхідний у роботі школи нашої країни.

Перша тенденція - розшарування різних соціальних верств всуспільстві, що призводить до диференціації навчання в загальноосвітніх школах. Тобто сучасні школи різнотипні, багатофункціональні і вільні у визначенні пріоритетних напрямків навчального та виховного процесів.

Друга - виникнення приватних шкіл і індивідуальних вчителів, що створює певну конкуренцію в сфері надання шкільних послуг.

Аналіз психолого-педагогічних джерел, присвячених дослідженню позначених проблем, показує, що, незважаючи на вагомі результати наукових досліджень в цих напрямках, поза увагою дослідників залишаються важливі аспекти формування іміджу сучасного викладача. Зауважимо, що ця проблема набуває особливої актуальності для класичних університетів, оскільки в них професійна теоретична і практична підготовка фахівців в області певної науки превалює над професійно-педагогічною.

Процес формування особистості сучасного викладача, його професійне становлення, успішність у педагогічній роботі залежать від багатьох громадських і культурних чинників, а також від власної активної діяльності. Молода людина, яка вступила до вищого навчального закладу, має індивідуальні особливості, сформовані під впливом сім'ї, школи, життєвих умов тощо. Вони проявляються в системі його цінностей, переконань, інтересів, позицій, норм поведінки, у ставленні до себе, світу, обраної спеціальності.

Імідж стоїть в одному ряду з такими поняттями, як репутація, рейтинг, престиж, популярність, авторитет та ін.

Для педагогіки, і зокрема професійної, в дослідженні іміджу важливі такі аспекти: визначення педагогічних умов, що забезпечують ефективність цього процесу; визначення критеріїв і рівнів дослідження даного феномена; а також виділення рекомендацій викладачам щодо формування і розвитку власного професійного іміджу.

Імідж будь-якого об'єкта - це образ, який може мати емоційний або раціональний характер, виникати в психіці людей - у сфері їх підсвідомості або свідомості, в результаті сприйняття тих чи інших характеристик об'єкта, або непрямого, опосередкованого на основі сприйняття вже оціненого кимось образу через оцінку цього образу, сформованого в психіці інших людей.

Тому можна вважати, що імідж - це думка про людину у групи людей в результаті сформованого в психіці цих людей образу цієї людини, який виник внаслідок їх контакту з ним або шляхом отримання про нього певної інформації від інших людей.

У педагогіці поняття «імідж» отримало своє заслужене визнання.

Імідж вчителя - пофарбований експресивно стереотип педагога в поданні учнів, своїх колег, соціального оточення[12].

Соціально-психологічне визначення іміджу викладача передбачає враховувати його двоїсту природу - психологічну і соціальну. Імідж є одночасно і способом для самого суб'єкта, тому що формування іміджу здійснюється відповідно усвідомленим або неусвідомленим уявленням суб'єкта про характеристику тієї групи, для якої створюється імідж.

Все це спонукало до появи нової галузі іміджології - педагогічної іміджології. Формування пофарбованого стереотипу образу педагога сьогодні стає завданням сучасного викладача. Адже, при формуванні іміджу викладача його якості, риси органічно переплітаються з тими властивостями, які притаманні педагогу.

Проаналізувавши дослідження Е.А. Петрової, можна сказати, що, імідж хорошого викладача в сприйнятті здобувачів освіти і батьків чітко пов'язаний з такими універсальними якостями, як миролюбний, веселий, тактовний, відвертий, активний, щедрий, впевнений, організований, працьовитий, розумний і приємний [8]. Ці якості, які складають образ стереотипу ідеального викладача , можна розглядати як якусь систему вимог, що пред'являються здобувачами освіти і батьками до іміджу викладача. Але ніхто, звичайно, не закликає викладача некритично слідувати цим вимогам. Вимоги повинні бути разом з конкретним та індивідуальним складом педагога.

На сьогоднішній день, сучасний образ викладача повинен визначатися не тільки перерахованим вище набором якостей, але і новим комунікативним іміджем педагога, який склався в сучасному суспільстві нашої держави та об'єднує ділові якості, освіту, виховання, такт, вид, вигляд, мистецтво говорити, дії і вчинки, тембр голосу, мистецтво слухати, вміння спілкуватися, образ мислення.

Треба пам'ятати, що і в одязі і в манері поведінки людини завжди присутні елементи, що дозволяють судити про статус людини. У наш час основу зовнішнього враження формує початковий і нерідко стійкий стереотип сприйняття педагога.

Що ж стосується місця поняття «імідж» в науковій літературі, то «Імідж» в наукову літературу ввели З. Фрейд і К. Болдуінг. З. Фрейд популяризував це поняття, вивівши його зі сфери наукової психології, так як видавав журнал з однойменною назвою. Однак широке застосування термін не набув. У ділову сферу термін «імідж» ввів в 60-і роки ХХ століття американський економіст К. Болдуінг.

На пострадянському просторі це поняття стало широко використовуватися в 90-і роки ХХ століття, коли з'явився попит на професійне формування іміджу державних діячів, акторів, спортсменів [2, с. 4,5].

Слово «імідж» перекладається як «зображення, подоба, уявний образ, уявлення, символ»[18]. Даний переклад відображає одне із значень терміна, а саме: «імідж» як зовні спостережуваний образ.

Проте, в наш час, цей термін частіше використовують у значенні: образ - уявлення - репутація; що підтверджується аналізом літератури [17, с. 12-13]. Довідкові видання дають пояснення поняттю «імідж» як «цілеспрямовано сформований образ» [4, с. 229]; як «сформований у масовій свідомості і має характер стереотипу емоційно забарвлений образ» [5, с. 134]; як «набір певних якостей, які люди асоціюють з певною індивідуальністю» [6, с. 56-57]; як «уявне представлення чогось, раніше відомого ... конкретного або абстрактного, сильно нагадує ... в поданні про інше» [7, ​​с. 771].

А. Ю. Панасюк розуміє під іміджем образ людини, який виникає у інших людей [2, с. 9]. Згідно Е. А. Петрової [1], імідж «функціонує як образ-уявлення, в якому поєднуються зовнішні і внутрішні характеристики об'єкта, його соціальні ролі і функції, взаємодія в семантичному полі культури з іншими категоріями свідомості, включеність в менталітет» [1, с. 27]. І. Нефедова та Е. Власова характеризують іміджу як «прояв внутрішніх відчуттів і власних уявлень про себе з урахуванням стереотипів сприйняття оточуючих людей» [9, с. 13]. Г. В. Бороздіна розглядає імідж як стратегічну модель поведінки людини в конкретній ситуації з метою досягнення певної мети. Використання таких моделей пов'язане з проблемами, що виникають в спілкуванні.

В. М. Маркіна вважає, що основним в іміджі є можливість передати через певні імідж-сигнали інформацію про себе, про свої справжні, глибинних (професійних і особистісних) підвалинах, планах, ідеалах, діяннях. В економічній і політичній літературі поняття імідж часто визначається як «репутація», «узагальнений портрет особистості або організації». Дослідники даних галузей знань часто підкреслюють емоційно-вольову складову цього поняття. Наприклад, економіст К. Болдінг вважав імідж структурою, яка моделює поведінку людини.

За результатами аналізу досліджень щодо даної проблематики, можна сказати, що не дивлячись на дослідження феномену іміджу різними галузями наукового знання, точного визначення цього поняття поки не знайдено.

Імідж - поняття різнобічне. З одного боку, це результат життєдіяльності людини, з іншого імідж можна розглядати як засіб управління життєвої перспективою.

Імідж - явище цілісне, що включає в себе і зовнішній, і внутрішній (професійні, особистісні та моральні якості) образ [10, с. 37-38]. Відповідно до проведеного порівнянні О.А. Бухаркової поняття «імідж» і «образ», незважаючи на згадану схожість, відрізняються один від одного [11, с. 42]. Спеціально спроектований і цілеспрямовано впроваджується образ предмета або явища.

Основна мета створення і підтримки іміджу - формування сприятливого ставлення до предмета чи явища. Уявлення про предмет або явище виникає довільно у групи людей або індивіда. Сформований образ може бути і позитивним, і негативним.

Завдання іміджа- створювати певну реакцію оточення. На утримання іміджу впливає стать, вік, рівень освіти і виховання, професія і посада, територіальне розташування організації, установи (місто, село, філія за кордоном), культури підприємства і багатьох інших факторів [10, с. 37-38].

Можна виділити ряд характеристик іміджу:

- імідж не буває ізольованим, він завжди включений в своєрідний набір іміджів, що дозволяє реалізовувати його функції, особливо функцію психологічного захисту. Число іміджів залежить від статі (жінки мають більшу різноманітність типів іміджів), віку (найбільше число іміджів у людини спостерігається у віці соціалізації), рівня світогляду особистості і потребою її в особистісної самореалізації;

- імідж має тенденцію втрати адаптивності (так званий «знос іміджу»), якщо не контролюється його ефективності і не прикладаються зусилля до коректування;

- відбір реальних іміджів здійснюється за такими критеріями, як самовідчуття; визнання іміджу прийнятним групою; за фактом досягнення за допомогою даного іміджу намічених цілей;

- багаторівнева система іміджів автономна в рамках окремої групи, висловлюючи при цьому різні сторони міжособистісного спілкування та групових норм;

- для формування іміджу необхідний не тільки індивідуальний соціальний досвід, але вроджені психологічні особливості, спрямовані на копіювання зразків, заперечення невдалих стереотипних виборів і перехід до творчості. Психологічними механізмами формування іміджу є воля і перехід від сприйняття до волі.

Виходячи з вищенаведеного можна зробити висновок, що, з одного боку імідж згодом може змінюватися, з іншого, в даній конкретній ситуації це досить стабільна стереотипна соціальна установка, орієнтована на інтереси не тільки самої особистості, але його оточення (наприклад, імідж керівника хімічного підприємства відрізняється від керівника творчої художньої майстерні).

Отже, імідж як психологічний продукт є ціннісним стереотипом, соціальної установкою і ідеалом. Імідж виконує певні функції, які можна розділити на дві групи: ціннісні і технологічні [2, с. 36-37]. До ціннісних функцій іміджу відносяться:особистісні-позитивно впливають на індивіда, дозволяють підкреслити індивідуальну непересічність і кращі душевні характеристики особистості.

Суб'єктивне призначення ціннісних функцій іміджу передбачає створення особистого образу, який мав би приваблювати до себе людей і полегшував спілкування з ними. Психотерапевтична. Позитивний імідж дозволяє людині легше і продуктивно спілкуватися з людьми і з меншими психофізичними зусиллями добиватися життєвого успіху.

Об'єктивне призначення ціннісних функцій іміджу. Чарівність не завжди дається людині від природи, проте, воно необхідне для створення позитивного іміджу. У цьому випадку важливо володіння технологією самопрезентації, тобто умінням розташувати до себе, привернути увагу, актуалізуючи інтерес людей до якихось своїм зовнішнім якостям. До технологічних відносять такі функції [2, с. 37]: соціальна адаптація. Правильно сформований імідж дозволяє швидко розташувати до себе людей, стати «своїм» у певному соціальному середовищі, і тим самим домогтися найбільш продуктивної взаємодії. Виявлення кращих особистісно-ділових характеристик має на увазі під собою, що правильно сформований імідж підкреслює найбільш привабливі особисті і ділові якості, звертаючи увагу оточення на професіоналізм і викликаючи при цьому довіру і симпатію у людей. Концентрація уваги людей на себе. Активність, неординарність і позитивний настрій, завжди орієнтують оточуючих на продовження спілкування і співпраці з такою людиною. Згладжування або приховування негативних особистісних даних. Наприклад, недоліки зовнішності шляхом підбору одягу, зачіски, макіяжу, вміння триматися в суспільстві можна значно згладити, або навіть перетворити в достоїнства.

Розширення вікового діапазону спілкування. Особистість не повинна замикатися в своєму віковому іміджі. Розширити коло контактів і успішно займатися професійною діяльністю в різновікових соціумах допоможе використання сучасних засобів спілкування, дотримання тенденцій моди [2, с. 39]. Що ж можна сказати про імідж педагога?

У нашій сучасності застосування даного терміна по-різному: в соціології, культурології, психології.

Імідж не є результатом сучасності. Він має свою історію розвитку.

Те, що педагог професія особлива, доведено і перевірено неодноразово, і не залишає ніяких сумнівів. Але при аналізі наукових праць присвячених вивченню іміджу постає питання чи є відмінність між педагогічним іміджем та професійним іміджем.

Різні теоретичні підходи розглядають різні грані феномена суб'єкта, але стосовно до цілей нашого дослідження можна зробити висновок, що суб'єкт як філософська категорія розкриває певну якість активності людини, її здатність до самовизначення і саморозвитку, здатність добудовувати субстанцію, творити, розвивати і реалізовувати її нові можливості. Увага до іміджу актуалізувалася в останні роки у зв'язку із загостреною проблемою вибору, що встала перед людьми (вибору товарів і послуг, політичних партій і громадських організацій, лідерів і керівників), і конкуренції на різноманітних ринках - споживчому, політичному та інших. Щоб продати товар, послугу, залучити на свій бік виборця, щоб успішно конкурувати на ринку, фірма, громадська організація, університет або банк повинні створити собі відповідний імідж. Доцільний, адекватний імідж абсолютно необхідний для будь-якого виду соціальної діяльності, що підтверджує багаторічна практика.

Імідж знаходиться в ряду таких понять, як рейтинг, репутація, популярність, престиж, авторитет та ін. В соціології, і, перш за все, соціології управління імідж може розглядатися в контексті теорії соціальних статусів і ролей, концепції соціальної дії і взаємодії, теорії конфлікту.

Нами було виділено, що якщо в рамках практичної психології, іміджолології та інших прикладних дисциплін переважна увага приділяється проблемам соціальної перцепції, атракції, атрибуції, самомоніторингу, управління шляхом добутку враження для створення зовні привабливого образу об'єкта і розробляються відповідні методи та інструментарій (позиціонування, вербалізація, деталізація, візуалізація і т. д.), то соціологію цікавить імідж з дещо інших позицій. Для соціології, і, перш за все, соціології управління важливо, як імідж організації, соціальної чи професійної групи, а також імідж їх програм, цілей, планів, намірів впливає на якість виконання організаціями, колективами, цільовими групами своїх функцій, наскільки імідж впливає на статус того чи іншого соціального об'єкта, які соціальні механізми, які можна задіяти, щоб створити адекватний (не обов'язково позитивний) імідж.

Таким чином, аналіз наявних визначень показує, що в зарубіжній фаховій літературі, присвяченій проблемам дослідження іміджу, термін «імідж» вживається у значенні, яке можна було б сформулювати наступним чином: відображення в психіці людини у вигляді образу тих чи інших характеристик об'єкта або явища, а це означає, що термін «image» професіоналами інтерпретується як образ, що розуміється сукупністю не лише матеріальних видимих характеристик об'єкта, але й невидимих ідеальних його характеристик.

Резюмуючи сказане, підкреслимо, імідж будь-якого об'єкта - це нестереотипний образ, який може мати стереотипну оцінку (а може і не мати її), образ, який може мати раціональний або емоційний характер, що виник у психіці людини - в сфері його свідомості чи підсвідомості внаслідок прямого сприйняття тих чи інших характеристик даного об'єкта, або непрямого на основі сприйняття вже оціненого кимось образу на основі оцінки сприйняття цього образу, сформованого в психіці інших людей.

Ми дійшли до висновку, що, для того, щоб утворився імідж, мало сприймати ті чи інші характеристики об'єкта (людини, предмета, системи) і сформувати у своїй психіці образ цього об'єкта, ще необхідно, щоб до цього образу, а точніше до прототипу цього образу, виникли певне ставлення і певна оцінка цього образу і певна думка про прототип цього образу. Тому виходить, що імідж - це не стільки образ, скільки ставлення до образу і думка про цей образ.

Далі, якщо імідж - це саме такий образ, до якого у людини, сприйняла характеристики прототипу образу, є певне емоційне чи раціональне ставлення, то можна вважати іміджем образ самого себе?

Науковцями доведено, що образ самого себе без презентації цього образу в психіку іншої людини (без сприйняття характеристик цього об'єкта, без виникнення образу в психіку іншої людини) не може вважатися іміджем. Це в свою чергу означає, що іміджем людини можна назвати тільки той оціночний образ цієї людини, який виник у іншої людини, а не у самого себе.

Отже, імідж об'єкта виникає: коли людина, що входить у певну соціальну групу людей (в нашому випадку вчитель, який є членом педагогічного колективу школи), сприймає зовнішні або внутрішні характеристики якогось об'єкта, іншої людини, предмета чи явища, внаслідок такого сприйняття в психіці людини виникає образ цього об'єкта, цей об'єкт мимоволі співвідноситься людиною з власною системою цінностей, у результаті чого у людини виникає ставлення до цього об'єкту у вигляді думки.

Тому імідж людини - це думка про нього у групи людей в результаті сформованого в їхній психіці образу цієї людини, що виник внаслідок прямого контакту з ним або внаслідок отриманого про нього інформації від інших людей. По суті, імідж людини - це як він виглядає в очах інших людей, або як про нього думку інших людей.

Імідж являє собою найбільш ефективну подачу повідомлення, яка в змозі обійти наявні в кожній людині різноманітні фільтри. Звідси і виникає ідея іміджу, як публічного або зовнішнього людини, яке досить часто може відрізнятися від його внутрішнього Я. Образ - це портрет, який демонструється навколишньому світу. Образ повинен працювати на людину, а не проти неї. З усього набору наших характеристик ми повинні відбирати ті, які, безсумнівно, будуть позитивно оцінені оточуючими.

Особистісний імідж розглядається нами як поєднання низки внутрішніх і зовнішніх факторів, що задають його складові - самоімідж, сприйманий імідж і необхідний імідж. Така типологія відображає погляд на імідж з різних позицій - з боку свого Я і з боку інших, з боку реалій і зі сторони бажань.

Самоімідж випливає з минулого досвіду і відображає нинішній стан самоповаги. Якщо ми хочемо, щоб нас поважали, ми повинні спочатку поважати самі себе. Власне, вся психотерапія часто працює на цьому рівні відновлення довіри до самого себе, який аспект своєї особистості треба любити і плекати, а не витоптувати.

Сприйманий імідж - це те, як бачать нас інші. Природно, що ця точка зору може відрізнятися від попередньої. Ми часто не знаємо, як реально до нас відносяться, як реально про нас відгукуються.

Необхідний імідж пов'язаний з конкретними професіями, які визначають їх певні іміджеві характеристики. У ряді випадків цьому допомагає тип одягу і форма одягу.

Професійна діяльність по створенню іміджу виступає компонентом будь-якої професійної діяльності, пов'язаної з інтерсуб’єктною взаємодією (в професіях типу «людина-людина», «людина-колектив», «людина - великі соціальні групи»), сприяючи підвищенню продуктивності основної професійної діяльності суб'єкта і поліпшенню її акмеологічних характеристик.

Під професійною діяльністю по створенню іміджу нами розуміється така іміджостворююча діяльність, яка прагне до свого оптимального рівня, що дозволяє її суб'єкту досягти свого Я як індивіда, особистості і суб'єкта професійної діяльності.

Ступінь оволодіння професійною діяльністю по створенню іміджу обумовлює ступінь професіоналізації суб'єкта у сфері основної професійної діяльності.

З іншого боку, професійна діяльність по створенню іміджу може виступати як різновид самостійної професійної діяльності.

Зазвичай під психологічними умовами продуктивної професійної діяльності розуміють значимі обставини досягнення професіоналізму, а під психологічними факторами - основні причини і рушійні сили розвитку професіоналізму.

Під умовами продуктивного іміджу (або ж продуктивної діяльності по створенню іміджу) ми будемо розуміти характеристики зовнішнього середовища цієї діяльності, самої цієї діяльності, а також суб'єкта цієї діяльності, не пов'язані безпосередньо з активністю суб'єкта щодо здійснення цієї діяльності. Під чинниками ж продуктивного іміджу ми будемо розуміти характеристики суб'єкта цієї діяльності, що виявляються в процесі його активності, що проявляється в ході здійснення даної діяльності.

В якості суб'єктивних психологічних умов професійної діяльності у науковій літературі виділяють задатки, загальні й спеціальні здібності, виховання, професійна освіта, позначаючи їх як початкові умови професійної діяльності.

До об'єктивних умов професійної діяльності відносять суспільно-історичний запит на даний вид діяльності, престижність майстерності даного виду, взаємозв'язок майстерності і рівня життя представників даної професії, наявність системи моральних і матеріальних стимулів для підвищення рівня професіоналізму.

У педагогіці, а також у ряді інших наук, «імідж» отримав своє заслужене визнання. Поява вчителя в ореолі людини, що створює свій власний імідж, дозволив говорити про появу нової галузі іміджології - педагогічної іміджології. У загальновизнаному і нашому уявленні, імідж вчителя - експресивно забарвлений стереотип відчуття образу педагога в представленні колективу учнів, колег, соціального оточення, в масовій свідомості. При формуванні іміджу викладача, існуючі якості органічно переплітаються з тими властивостями, які приписуються оточуючими людьми.

Тим не менш, педагогічна іміджологія - принципово нова наука, модна і працює на аудиторію. Педагогічна іміджологія дозволяє інакше поглянути на викладання у вищих навчальних закладах і на самого педагога.

Іншими словами, в рамках педагогічної іміджології імідж викладача розглядається як продукт особливої діяльності щодо створення або перетворення іміджу, як результат програми цілеспрямованих професійних зусиль. Цим, зокрема, пояснюється те, чому визначення і положення іміджології не слід некритично переносити на область соціальної психології іміджу, мета якої - теоретичне відображення іміджу як об'єктивного соціально-психологічного явища, пізнання тих об'єктивних соціально-психологічних закономірностей, які лежать в основі його виникнення і функціонування та які в тій чи іншій мірі, відповідного ступеня їх усвідомлення, можуть бути використані в практичній іміджеології.

Соціально-психологічне визначення іміджу повинно враховувати його двоїсту природу - соціальну і психологічну. Будучи образом суб'єкта для соціальної групи, імідж у певному сенсі є в той же самий час і спосіб даної групи для даного суб'єкта, так як побудова іміджу відбувається згідно з усвідомленими або неусвідомленими уявленнями суб'єкта про характеристики групи, для якої будується імідж. Імідж не можна розглядати лише як феномен психічного життя індивіда, але в той же час неправильно описувати його і як виключно прояв зовнішніх по відношенню до індивіда факторів, у тому числі і впливу групи. Він є проявом роботи психіки за погодженням її власних імпульсів з індивідуальним і груповим досвідом.

З урахуванням усього сказаного, ми можемо запропонувати наше наступне соціально-психологічне визначення(тому що імідж є образом соціального суб’єкта) іміджу вчителя: імідж - це символічний образ суб'єкта, створюваний у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії педагога з учасниками цілісного педагогічного процесу.

**1.2. Поняття та структура професійного іміджу викладача**

В даний час широко поставлена ​​проблема формування образу викладача, вона пов'язана з формуванням іміджу не тільки конкретного викладача, а й іміджу професії викладача взагалі. Також в сучасних закладах освіти склалася система статусної градації, яка викликана більш-менш вдалою роботою з іміджем навчального закладу.

Важливо сказати про те, що ставлення до іміджу у самих педагогів різне. Старше покоління вчителів ставиться до нього негативно: його розуміють як «маску», переконані в пріоритеті внутрішнього змісту над зовнішнім і вважають, що головне «бути, а не здаватися». Усілякі розмови про імідж вчителя сприймають насторожено, як заклик бути нещирим, як згадує Д. Журавльов.

А.А. Калюжний дає наступний визначення поняттю іміджвчителя: «Імідж педагога - цей емоційно забарвлений стереотипсприйняття образу вчителя в свідомості вихованців, колег, соціального оточення, в масовій свідомості. При формуванні іміджу вчителя реальні якості тісно переплітаються з тими, які приписуються йому оточуючими ».

У вузькому сенсі, імідж педагога - це образ одного вчителя, в свідомості якого відбувається вибір певної манери поведінки, вираженою в індивідуальному стилі діяльності, (в одних випадках усвідомлений, а в інших носить випадковий характер); який знаходить конкретний зовнішній прояв через фізичний вигляд педагога, його мова, виразність його рухів, міміки в сукупності з його естетичним оформленням (одягом, зачіскою, макіяжем і іншими атрибутами зовнішності); а також через предметно-просторове середовище, в якій здійснюється професійна діяльність нашого вчителя.

В образі конкретного викладача з'єднуються індивідуальний, професійний і віковий іміджі.Навколишні виносять судження як про особистісні, вікові, статеві, так і про суто професійні якості викладача. Імідж викладача містить такі компоненти, як індивідуальні та особистісні якості, комунікативні особливості професійної діяльності та поведінки.

Спираючись на наявні визначення іміджу викладача, можна виділити його складові. Найбільш значимі з них: зовнішній вигляд, використання вербальних і невербальних засобів спілкування, внутрішня відповідність образу професії - внутрішнє «Я».

Як пише А. А. Бодальов: «Перше враження учня про вчителя є найважливішою стороною взаємодії в навчальній діяльності». Зовнішній вигляд викладача служить його учням прикладом для наслідування.

Зовнішній вигляд допомагає людині привернути до себе увагу, створити позитивний настрій на себе, здатися не тільки симпатичною людиною, але і прекрасним вчителем. Викладач всім своїм зовнішнім виглядом повинен викликати прихильність до себе учнів і дорослих. У манері одягатися проявляється одна з головних правил: красиво виглядати - значить проявляти повагу до оточуючих людей. Це означає, що вимоги, що пред'являються до зовнішнього вигляду людини, допомагають педагогу поліпшити свій професійний імідж, - пише Н. В. Татаринова.

Так, за експериментальними даними психологів зовні привабливі люди легше отримують симпатії навколишніх.Як пише Л.Попова, основним стилем вчителя є класика.

Цей стиль символізує такі якості: впевненість в собі і самовладання, рішучість і психологічна гнучкість, а також авторитет. Ці якості є професійно необхідними. Класичний стиль - це стиль, схвалений часом, але з включенням модних елементів. Важливо, що одяг класичного стилю має чіткі, а часом і строгі форми, але не залишаються без уваги модні пропорції і нюанси покрою, використовуються тканини нових фактур і актуальних колірних відтінків.

Професійна діяльність, на думку Л. Попової, розкривається через процесуальну складову іміджу, яка конкретизується такими формами спілкування, як професіоналізм, пластичність, виразність і т.д. Емоційно багатий викладач, повинен володіти прийомами вербального і невербального прояву почуттів і цілеспрямовано їх застосовувати, він здатний оживити заняття, зробити його експресивним, наблизити до природного спілкування.

Внутрішня відповідність образу професії - це одна зі складових професійного педагогічного іміджу. Тут мається на увазі внутрішнє прийняття педагогом цінностей, вироблення особистісних якостей, відповідних професії викладача. Цьому сприятимуть:

1) достатня самооцінка, впевненість в собі;

2) соціальна і особиста відповідальність;

3) бажання змінюватися і постійно самовдосконалюватися.

Внутрішня складова - це внутрішній світ людини, уявлення про його духовному та інтелектуальному розвитку, інтереси, цінності, його особистість в цілому. Професійно значущими вважаються три групи якостей особистості педагога:

1) якості, які дозволяють розуміти внутрішній світ учнів, співпереживати йому;

2) якості, які забезпечують володіння собою;

3) якості, що сприяють активному впливу на учня.

Чи не малий вплив на імідж педагога робить середовище, яку він створює для взаємодії з учнями - це кабінет викладача-предметника. Простір несе у собі потужний психологічний вплив на учнів.

Так, на основі вищенаведеного можна виділити, що вербальні та невербальні засоби спілкування є важливими складовими професійного іміджу.

Ще однією важливою складовою професійного іміджу викладача є педагогічний артистизм. Викладач повинен володіти мистецтвом викликати особливі позитивні почуття у людей, створювати емоційно забарвлений публічний образ.

Педагогічний артистизм, на думку А. Б. Вескера, є складним сплавом духовних і фізичних якостей, які допомагають знайти контакт з учнями, а потім діяти, враховуючи всі обставини даного уроку. Артистичний педагог своєю особистістю одухотворяє зміст і організацію навчально-виховного процесу. Артистизм - це професійна культура педагога, безпосередність і свобода, подібний шлях постановки і рішення проблем, асоціативне бачення, несподівані яскраві ходи в сценарії уроку, внутрішня «настройка» на творчість, самовладання в умовах публічності, ігрова подача матеріалу, передача свого емоційного ставлення до діяльності , вміння самопрезентації, виведення учнів на ігровий рівень, вміла режисура уроку.

Так, педагог, створюючи свій образ, вдосконалюється. Важливо при цьому, щоб імідж не розходився з внутрішніми установками вчителя, відповідав його характеру і поглядів. Цілеспрямоване формування професійного іміджу повинно бути поетапним і продуманим. При цьому важливо визначити, які чинники впливають на формування особистого іміджу.

Не можна не відзначити актуальний погляд на педагогічний імідж, іміджеологію Калюжного А.А. який згадував про те, що приймаючи рішення в умовах дефіциту інформації, а в ряді випадків через відсутність часу, а то і просто небажання думати, ми замінюємо побудову складного і поглибленого портрета людини його іміджем - знаковим замінником, що відображає його основні риси. Опора на власний імідж потрібна сьогодні в кожній професії. Ми йдемо на прийом до того лікаря, у якого є слава цілителя. Ми обираємо саме того політика, від якого чекаємо поліпшень в житті. Слід підкреслити, що іміджеологія в даному випадку переходить в розряд дисциплін на стику науки і мистецтва.

Перш ніж говорити про імідж вчителя і особливості його формування, необхідно розглянути його сутність, природу і технологію побудови, а також інструментарій іміджелогії та особливості використання в педагогічній діяльності. Також Калюжний А.А. дає відповідь на питання хто ж створює імідж? По-перше, сама людина, який продумує, який гранню повернутися до оточуючих, які відомості про себе уявити. По-друге, іміджмейкери - професіонали, які займаються створенням іміджу для таких відомих осіб, як політиків, державних діячів, артистів . По-третє, велику роль в створенні іміджу відіграють засоби масової інформації - преса, радіо, телебачення. По-четверте, його створюють і навколишні люди - друзі, рідні, співробітники. Спираючись на наявні визначення іміджу, виділимо його основні складові. Найбільш значущими з них є: зовнішній вигляд; використання вербальних і невербальних засобів спілкування; внутрішнє відповідність образу професії - внутрішнє «Я». Зовнішній вигляд допомагає людині привернути до себе увагу, створити позитивний образ, показати себе не тільки симпатичною людиною, але і прекрасним вчителем. Педагог всім своїм зовнішнім виглядом повинен викликати прихильність до себе учнів і дорослих. У ньому повинні гармонійно поєднуватися багатий внутрішній світ, любов до дітей і турбота про них. Слід завжди пам'ятати, що діти вчаться у дорослих людей і, перш за все, у улюбленого вчителя правильно одягатися. У манері одягатися проявляється одна з головних правил: красиво виглядати - значить 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 ультрамодного одягу. Розумно поєднуючи тенденції моди зі своїм зовнішнім виглядом, слід дотримуватися таке правило: бути одягненим занадто модно - ознака поганого смаку, відставати ж від моди неприпустимо, тобто треба одягатися по моді, але ближче до класичного стилю. Справжній вчитель не стане підкреслювати одягом свою зовнішність, він буде демонструвати свій розум, професійні навички та здібності.Вербальні та невербальні засоби спілкування є важливими складовими іміджу - що і як ми говоримо, чи вміємо словом налаштувати людини на себе, які жести, міміку і пози ми використовуємо, як ми сидимо, стоїмо і ходимо. Для поліпшення свого професіоналізму вчителю необхідно звернути увагу і на вміння уявити себе оточуючим в найбільш вигідному світлі. Доведено, що 35% інформації людина отримує при словесному (вербальному) спілкуванні і 65% - при невербальному. Внутрішнє відповідність образу професії - внутрішнє «Я» вважається провідною зі складових педагогічного іміджу, оскільки вміння подобатися і викликати прихильність до себе інших людей є необхідною якістю в професійному спілкуванні. Не менш важливо, щоб імідж не розходився з внутрішніми установками вчителя, відповідав його характеру і поглядів. Створюючи свій образ, ми тим самим і самовоспітиваемся. Діяльність є межею переходу особистісного внутрішнього у зовнішнє - продуктивне. Найчастіше - це несхожість, зовнішнє самооформлення, експресія, вміння подати свою неповторну особистість, робити її оригінальною в кожнiй складовiй педагогічного процесу (від мети і завдань до відбору змісту, засобів, методів і прийомів їх подачі), а також в стилі спілкування, в емоційної реакції на поведінку школярів, в імпровізації на уроках. Внутрішній образ - це культура вчителя, безпосередність і свобода, чарівність, емоційність, гра уяви, витонченість, шлях постановки і рішення проблем, асоціативне бачення, несподівані яскраві ходи в сценарії уроку, внутрішній настрій на творчість, самообладання в умовах публічності та багато інших складових. Зовнішній образ - це особливі форми вираження ставлення до матеріалу, передача емоційного ставлення до дійсності, вміння самопрезентації, виведення учнів на ігровий рівень, вміла постановка всього ходу уроку. У психології під чином розуміється суб'єктивна картина світу чи його фрагментів, включаючи самого суб'єкта, інших людей, просторове оточення і тимчасову послідовність подій. Узагальнюючи сказане, зазначимо, що образ є і служить основною сполучною ланкою у визначенні місця загальної та педагогічної іміджелогії в психології.

Також необхідно сказати, що Л.К. Аверченко виділяє три можливі підходи до іміджу, які є підставою для класифікацій іміджу:

1. Функціональний, коли іміджі класифікують за їх функціонуванню;

2. Порівняльний, коли проводять порівняння близьких іміджів;

3. Контекстуальний, коли іміджі поділяють в залежності від контексту.

Отже, професійний імідж педагога, представлений як сукупність зовнішніх і внутрішніх, особистісних і професійних якостей, є здатністю до суб'єкт-суб'єктного спілкування з учасниками освітнього процесу.

В очах студентської аудиторії імідж педагога залежить від сприйняття специфічних деталей його образу в певних ситуаціях.

Формування професійного іміджу педагога досить складна процедура. Розглянемо типологію іміджу.

Сучасна наука виділяє кілька можливих варіантів іміджу, які притаманні функціональному підходу: дзеркальний, поточний, бажаний, корпоративний і множинний.

1.Зеркальний. Це імідж, властивий нашому уявленню про себе. Ми ніби дивимось в дзеркало і міркуємо, які ж ми. Зазвичай цей варіант іміджу виявляється більш привабливим, бо психологічно ми завжди висуваємо на перше місце позитив по відношенню до себе, а слабка сторона - мінімальний врахування думки сторонніх.

2.Поточний.Цей варіант іміджу відображає оцінку людини з боку тих людей, які мають про нього інформацію, як безпосередню, отриману при спілкуванні, так і опосередковану, отриману через інші джерела інформації. Слабкою стороною такого варіанту іміджу є, то, що при недостатній або спотвореної інформації про реальних вчинках людини можуть виникнути нерозуміння або упередження по відношенню до особистості, які будуть впливати на формування іміджу.

3.Бажаний.Цей тип іміджу відображає те, до якого образа, ідеалу ми прагнемо.

4.Корпоративний.Це імідж організації в цілому, а не якихось окремих підрозділів або результатів її роботи.

5.Множинний.Це імідж, який утворюється при наявності ряду незалежних структур замість єдиної корпорації. Активно зміцнюється єдиний (а не множинний) імідж.

В.В. Бойко зазначає складність структури іміджу і пропонує розглядати імідж як цілісність, в яку входять наступні компоненти:

1.Аудіо-візуальна культура особистості: наскільки сильна і приємна мова, яка манера триматися, у що і як одягнений чоловік, яка у нього зачіска і т.д. Але нагадаємо, що зовнішній вигляд повинен відповідати очікуванням більшості або певної групи людей.

2.Стиль поведінки, тобто, різні аспекти поведінки особистості: професійний, інтелектуальний, емоційний, комунікативний, етичний, естетичний.

3. Внутрішня філософія, які його моральні принципи.

4.Атрибути, що підкреслюють статус і цілі особистості - меблі в офісі, машина, домашні тварини і т. п.

5.Психологічний «Я-образ»: привабливий психологічний образ партнера, тобто людина ззовні і внутрішньо спокійна, активна, в хорошому настрої, доброзичлива, оптимістична, миролюбна.

За визначеннями В.В.Бойко, ми можемо виділити таку схему структури іміджу:

1.Аудіо-візуальна структура особистості.

2.Стиль поведінки.

3.Внутрішня філософія, система цінностей людини.

4.Атрибути.

5.Психологічний «Я-образ»

Ознакою емоційного здоров'я особистості є те, що її психологічне «Я-образ» змінюється адекватно зовнішнім і внутрішнім впливам і при цьому зберігається в комунікабельних діапазонах.

В.А. Баранова стверджує, що робота над іміджем може включати чотири етапи:

1. Виявлення того, яким є спосіб даної людини на даний момент і наскільки він відповідає уявленням про нього з боку оточуючих. Створює імідж важливо вирішити питання про привабливість / непривабливість образу в цілому: зовнішній вигляд, дії, слова, манера говорити, рухатися, спілкуватися.

Оскільки імідж необхідний відповідати очікуванням оточуючих, то його творцеві потрібно звернути увагу на те, що ядро ​​іміджу утворюють три базові елементи: зовнішня (поведінкова) спрямованість особистості; внутрішня орієнтація особистості; ієрархія тимчасових «Я» особистості.

Зовнішня спрямованість особистості буває трьох типів: на конкретні результати в сфері предметної діяльності; на спілкування; на завойовування авторитету.

Внутрішня орієнтація особистості спирається на домінуючі здібності, за допомогою яких конкретна людина досягає поставлених перед собою цілей: одні люди досягають їх завдяки переважно інтелектуальним здібностям, Інші - емоційним, треті - вольовим.

Ієрархія тимчасових «Я» особистості відображає взаємовідношення образів «Я-минуле», «Я-реальне», «Я-майбутнє». Залежно від домінування того чи іншого образу «Я» у свідомості особистості її поведінка буде направлено із сьогодення в майбутнє або із сьогодення в минуле.

2. Власне створення образу. Тут робота йде в напрямку пошуку «публіки», тобто тієї групи (соціальної, навчальної), якій будуть призначатися імідж, відпрацювання способів залучення уваги і факторів привабливості, вибору прийомів формування іміджу. Досить ефективними виявляються прийоми:

- Багаторазового повторення: добре запам'ятовується те, що часто повторюється;

- Безперервного посилення впливу, тобто нарощування логічних або емоційних аргументів; поступове їх нарощування сприймається більш сприятливо, ніж вибуховий, так як людський сенсорний апарат противиться сплесків інформації.

3. Пошук девізу (гасла), під яким буде проходити створення іміджу. Девіз дає можливість людині утвердитися в цільових орієнтирах і коротко, лаконічно їх сформулювати в плані «гучного мовлення».

4. Створення легенд. Суть її виражається в тому, що в пропонованому способі людина, його несе, виділяючись серед оточуючих, проте залишається одним з них.

**РОЗДІЛ 2**

**ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ СФОРМОВАНОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ВИКЛАДАЧА**

**2.1. Педагогічні умови формування професійного іміджу викладача**

Як відмітили у своїй праці Христова О.Ф. та Приходько І.М., формування особистості викладача залежить від багатьох суспільних та культурних чинників, які пов’язані між собою та від діяльності самої людини. Вони зазначають, що створення іміджу викладача складний процес, в якому значення надається формуванню так званої Я-концепції майбутнього педагога. Христова О.Ф. та Приходько І.М. використовують визначення Я-концепції за Исенко С.[15,с.32], згідно якого під Я-концепцією треба розуміти систему уявлень людини про себе, тобто, яке власне усвідомлення має людина про свої фізичні, інтелектуальні якості, її самооцінку та її сприйняття зовнішніх факторів, що впливають на неї.

Ще раз наголошуємо на тому, що, виходячи з аналізу вивчених педагогічних джерел, імідж у педагогіці розглядається як стереотип сприйняття образу вихователя вихованцями, колегами, батьками та соціальним оточенням. Тобто реальні якості особистості поєднуються із сприйняттям оточуючого середовища і таким чином впливають на формування іміджу педагога. Питання про імідж педагога розкриває якими ж якостями повинен володіти невід’ємний учасник педагогічного процесу-викладач, для самоствердження в суспільстві.

Ми погоджуємося з викладачами Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького Христовою О.Ф. та Приходько І.М., які зазначили, що структура іміджу включає в себе багато компонентів, але найважливіші з них внутрішні (внутрішній зміст, мислення, емоційність, гідність ); зовнішні(вигляд, артистизм); використання вербальних та невербальних засобів спілкування(жести, інтонація, міміка).

Також, треба зазначити, що сукупність певних педагогічних умов сприяє на формування саме професійного іміджу викладача. Як зазначає В.Г Кучерявець.[4],підцими педагогічними умовами мова іде про сукупність початкових передумов, які забезпечують результативність аудиторної то позааудиторної роботи, яка впливає на удосконалення якостей особистості викладача.

Щодо результативності навчально-виховного процесу у вищій школі, то треба відмітити, що вона присутня за таких умов, за яких будо б дозволено кожному студенту виявляти характерну йому від природи активність ,самостійність пізнання та спілкування. Але складність полягає у тому, що організувати навчальний процес необхідно не тільки з урахуванням індивідуальних особливостей кожного студента, але і особливості роботи педагога, також враховувати зміст, методи та форми роботи, що дають можливість залучити студентів до професійних ситуацій, які вимагають індивідуального вкладу для одержання результату. Позитивність роботи залежить від усвідомлення студентом єдності форми і змісту педагогічного впливу та взаємодії, бо розрізненість між формою та змістом призводить до помилок та прорахунків.

Науковцем А.А. Калюжним [1] визначено три групи умов, які необхідно враховувати в процесі професійної підготовки педагогів:

1.Соціальні - середовище ,яке оточує майбутнього педагога, освітня політика, нормативно-правова база, що регулює процес освіти та виховання;

2.Соціально-педагогічні - тип закладу освіти, соціальні вимоги до рівня підготовки викладача, потреби ринку освітніх послуг;

3.Психолого-педагогічні - усвідомлення майбутнім педагогом сутності педагогічного іміджу, усвідомлення потреби у професії.

З психолого-педагогічної точки зору ми можемо виділити такі педагогічні умови, як обставини, від яких буде залежати та відбуватися процес формування позитивного професійного іміджу викладача.До цих умов ми віднесли:

- конкретне визначення завдань мотиваційного, діяльнісного характеру;

- створення позитивної педагогічної атмосфери, спрямованої на формування здорової моральної особистості ;

- організація процесу навчання на базі поліцентричного підходу ;

- врахування потенціалу особистості ;

- сприяння ототожненню особистості з майбутньою професією ;

- створення моделі власного майбутнього ;

- розуміння створення іміджу ;

- розуміння особливостей ролі педагога ;

- намагатися наблизити реальний імідж до ідеального ;

- обізнаність у етикеті та культурі поведінки та етиці спілкування ;

- врахування вимого професії, віку, комплекції при виборі одягу ;

- усвідомлення того, що особистісно-ділові якості, виховання, ерудиція превалюють.

Реалізація таких умов передбачає внесення певних змін у навчально-виховний процес вищого навчального закладу. Тобто, потрібна така педагогічна атмосфера, яка б сприяла формуванню особистості, яка б могла аналізувати свою діяльність, самостійно прийти до своєї життєвої позиції, в основі якої лежить здорова та міцна моральність. Духовність і моральність є невід’ємними впливовими чинниками у формуванні майбутнього педагога.

Засновник визнаної наукової школи д.п.н., професор Е.А. Леванова зазначає, що підготовка майбутнього вчителя об'єднує цінності і смисли духовно-морального виховання, засновані на поєднанні традицій духовності, моральності, цінностей пізнання та педагогічної місії: збереження і передачі культурної спадщини. Проблема духовно-морального виховання зароджується в збалансованому співвідношенні минулих традицій і звичаїв, що закріпилися в свідомості і в звичках, і вводяться нові моральних цінностей. Різноманіття аспектів проблеми моральності і духовності особистості виявило велику кількість різних концептуальних ідей, спрямованих на її вирішення. Два самостійних поняття - «духовність» і «моральність» - об'єднані в своїй діалектиці. Вони не тотожні, але взаємообумовлені.

Загальноприйняті моральні норми поведінки, розумні і доцільні, підтримуються за допомогою різних форм суспільної свідомості - моральних принципів, ідеалів, табу, понять добра і зла і т.п. Ці норми поведінки складають систему моральних переконань людини і перетворюються в сенс його життя і почуття обов'язку, який зізнається індивідом як мотив своєї поведінки, тобто стає психологічним механізмом моральності. Мотив власний, внутрішній стимул до скоєння вчинку - це джерело почуття відповідальності, головного критерію ступеня морального розвитку.

Моральність людини з дитячого віку складається з його вчинків, які потім закріплюються у свідомості і реалізуються в моральній культурі особистості.

Під впливом виховання і накопичення життєвого досвіду освіти особистість в своїй свідомості концентрує досягнення моральної культури суспільства. В результаті людина в традиційних ситуаціях надходить по моральним нормам, а з іншого боку, в свої дії включає творчі елементи свідомості - інтуїцію, що сприяє прийняттю в проблемних ситуаціях рішень, адекватних загальноприйнятим нормам моралі. Так відбувається розвиток моральності через досягнення оптимального поєднання вже відомих, типових, традиційних норм поведінки і нових, творчих елементів.

Також, треба зазначити, що, цілісність духовності і моральності наочно представлена в працях Б. З. Вульфова і В.Д. Іванова, і ми, спираючись на дані положення, визначили ключові позиції поняття «духовно-моральне виховання». Це цілеспрямований і організований процес, спрямований на прийняття духовно-моральних ідеалів і цінностей, формування духовних потреб і моральних мотивів поведінки, розвиток моральних почуттів, моральної свідомості, вироблення умінь і звичок моральної поведінки, здібностей до духовно-морального самовизначення, самореалізації, самовдосконалення в педагогічній діяльності, що забезпечує відтворення духовно-морального потенціалу особистості майбутнього фахівця.

У педагогічній аксіології провідна роль належить духовно-моральним цінностям, що відображає міжособистісні відносини, відносини до суспільства, до його педагогічних цінностейм, до окремих людей. Виходячи з цих відносин, ми можемо визначити моральне обличчя майбутнього вчителя як носія духовно-моральних норм і цінностей в сучасному суспільстві.

Саме тому духовно-моральне виховання вчителя стає стратегією сучасної освітньої політики держави.

Духовно-моральне виховання відноситься до педагогічних процесів, представляючи цілеспрямовану, змістовно насичену і організаційно оформлену взаємодію педагога і студента, спрямовану на формування духовно-моральних цінностей і свідомості. Але можна ідентифікувати його і як педагогічну систему, якщо розглянути з точки зору системних властивостей. З огляду на його складність, структура носить неоднозначний характер, що передбачає можливості зміни на різних етапах. Освоєння педагогічних цінностей виступає основним компонентом вирішення тих чи інших педагогічних завдань. Загальна мета - духовно-моральна вихованість - є одночасно системоутворюючим фактором, що визначає змістовну та організаційну сторони у формуванні педагога.

Згідно проведеного аналізу наукової статті науковців та діючих викладачів І. С. Жердєвої та С. С. Рашидової, вони зазначають, що постає питання підвищення престижу педагога в суспільстві та утвердження високого статусу педагога. Виходячи з цього, актуальним є процес створення цілісного професійного іміджу викладача, який є невід’ємною частиною соціально-професійних відносин. Ми погоджуємося з тим ,що у зв’язку з переосмисленням процесів становлення викладача у професійній сфері виникає потреба не тільки теоретично пояснити зміст іміджу, але створити засоби формування його особистісно-професійного іміджу; розробити методику формування іміджу, яка дасть змогу вдосконалити створення позитивного іміджу викладача. Як зазначають І. С. Жердєва та С. С. Рашидова імідж викладача- це стереотип образу педагога в поданні студентів, колег, соціального оточення. При формуванні іміджу викладача треба враховувати якості особистості, якості які надаються оточуючими. В цьому допомагає педагогічна іміджологія, з такими методами, як позиціонування, маніпулювання, емоціоналізація, деталізація, метафоризація, акцентування інформації, вербалізація, візуалізація, дистанціювання, опитування громадської думки, впровадження моделей пізнання. Ми розділяємо точку зору науковців, що можна виділити кілька технологій створення іміджу, які висвітлені в працях Л. Брауна, Д. Скотта.

Досвід навчально-виховної діяльності вищих навчальних закладів переконує, що ефективно вирішувати питання підготовки майбутніх фахівців можна лише за активної участі у цьому процесі самих студентів, тобто самовдосконалення.

Професійне самовдосконалення – свідомий, цілеспрямований процес підвищення рівня власної професійної компетенції і розвитку професійно значущих якостей відповідно до соціальних вимог, умов професійної діяльності і власної програми розвитку.

Цей процес ґрунтується на психологічному механізмі постійного подолання внутрішніх суперечностей між наявним рівнем професіоналізму ("Я – реальне професійне") і уявним його станом ("Я – ідеальне професійне").

Професійне самовдосконалення майбутнього фахівця відбувається у двох взаємопов'язаних формах – самоосвіта і самовиховання. Основним змістом самоосвіти є вдосконалення наявних у студента знань, умінь і навичок з метою досягнення бажаного рівня професійної компетенції. Самовиховання – активна цілеспрямована діяльність студента із систематичного формування і розвитку в собі позитивних якостей та усунення негативних.

Розглядаючи готовність особистості до самоосвіти як синтез внутрішніх умов, що гарантують принципове здійснення цього процесу, виокремлюють чотири її важливі елементи (за В. Буряком):

1) цілісний емоційно-особистісний апарат (внутрішня потреба в самовдосконаленні, особистісні цінності, емоційно-вольовий механізм, загальні розумові здібності тощо);

2) система знань, умінь, навичок із самоосвіти, яку засвоює особистість (повнота і глибина сформованості наукових понять, взаємозв'язків між ними, уміння співвідносити наукові поняття з об'єктивною реальністю, розуміння відностності знань і необхідності уточнення їх шляхом систематичного пізнання тощо);

3) уміння та навички грамотно працювати з основними джерелами соціальної інформації, зокрема книгами, бібліографічними системами, автоматизованими інформаційно-пошуковими засобами, радіо, телебаченням, спеціалізованими лекторіями (уміння орієнтуватися у великих обсягах інформації, вибирати головне, фіксувати його тощо);

4) система організаційно-управлінських умінь і навичок (ставити й виконувати завдання самоосвіти, планувати свою роботу, вміло розподіляючи час на різноманітні обов'язки, створювати сприятливі умови для діяльності, здійснювати самоконтроль, самоаналіз результатів і характеру самодіяльності тощо).

У педагогічному процесі вищого навчального закладу В. Буряк виділяє три рівні готовності студентів до самоосвіти.

На початковому рівні мотиви самоосвіти студентів переважно стихійні. Вони не пов'язують особисті потреби в самоосвіті із суспільними інтересами. Знання з навчальних дисциплін мають ізольований характер. Часто студенти не бачать навіть внутріпредметних зв'язків між різними науковими поняттями. Уміння працювати із джерелами інформації не систематизовані, частина студентів не використовує їх узагалі. На цьому рівні студенти не вміють самостійно організовувати самоосвіту, а можуть лише певним чином сумлінно виконувати вказівки та рекомендації викладачів.

Для середнього рівня властиве прагнення навчитися самостійно ставити перед собою цілі самоосвіти та якісно виконувати їх. Студенти розуміють необхідність пов'язувати самоосвіту з інтересами суспільства, але не завжди вміють чітко сформулювати відповідну мету. Знання з навчальних предметів систематизовані, однак міжпредметні зв'язки ще не завжди чітко усвідомленні. Студенти вміють працювати з основними джерелами інформації, але не завжди можуть раціонально застосовувати їх у самоосвітній діяльності. Вони здатні самостійно організовувати процес самоосвіти і раціонально його планувати.

Для вищого рівня характерні глибоке розуміння особистістю необхідності керуватися в самоосвіті соціально значущими цілями, уміння чітко сформулювати та прагнення досягти їх оптимальними способами. Знання особистості мають цілісний характер. Вони ґрунтуються на глибокому розумінні наявності внутрішньо- і міжпредметних зв'язків у науці. Кожен суб'єкт самоосвіти вміє раціонально застосовувати різноманітні джерела інформації у своїй діяльності, на науковій основі оптимально керувати процесом самоосвіти від планування до здійснення задумів і самоконтролю отриманих результатів.

Ефективність педагогічного процесу залежить від здатності викладачів педагогічно грамотно керувати самоосвітою студентів, готовності вихованців до самоосвіти і відповідного засобу. Щоб реалізувати педагогічне управління, кожен викладач повинен мати такі здібності та знання: бути ініціативною, творчою особистістю, переконаним прихильником самоосвіти, здатним підняти вихованців на високий рівень готовності до самоосвіти; знати психолого-педагогічні основи керівництва навчальною та самоосвітньою діяльністю вихованців, а також предмет самоосвіти особистості; уміти грамотно спроектувати цілісний педагогічний процес, що максимально сприятиме самоосвітній діяльності студентів, і ефективно його реалізувати; мати навички керування реалізацією у педагогічній практиці цілісної системи засобів, що забезпечують перехід від навчання до самоосвіти та зростання у вихованців рівня готовності до самоосвіти.

Людина самовдосконалюється інколи підсвідомо. Неусвідомлене самовиховання зазвичай має епізодичний характер, здійснюється без чіткого плану і розгорнутої програми, що знижує його результативність.

Значно вищою ефективністю характеризується усвідомлене самовиховання. Щоб самовиховання стало усвідомленим і професійно спрямованим, майбутній фахівець має відчути, оцінити свою придатність до обраної професії. Важлива роль у цьому належить і навчальному закладу. Основними його завданнями щодо організації самовиховання майбутніх фахівців є: пояснення значення, актуальності процесу самовиховання для всебічного розвитку особистості; виховання вміння адекватно оцінювати себе; виховання готовності до співпраці з дорослими, які можуть дати поради, рекомендації з питань самовиховання.

Самовиховання є тривалим процесом, який проходить кілька етапів: самопізнання, планування, реалізація плану (програми), контроль і регуляція.

1. Самопізнання. На цьому етапі студент виявляє свої здібності і можливості, рівень розвитку. Самопізнання здійснюється в таких напрямах:

– самопізнання себе в системі соціально-психологічних стосунків за умов навчальної діяльності і тих вимог, які передбачає ця діяльність;

– самопізнання рівня компетентності і особистих якостей, яке здійснюється шляхом самоспостереження, самоаналізу вчинків, поведінки, результатів діяльності;

– критичний аналіз висловлювань на свою адресу, самоперевірка в різних умовах діяльності;

– самооцінка, яка виробляється на основі зіставлення наявних знань, умінь, якостей особистості з поставленими вимогами, яка забезпечує критичне ставлення майбутнього фахівця до своїх досягнень і недоліків.

На основі самопізнання і самооцінки формується рішення про необхідність самовиховання, створюється модель майбутньої роботи над собою.

На етапі самопізнання доцільно використовувати самоспостереження, самоаналіз, самооцінювання.

Самоспостереження полягає у спостереженні за своїми діями, вчинками, думками, почуттями. Воно є необхідною передумовою контролю особистості за власною поведінкою та діяльністю.

Самоаналіз передбачає роздуми над своєю поведінкою, окремими вчинками. Його використання допомагає розкрити причини успіхів чи невдач, розвиває самосвідомість і сприяє самопізнанню.

Самооцінка є судженням людини про міру наявності у неї певних якостей, властивостей і зіставлення їх з певним еталоном, зразком.

2. Планування самовиховання. Воно передбачає:

– визначення мети і основних завдань на перспективу і на певні етапи життя і діяльності студента;

– розроблення програми (плану) особистого розвитку;

– визначення, умов діяльності із самовиховання (вироблення власних правил поведінки, вибір форм, засобів, методів і прийомів розв'язання завдань у роботі над собою).

Добре спланована робота над удосконаленням своєї особистості є запорукою результативності самовиховання. План має бути конкретним за змістом, з чіткою послідовністю виконання завдань.

На цьому етапі роботи над собою використовують самозобов'язання (письмово оформлені зобов'язання перед собою за певний період досягти певних результатів: виховання у собі конкретних позитивних якостей, викорінення вад тощо; можуть бути оформлені і як власні правила поведінки); особистий план роботи над собою (передбачає систему заходів, спрямованих на формування у собі певних особистісних якостей, необхідних майбутньому фахівцю); програму самовиховання (передбачає розкриття змісту роботи студента над удосконаленням своєї особистості на тривалий період); девіз життя (влучно сформульована життєва ціль, життєве кредо, яке визначає повсякденну поведінку особистості).

3. Реалізація програми самовиховання. Вона передбачає використання таких прийомів самовиховання, як самопереконування, самонавіювання, самозаохочення, самоосуд, самонаказ та ін.

Самопереконування полягає в тому, що студент у конкретній ситуації відшукує аргументи, щоб переконатися в правильності чи неправильності своїх дій. До самопереконання вдаються у тих випадках, коли, прийнявши якусь пропозицію, вказівку, наказ, людина за браком рішучості не діє відповідно до них.

Самонавіювання є психічним впливом людини на себе шляхом повторення подумки чи вголос певних суджень до повного оволодіння собою ("Я зможу спокійно вислухати зауваження").

До самозаохочення вдаються за необхідності подолати негативні риси характеру.

Самоосуд є проявом незадоволення своїми діями, вчинками, поведінкою. Докори сумління пробуджують свідомість, викликають внутрішнє хвилювання і почуття провини. Самоосуд зумовлює бажання позбутися недоліків у поведінці.

Самонаказ полягає у прийнятті особистістю рішення ніколи не відступати від існуючих принципів.

Сутність діяльності студента на етапі реалізації програми самовиховання полягає в тому, що він контролює роботу над собою, цілком тримає її в полі своєї свідомості (рефлексії) і на цій основі своєчасно виявляє відхилення реалізовуваної програми від заданої, запобігає їм, вносить відповідні корективи до плану подальшої роботи.

4. Контроль і регуляція самовиховання. На цьому етапі застосовують прийоми самоконтролю, самозвіту, само- оцінювання.

Самоконтроль є одним із видів усвідомленої регуляції людиною власної поведінки та діяльності з метою забезпечення відповідності їх результатів поставленим цілям, вимогам, правилам, зразкам.

Самозвіт полягає у звітуванні особистості перед собою у різних формах (подумки, щоденник тощо) про виконання взятих зобов'язань, реалізацію плану та програми самовиховання.

Ефективність самовиховання майбутнього фахівця значною мірою залежить від педагогічного керівництва цим процесом. Під педагогічним керівництвом самовихованням студентів розуміють оптимальну організацію їх життєдіяльності, акцентування їх уваги на питаннях саморозвитку, відповідальності за себе, своє сьогоднішнє та майбутнє, а також стимулювання самовиховної діяльності під час навчально-виховного процесу. Педагогічне керівництво слід здійснювати в таких напрямах:

– постійне вивчення індивідуальних особливостей студентів, поширення кращого досвіду їхньої роботи над собою;

– роз'яснення студентам сучасних вимог до особистості фахівця вищої кваліфікації; значення професійного самовдосконалення та визначення конкретних завдань із самоосвіти і самовиховання;

– ознайомлення студентів з ефективними прийомами роботи над собою;

– формування позитивної громадської думки, стимулювання процесу самовиховання;

– контроль і допомога студентам в роботі над самовдосконаленням;

– залучення студентів до різноманітних видів діяльності, які сприяють інтенсифікації процесу самовиховання;

– створення необхідних умов для систематичної цілеспрямованої роботи студентів над собою.

Орієнтиром у плануванні студентами процесу професійного самовиховання є кваліфікаційна характеристика спеціаліста, на основі якої слід вибудовувати програму індивідуальної самопідготовки до майбутньої професійної діяльності. Вимоги до сучасного фахівця повинні відповідати потребам сьогодення. Вони передбачають: високий професіоналізм в обраній сфері; інноваційний характер мислення і готовність до змін; навички управлінської діяльності; особисту творчу спрямованість, готовність забезпечувати умови не лише для свого творчого потенціалу, а за потреби – для потенціалу підлеглих; здатність розуміти інших людей, їх прагнення, мотиви, інтереси тощо; високі духовні й моральні ідеали та переконання; високу політичну, правову та економічну культуру; системне мислення, яке передбачає психологічну готовність, здатність та навички системного підходу до проблемних ситуацій; готовність брати на себе відповідальність; комунікативність, діловитість, здатність до міжособистісного і управлінського спілкування; володіння однією із найпоширеніших іноземних мов; знання комп'ютерної техніки та ін.

У процесі професійного самовдосконалення студентів важливо враховувати і розвивати їх професійну спрямованість, тобто особисте прагнення застосувати свої знання, досвід, здібності у сфері обраної професії. У професійній спрямованості особистості виражаються позитивне ставлення до професії, інтерес до неї, бажання вдосконалювати матеріальні і духовні потреби, працювати за спеціальністю. Професійна спрямованість передбачає прийняття цілей і завдань професійної діяльності, інтересів, ідеалів, установок, переконань, поглядів, які їй притаманні.

Позитивні зміни у змісті професійної спрямованості виявляються в тому, що зміцнюються мотиви, пов'язані з майбутньою професією (прагнення добре виконувати свої ділові обов'язки, показати себе обізнаним, умілим спеціалістом), зростають потреби успішніше вирішувати складні навчальні питання, завдання, посилюються почуття відповідальності, бажання досягти успіху на роботі.

З метою забезпечення активної участі студентів у виховному процесі, ширшого стимулювання їх до самовдосконалення та самовиховання, на думку М. Солов'я і В. Демчука, доцільним було б упровадження в практику роботи ВНЗ особистого творчого "портфеля" кожного студента. Такий "портфель" (портфоліо) є пакетом документів, які відображають процес та результативність особистісного та професійного зростання студента. Творчий "портфель" студента, аналогом якого є, наприклад, Європейський мовний портфель, може включати такі складові:

– особистісний творчий паспорт (перелік офіційних документів про освітні досягнення (свідоцтва, сертифікати про закінчення навчальних програм, курсів тощо), загальнокультурні і професійні успіхи (дипломи, грамоти про перемогу у студентських олімпіадах з навчальних дисциплін, конкурсах наукових робіт, оглядах художньої самодіяльності, спортивних змаганнях); публікації, авторські винаходи тощо);

– особистісна творча біографія (досвід участі студента у роботі наукових гуртків, колективів художньої самодіяльності, спортивних секцій, органів студентського самоврядування тощо; результативність цієї діяльності, її вплив на становлення студента як особистості і майбутнього фахівця);

– особистісне творче досьє (приклади різноманітних матеріалів студента, що найбільше відображають його творчі досягнення (описи педагогічних ідей, розробки навчальних занять, виховних вправ); індивідуальні творчі доробки (фотографії, малюнки тощо)).

Створення такого "портфеля", постійне його поповнення, регулярне самооцінювання студентом результативності своєї діяльності, тактовне оцінювання його особистісного і професійного зростання з боку викладача (куратора) дадуть змогу майбутньому фахівцю стати активним суб'єктом навчально-виховного процесу, неперервного навчання, самовдосконалення, самовиховання впродовж усього життя. Така інновація буде ефективним засобом у формуванні в кожного студента відповідальності за свій рівень фахової підготовки.

Отже, ефективне самовдосконалення майбутніх фахівців можливе лише за тісної співпраці студентів і педагогічного колективу вищого навчального закладу, пройнятої взаємною повагою і вірою в людину.

**2.2. Аналіз стану сформованості професійного іміджу майбутнього викладача**

Нами був складений план дослідження, в якому ми поєднали методологічну та методичну частини. У методологічній частині ми сформулювали проблему, визначили мету дослідження, встановили об’єкт та предмет дослідження, сформулювали гіпотезу і завдання дослідження. У методичній частині нами було визначено метод дослідження, а саме -опитування та тестування.

Для проведення констатувального етапу експерименту нами було вибране опитування. Опитування вибране тому, що за досить малий проміжок часу можна опитати значну кількість людей.

Опитування та тестування було проведено на базі Рубіжанського індустріально-педагогічного коледжу, серед студентів першого курсу. Загальна виборка студентів склала 25 осіб. Студентам були надані питання щодо поняття іміджу,складових іміджу.

В результаті дослідженняна питання « Чи потрібно приділяти увагу іміджу?» 61% студентів відповіли позитивно.Також студентам були надані питання, пов’язаніз темою « Я роблю свій імідж», що надало змогу студентам висловити свої думки зі створення сучасного іміджу викладача. Під час опитування ми з’ясували чи важливий саме позитивний імідж викладача, як можна підвищити інтерес до нього(«Що таке професійний імідж?», «Чи можна допускати наявність негативного іміджу викладача?», «Чи є складною професія викладача?». З метою підвищення інтересу до іміджу викладача,нами було поставлене питання щодо наведення прикладів із реального життя та аналіз образів викладачів. Також студентам була представлена можливість висловити свої міркування щодо способів формування і вдосконалення іміджів викладачів, через проектування даних образів на себе. Останнє сприяло усвідомленню того, що імідж є невід’ємною частиною професії викладача.

В результаті опитування ми виявили такі пріорітетні поняття у відповідях, наданих студентами:педагогічний досвід викладача та методична компетентність, професійна підготовка викладача склали 41%;відносини у колективі становили 28%;використання інноваційних методів викладання склали 16%;здібності студентів- 10%. Результати опитування представлені на малюнку 2.2.1.

Малюнок 2.2.1.

Обробка результатів опитування показала, що згідно відповідей студентів, на імідж викладача впливає манера спілкування зі студентами, з колегами, спосіб викладання матеріалу, досвід викладача, професійна етика.

Таким чином , студенти цінують рівнобічно розвинену особистість викладача.

В дослідженні нами були використані наступні діагностичні методики, як тестування, в ході якого ми визначали особистісні якості студентів, які є невід’ємною складовою професійного іміджу викладача. Нами був проведений ряд тестувань,а саме:

1. «Тест на визначення рівня комунікабельності» (В. Ряховського);2.«Впевненість у собі» (В. Ромек).

3.«Самооцінка впевненості у собі» (С. Ємельянов).

4.Тест «Наскільки Ви організовані?» (Л. Мацко, М. Прищак, Т. Первушина).5.«Здатність до самоуправління» (Н. Пейсахов) та ін.

«Тест на визначення рівня комунікабельності» (В. Ряховського) використовувався для виявлення рівня комунікації діагностики рівня майбутніх викладачів. Щоб визначити коефіцієнт комунікабельності, студентам потрібно було відповісти на 16 питань («так», «ні», «інколи»). Максимальна кількість балів – 32-30 (5%) – свідчить про критичний рівень комунікабельності; про пасивний – 29-25 балів (25%); про базовий – 24-17 балів (50%); оптимальний – 16-9 балів (13%); креативний – 8-4 і менше (7%). Результати рівня комунікабельності за тестом В. Ряховського наведені у малюнку 2.2.2.

Малюнок 2.2.2.

Для діагностики показників емоційно-вольового компонента готовності до професійного саморозвитку майбутніх педагогів використовувалися наступні тести: «Впевненість у собі» (В. Ромек); «Самооцінка впевненості у собі» (С. Ємельянов); «Методика дослідження вольової саморегуляції» (А. Зверькова, Є. Слідман);

Тест «Впевненість у собі» (В. Ромек) передбачав надання відповідей студентом на кожне з 30 питань так, щоб це виражало його особисту думку, власні уявлення. Для цього потрібно було обвести букву, що відповідає обраній відповіді. Варто зазначити, що запитання були прямі й зворотні. Тестом передбачено три шкали: «Впевненість в собі», «Соціальна сміливість», «Ініціатива в соціальних контактах». Значення за шкалами отримали простим підсумуванням балів за всіма питаннями шкали. Потім відбувався розподіл за рівнями. Наприклад, за шкалою «Впевненість у собі» студентів, які отримали 10-15 балів, було віднесено до критичного рівня (2%); 16-20 – адаптивного (30%); 21-24 – базового (47%); 25-28 – оптимального (14%); 29-30 – креативного (7%). Результати за тестом В.Ромека наведені у малюнку 2.2.3.

Малюнок 2.2.3.

«Самооцінка особистості» (В. Семиченко)- студентам пропонувалися судження, які змальовують ситуації, що можливі у житті. Інтерпретація результатів відбувалася так: для визначення рівня самооцінки було додано бали за 32- ма судженнями. Рівень самооцінки визначався за такою шкалою: від 0 до 43 балів – завищена самооцінка (3%); від 44 до 54 балів – самооцінка наближена до завищеної (9%); від 55 до 75 балів – адекватна самооцінка (55% опитаних); від 76 до 85 балів – самооцінка (23%), наближена до заниженої; від 86 до 128 балів – занижена самооцінка (10% студентів).Результати тестування за В. Семиченко наведені у малюнку 2.2.4.

Малюнок 2.2.4.

В ході проведеного дослідження, основними методами якого були опитування та тестування, ми отримали наступні результати, що на етапі констатувального експерименту, в ході опитування про складові іміджу викладача, на перший план студенти відносять педагогічний досвід, на другому плані виступає комунікаційні здібності,а саме, відносини із колегами, на третьому- використання нових методів викладання, на четвертому- здібності самих студентів.

За даними тестувань, ми виявили ступінь розвиненості особистісних якостей студентів, які відіграють важливу роль у формуванні професійного іміджу викладача.

**РОЗДІЛ 3.**

**РОЗРОБКА ТА ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА МЕТОДИКИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ВИКЛАДАЧА**

3.1. Зміст практичної роботи щодо формування професійного іміджу викладача тааналіз та результати ефективності експериментальної роботи формування професійного іміджу викладача.

Для покращення результатів щодо формування професійного іміджу викладача, нами була вибрана методика, яка включала в себе семінар- тренінг « Імідж сучасного викладача». Метою цієї методики було наступне: шляхом створення творчого колективного проекту з’ясувати, яким має бути імідж викладача,визначити питання формування іміджу, визначити якими є означальні частини іміджу викладача-професіонала; що може нашкодити позитивному іміджу викладача;ознайомити студентів з основними порадами, яких слід дотримуватись для створення власного професійного іміджу;активізувати знання студентів щодо способів формування власного іміджу.

Семінар включав в себе 7 вправ:

1.«Знайомство»- в ході цієї гри учасники називали себе та одну свою рису характеру, якою вони пишаються,як професіонали. В результаті цієї гри висвітлювався перелік рис характеру, яким повинен володіти професіонал.

2.Вправа «Квітка-букет»-учасники писали на стікерах те,що вони очікували від семінару та закріплювали на стенді із зображенням стебельця. Дана вправа допомогла визначити сподівання і очікування від роботи майбутніх викладачів.

3. Вправа «Правила»- учасники складали правила проведення тренінгу(а саме: мати позитивний настрій на роботу, бути доброзичливим, говорити по черзі, дотримуватися регламенту).Таке завдання допомогло із визначенням комфортних умов для працювання на занятті-тренінгу.

4.Вправа Інформаційне повідомлення «Імідж сучасного викладача»- в ході цієї вправи учасники колективно відповідали на питання «Що передбачає імідж педагога?», « Що є головним для іміджу вчителя?», « Навіщо педагогові імідж?». В результаті такого завдання студентами були висвітлені засади формування іміджу, з чого починати формувати свій імідж., які складові іміджу.Учасники відзначили,що до складових іміджу вони відносять зовнішній вигляд, використання вербальних та невербальних засобів спілкування, внутрішню відповідність образу професії- внутрішнє «Я», стильові особливості педагогічної діяльності,професійна спрямованість.

5.Вправа Викладацький проєкт «Імідж викладача»- учасники ділилися на 3 групи, отримували інвентар (ножиці, журнали,папір,клей) і завданням для кожної з груп було створити проєкт власного іміджу. Пропонувалося показати викладача не тільки під час роботи ,але і у вільний час. Ця вправа допомогла наочно проілюструвати імідж, допомогла візуально зобразити імідж.

6. Вправа «Мікрофон»- на дошці робівся запис «Сучасний викладач» і студентам потрібно було додати по одному слову для розшифрування цього поняття. Дана вправа дала змогу висвітлити розуміння студентами поняття «Сучасний викладач».

7. Вправа з перегляду відеоролика «Сучасний викладач очима студентів»- така вправа дала змогу побачити викладачів з боку здобувачів освіти.

Також на семінарі нами була проведена робота в групах. Учасників було поділено на 3 групи У кожної групи було індивідуальне завдання, в якому містилася інформація, яку треба було прочитати та донести іі до їнших учасників.1 група працювала з такою складоваю іміджу, як зовнішній вигляд. 2 група працювала із такою складовою іміджу, як спілкування. 3 група- об’єднувала 2 складових і робила висновки, щодо успішного застосування іміджу викладача.

Дана методика дозволила практично продемонструвати імідж викладача, його складові. Студентам була надана можливість практично ознайомитись із іміджем. Треба відмітити, що ця методика не охоплює всіх складових професійного іміджу викладача, але, ми хочемо відмітити, що її ефективність полягає у практичній значущості, а саме, що студенти змогли не теоретично, а практично «приміряти» на себе імідж викладача, побути в ролі викладача, студенти змогли самостійно визначити складові професійного іміджу.

В результаті впровадженої нами методики щодо підвищення формування професійного іміджу викладача ми провели вторинну діагностику, яка полягає у таких методах дослідження , як опитування та тестування. Дані здійсненого дослідження дозволяють відмітити невелике зростання стану сформованості професійного іміджу викладача. Згідно даних опитування, проведеного після семінару-тренінгу, в якому були такі питання, «Чи важливий імідж для викладача?»-зріс відсоток позитивних відповідей (70%), «Чи важливий саме позитивний імідж викладача?»-також відмічена збільшена кількість позитивних відповідей(60%) ; «Як можна підвищити інтерес до нього?»- відмічається різноманіття відповідей студентів, навідміну відповідям , які студенти давали під час констатувального етапу дослідження; «Що таке професійний імідж?», «Чи можна допускати наявність негативного іміджу викладача?», «Чи є складною професія викладача?» -нами зазначено орієнтування студентів у поняттях «Імідж» та «Професійний імідж викладача».

Також нами зафіксовано невелике збільшення позитивних відповідей ,під час проведення тестування , в якому ми приділили увагу особистісним якостям студентів. Щодо тестів «Тест на визначення рівня комунікабельності» (В. Ряховського), тест «Впевненість у собі» (В. Ромек) , «Самооцінка особистості» (В. Семиченко), ми отримали наступні результатиякі представлені у таблицях.

Таблиця 3.2.1

**Визначення рівня комунікабельності**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва рівня | Первинна діагностика,% | Вторинна діагностика,% |
| Критичний | 5% | 4% |
| Пасивний | 25% | 22% |
| Базовий | 50% | 56% |
| Оптимальний | 13% | 10% |
| Креативний | 7% | 8% |

Таблиця 3.2.2

**Визначення рівня впевненості у собі**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва рівня | Первинна діагностика | Вторинна діагностика |
| Критичний | 2% | 1% |
| Адаптивний | 30% | 35% |
| Базовий | 47% | 49% |
| Оптимальний | 14% | 6% |
| Креативний | 7% | 9% |

Таблиця3.2.3

**Визначення самооцінки особистості**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва самооцінки | Первинна діагностика | Вторинна діагностика |
| Завищена | 3% | 2% |
| Наближена до завищеної | 9% | 8% |
| Адекватна | 55% | 57% |
| Наближена до заниженої | 23% | 24% |
| Занижена | 10% | 9% |

Згідно отриманих даних, ми можемо констатувати невелике підвищення рівня сформованості професійного іміджу викладача у студентів. Після проведення експерименту, нами виявлено, що студенти володіють різницею між поняттями «Імідж» та «Професійний імідж викладача», які складові включає професійний імідж ( педагогічний досвід, комунікаційні здібності, особистісні якості, володіння методами роботи).

Усі запропоновані прийоми мали на меті не тільки ознайомити студентів з таким поняттям як професійний імідж викладача, показати, що основними елементами, які формують імідж викладача, є його особистісні та професійні якості, а, головне, довести залежність професійного успіху від правильно сформованого позитивного професіонального іміджу. Отже, діяльність, що була організована з майбутніми викладачами, сприяла формуванню усвідомлення суті позитивного професійного іміджу, удосконаленню самопізнання, бажання постійного професійного розвитку та самовдосконалення для формування позитивного професіонального іміджу викладача . Оцінюючи проведену роботу зі студентами – майбутніми викладачами , можемо сказати, що не тільки правильно організований навчальний процес під час практичних занять з фахових дисциплін, а й позааудиторна робота, постійне проведення кураторських годин, сприяли удосконаленню комунікативної компетенції, розвитку педагогічної рефлексії, формування усвідомлення необхідності постійного самовдосконалення, саморозвитку та самопізнання, підвищенню самооцінки та покращенню емоційного стану студентів. Майбутні викладачі зрозуміли, що створення позитивного професійного іміджу викладача є складним поетапним процесом, який починається ще в студентські роки та триває протягом усього професійного життя, а основними показниками ефективності професійного іміджу викладача стають не тільки його візуальна привабливість, а й емоційний стан, власна система цінностей та культура поведінки, впевненість в своїх діях, адекватна самооцінка, постійна активність щодо розвитку власних професійних якостей, відшліфовування особистісних характеристик.

Можна зробити висновок про необхідність цілеспрямованого формування у студентів досліджуваної якості, оскільки рівень її розвитку є невисоким. Готовність до професійного саморозвитку не можна сформувати шляхом прямого педагогічного впливу, тому що ця здатність безпосередньо від викладача до студента не передається. Однак, викладач може створити умови, щосприяють формуванню досліджуваної якості у майбутніх викладачів. Перспективи подальших досліджень полягають у визначенні, теоретичному обґрунтуванні й експериментальній перевірці педагогічних умов ефективної підготовки майбутніх викладачів до безперервного професійного саморозвитку.

**3.2 Рекомендації щодо підвищення формування професійного іміджу викладача**

Шляхи вдосконалення формування професійного іміджу включають в себе технологію побудови іміджу, яка містить в собі систему послідовних етапів створення образу педагога. Згідно даного трактування були виділені наступні етапи:

1.Створення імітаційного образу за допомогою надання зразків,вивчення літературних творів,знайомство з цікавими людьми,бесіди,спостереження.

2.Побудова рольового образу,поступове оволодіння ним за допомогою використання рекомендацій педагогіки, оволодіння практичними уміннями,використання рольових ігор.

3.Вживання в правдивий життєвий образ через лабораторні заняття,педагогічну практику,рольові ігри.

Аналіз науково-педагогічних джерел дозволив висвітлити 4 етапи покращення формування професійного іміджу майбутніх викладачів:

1.Етап мотивації- зацікавити студентів через інтелектуальні, вольові, практичні дії.

2.Етап надання студентам знань та створення образу, який представляється студентам під час занять, спостережень, вивчення літературних джерел, аналіз інших суджень.

3.Етап оволодіння студентами технікою «програвання» іміджу та надання можливостей для адаптації обраного образу своєї особистості.

4.Етап творчого перетворення обраного образу.

Науковці наголошують ,що останній етап сприяє подальшому розвитку іміджевого процесу,який,в свою чергу, складається з трьох етапів і передбачає:

1) Внутрішню роботу над собою- розвиток іміджевої компетенції

2) Матеріальне перевтілення ,реалізація іміджевих ідей-іміджеве формування.

3) Іміджеве уявлення та просування.

Резюмуючи сказане, ми можемо дійти такого узагальнення,що робота по покращенню формування професійного іміджу включає в себе використання послідовних методів,які входять до таких етапів формування іміджу,як мотивація, надання системи знань,оволодіння технікою «програвання» іміджу, творче перетворення обраного образу.

У своїй роботі ми зсилаємося на науковця Н.О.Прус, яка висвітлює у своїх працях шляхи вдосконалення саме професійного іміджу викладача.

Так,загальнокультурні, психолого-педагогічні та фахові знання, здобуті під час навчання, організації педагогічної практики в закладах освіти, утворюють підвалини для формування окремих компонентів професійного іміджу, зокрема професійно-педагогічного. Як зазначає Н.О.Прус, зважаючи на визначені дослідниками (К. Атаманська, Ю. Дзядевич, Л. Донська та ін.) чинники успішності процесу формування іміджу майбутнього фахівця (вплив на мотиваційну сферу студентів з метою забезпечення усвідомлення необхідності побудови позитивного образу, а також організація роботи з його формування; забезпечення теоретичною базою з педагогічної іміджелогії та основними засадами формування індивідуального професійного іміджу; організація активної роботи студентів з практичного опрацювання компонентів професійного іміджу за етапами його формування),зумовлюють організацію певних педагогічних умов,за яких буде формуватись професійний імідж,а саме: забезпечення позитивної мотивації до формування компонентів професійного іміджу викладача; спрямування змісту підготовки на теоретичне забезпечення процесу формування професійного іміджу викладача; розробка і впровадження навчально-методичного забезпечення формування професійного іміджу майбутнього викладача. Згідно Н.О.Прус,оскільки мотивація є внутрішнім рушійним чинником, який сприяє розвитку професіоналізму майбутнього фахівця, його свідомості щодо самопізнання, саморозвитку, підвищення соціального статусу та спрямованості на побудову позитивного образу майбутнього фахівця, необхідним виявилося: формування інтересу студентів до професійного іміджу викладача; забезпечення усвідомлення студентами того, що в основі формування позитивного професійного іміджу є чітке уявлення про власні професійні та особистісні характеристики, від яких залежить ефективність професійної діяльності; забезпечення потреби і налаштованості студентів на формування компонентів професійного іміджу викладача і ретельну роботу в цьому напрямі. Урахування необхідності сформованості в студентів теоретичних знань з педагогічної іміджелогії, забезпечення цілісного системного уявлення про сутність і компоненти професійного іміджу викладача, особливості процесу роботи над собою зі створення позитивного професійного іміджу викладачазумовлюють необхідність поповнення змісту передбачених навчальним планом дисциплін темами з педагогічної іміджелогії, а також розробку додаткового курсу, зміст якого дозволяє заповнити прогалини в теоретичному базисі формування професійного іміджу майбутнього викладача. Оскільки процес формування професійного іміджу викладача відбувається поетапно завдяки активній спеціально організованій діяльності студентів під час реалізації різних напрямів професійної підготовки (навчальної, виховної, самостійної, наукової), необхідним стає пошук можливостей усіх напрямів для впровадження розробленого навчальнометодичного забезпечення етапів формування професійного іміджу майбутнього викладача як реалізації „Я-концепціїˮ та її наближення до „Я-ідеальногоˮ в професійному плані.

Для забезпечення позитивної мотивації до формування компонентів професійного іміджу викладача може організовуватисязаняття „Я – іміджмейкерˮ, під час якого заохочується вільний обмін думками, прояв креативності студентів зі створення іміджу сучасного викладача, його проектування на майбутнє, самостійність та активна участь. Основними методами реалізації такого заняття можуть стати: дискусії зі з’ясування важливості позитивного іміджу для викладача і підвищення інтересу до нього („Що таке професійний імідж?ˮ, „Чи може бути ефективним негативний імідж викладача?ˮ); ділові ігри з визначення особливостей професійного іміджу викладача („Вгадай професію!ˮ, „Вгадай професійну спеціалізацію викладача!ˮ, „Якою є моя професія?ˮ з використанням стереотипних характеристик професій, які склалися у громадській думці); розв’язання реальних ситуацій професійної діяльності представників різних професій, з життя історичних постатей та літературних героїв щодо реалізації їхнього професійного іміджу з акцентуванням уваги на компонентах іміджу (зовнішній вигляд, використання вербальних і невербальних засобів, особистісні характеристики). З метою підвищення інтересу студентів до професійного іміджу, уявлення себе іміджмейкерами, що створюють імідж сучасного викладача,можна проводити,як зазначає Н.О.Прус дискусійні заняття з використанням інтерактивних методів «Акваріум», «Мозковий штурм», «Займи позицію», під час яких студенти пропонують власні шляхи формування і вдосконалення уявних іміджів різних викладачів, відзначаючи позитивні і негативні характеристики відповідно до компонентів професійного іміджу, примірюють ці образи на себе, що сприяє усвідомленню важливості ретельної роботи з формування власного професійного іміджу викладача. Обговорення реальних ситуацій проявів негативного і позитивного іміджу у викладацькій діяльності з аналізом і узагальненням висновків „Що слід робити?ˮ і „Чого слід уникати?ˮ сприяє усвідомленню сутності та складових професійного іміджу, особливостей його створення. Аналіз педагогічної діяльності викладачів Європи, США дає змогу студентам усвідомити специфіку функціонування сучасних навчальних закладів, роль постаті викладача в підготовці конкурентоспроможних фахівців, а також вагомість знань з іміджелогії для ефективної професійної викладацької діяльності. Як зазначає Н.О.Прус,під час вивчення тем з педагогічних дисциплін треба зробити акцент на усвідомленні студентами таких понять: імідж (індивідуальний та професійний), особливості іміджу, вербальні та невербальні засоби спілкування, «Я-концепція», «Я-реальне», «Я-ідеальне», «Я-дзеркальне», мовленнєва компетенція, педагогічна культура викладача, професійна компетенція, педагогічна рефлексія, емпатія. Так, під час опанування теми з визначення особливостей професійного іміджу викладача можна організувати дискусію з використанням так званого прес-методу, що дає можливість учасникам дискусії стисло та аргументовано висловити власну думку з проблемного питання „Чому викладач повинен формувати власний позитивний імідж?ˮ. З метою заохочення творчої активності та швидкого генерування ідей, висловлення власних думок і вирішення конкретних важливих питань допустима можливість використання методу«мозкового штурму» в обговоренні питань: «Чи впливає візуальний образ на формування певного ставлення студентів до викладача?», «Як змінюється ставлення студентів до викладача в процесі професійної взаємодії?», «Що для викладача є важливим у формуванні позитивного враження?» тощо. Для розвитку критичного мислення, здатності студентів аналізувати та робити висновки, працювати в команді під час опанування питань зі структури професійного іміджу викладача, його особливостей припустимо використання методу«дерево рішень». Засвоєння теоретичних питань з іміджелогії може супроводжуватися виконанням завдань для самостійної роботи, а саме: з моделювання професійного іміджу викладачів різних дисциплін; аналізу іміджу відомої людини (опис зовнішніх компонентів, особистісних характеристик та засобів їх формування); написання есе про вплив особистісного іміджу на формування професійного іміджу; наведення прикладів стереотипів сприйняття, що впливають на формування особистісного та професійного іміджу; складання опитувальника з метою виявлення вимог студентської аудиторії до візуального образу викладача тощо. Узагальненню теоретичних знань з формування професійного іміджу майбутніх викладачів, а також розвитку навичок самоаналізу та самокорекції, вмінню самоконтролю та самооцінки сприяє складання портфоліо. Реалізація педагогічної умови – розробка і впровадження навчальнометодичного забезпечення формування професійного іміджу майбутнього викладача – передбачає систематичну роботу з упровадження різних форм, методів роботи зі студентами під час організації навчальної, самостійної, науково-дослідницької, виховної діяльності щодо поетапного формування у студентів професійного іміджу викладача. Для формування уявлення про образ ідеального викладача зі студентами можна провести письмову роботу,а саме, написання твору«Яким повинен бути справжній викладач ?», підготувати презентацію «Образ ідеального викладача», провести заняття у формі прес-конференції „На якого викладача чекають студенти?ˮ з відомим та шановним викладачем навчального закладу, розробити образ ідеального викладача у результаті використання кейс-методу. З метою аналізу студентами власних психологічних та фізіологічних особливостей, необхідних для формування професійного іміджу викладача, доцільно використати методи, спрямовані на усвідомлення себе викладачем у навчальному закладі під час проходження педагогічної практики, а саме: аналіз одногрупниками і самоаналіз обраного стилю взаємодії з аудиторією під час проведення студентом-практикантом елементів практичних занять з фахових дисциплін; характеристика сформованих компонентів професійного іміджу відповідно до визначених параметрів; узагальнення порад викладачів з формування та подальшого розвитку певних компонентів професійного іміджу майбутнього викладача у творі „Я – викладачˮ з обґрунтуванням власної думки про рівень сформованості „Я-концепціїˮ. Застосовуючи метод порівняння реальних якостей з бажаними, що асоціюються з ідеальним образом викладача, адекватної самооцінки на підставі самодіагностики, студенти можуть виконати вправи з порівняння структурних елементів «Я-реального» з «Я-ідеальним», а також «Я-дзеркальним» (сприйняття власної особистості іншими. При проведенні корекції реальних характеристик відповідно до ідеального образу та очікувань аудиторії згідно з накресленою програмою і планом самовдосконалення під час кураторських годин постає можливість розглянути такі питання: стилі одягу; принципи формування ділового гардеробу; типи обличчя та принципи корекції обличчя за допомогою зачіски та макіяжу; типи фігури та правила корекції фігури за допомогою кольорової гами й силуету. Студенти можуть корегувати зміни в запропонованихпрограмах з урахуванням власних особистісних характеристик і проблем, які вони усвідомлюють під час обговорення поставлених питань. З метою примірювання на себе бажаного образу і вживання в новий образ шляхом відпрацювання прийомів, вироблення умінь і навичок, удосконалення зовнішнього образу студенти можуть використовувати можливості педагогічної практики (проведення навчальних і виховних заходів з аналізом та обговоренням позитивних і негативних проявів у поведінці і діях). Для забезпечення індивідуалізації набутого образу вироблення стилю поведінки студентів можна організувати у нестандартних ситуаціях професійної педагогічної діяльності під час демонстрації власних дій з аргументацією вибору певного стилю поведінки. Усі запропоновані форми, методи роботи в навчальній, позанавчальній, самостійній, науковій, виховній діяльності мають активний та інтерактивний характер і спрямовані на забезпечення реалізації теоретично обґрунтованих педагогічних умов формування професійного іміджу майбутнього викладача .

**ВИСНОВКИ**

Проведений аналіз дозволив визначити значущість викладача в освітньому процесі. Обґрунтовано, що правильно сформований позитивний професійний імідж сприяє успішній реалізації цілей навчально-виховного процесу навчального закладу. На підставі проведеного аналізу наукового матеріалу визначено, що формування іміджу майбутнього викладача є складним процесом, в основі якого лежить реалізація особистістю власних потенційних можливостей, тобто реалізація «Я-концепції» (системи уявлень індивіда про самого себе), та її наближення до «Я ідеального» в професійному плані.

Виявлено, що процес формування професійного іміджу є складним, це пояснюється впливом сукупності факторів на нього: потреб освітніх завдань, можливостей педагога, задоволеності учасників освітнього процесу та ін. професійний імідж викладача набуває властивості одного з основних ресурсів, що забезпечують високий соціальний престиж та є вагомим чинником у сприянні успішному функціонуванню національної системи вищої освіти. Це, у свою чергу, викликає необхідність цілеспрямованої підготовки майбутніх викладачів вищої школи до створення свого позитивного професійно-педагогічного іміджу.

В ході роботи нами було виявлено та проаналізовано педагогічні умови формування професійного іміджу. На формування професійного іміджу впливає: середовище, яке оточує викладача; соціальні вимоги до викладача; освідомлення майбутнім педагогом сутності педагогічного іміджу та освідомлення потреби у професії; наявність духовно-морального виховання як невід’ємної частини педагогічних цінностей.

В результаті аналізу досліджень нами було визначено стан сформованості іміджу майбутнього педагога та розглянуто методики, що сприяють вдосконаленню професійного іміджу. Деякі науковці наголошують на низькому рівні стану сформованості іміджу. Ми дійшли висновку, що питання формування професійного іміджу є актуальним для вивчення його різних аспектів. Розробка методики щодо вдосконалення та підвищення рівня професійного іміджу майбутнього педагога та її експериментальна перевірка дозволила виявити рівень сформованості проіесійного іміджу.

Встановлено, що формування іміджу майбутнього викладача є складним поетапним процесом, в основі якого є реалізація особистістю власних потенційних можливостей („Я-концепціїˮ) та її наближення до „Я-ідеальногоˮ в професійному плані, що передбачає виділені і охарактеризовані такі основні етапи формування професійного іміджу викладача : формування уявлення про образ ідеального викладача; аналіз власних психологічних та фізіологічних особливостей, необхідних для формування іміджу викладача ; порівняння реальних якостей з бажаними, що асоціюються з ідеальним образом викладача, адекватна самооцінка на підставі самодіагностики; розробка стратегічної і покрокової тактичної програми самовдосконалення, самокорекції; проведення корекції реальних характеристик відповідно до ідеального образу та очікувань аудиторії згідно з накресленою програмою і планом самовдосконалення; примірювання на себе бажаного образу і вживання в новий образ шляхом відпрацювання прийомів, вироблення умінь і навичок, удосконалення зовнішнього образу; індивідуалізація набутого нового образу. Розкрито можливості професійної підготовки у навчальному закладі з формування професійного іміджу майбутнього викладача . Ураховуючи, що тільки комплексна, систематична, спеціально організована діяльність у навчальному закладі, спрямована на забезпечення етапів формування професійного іміджу викладача з урахуваннях особливостей його компонентів, здатна забезпечити ефективність формування у студентівпрофесійного іміджу викладача , визначено і теоретично обґрунтовано такі педагогічні умови формування професійного іміджу майбутнього викладача : забезпечення позитивної мотивації до формування компонентів професійного іміджу викладача; спрямування змісту підготовки на теоретичне забезпечення процесу формування професійного іміджу викладача ; розробка і впровадження навчально-методичного забезпечення формування професійного іміджу майбутнього викладача. У рамках дослідження експериментально перевірено теоретично обґрунтовані педагогічні умови формування професійного іміджу викладача . Використання форм і методів роботи, спрямованих на підвищення інтересу студентів до професійного іміджу викладача , усвідомлення студентами необхідних професійних і особистісних характеристик, формування інтересу студентів до роботи з аудиторією, на яку спрямована його професійна діяльність з урахуванням уявлень про яку формується власний позитивний імідж, усвідомлення студентами залежності професійного успіху від сформованого позитивного іміджу, а також формування позитивного ставлення і налаштованості студентів на ретельну роботу забезпечили позитивну мотивацію до формування компонентів професійного іміджу викладача. Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми формування професійного іміджу майбутніх викладачів. Подальшого вивчення потребують такі питання: розвиток професійного іміджу викладачів у процесі професійної діяльності; вплив іміджу викладачів наімідж навчального закладу; розвиток професійного іміджу викладачів у системі післядипломної освіти.