

**А. О. Кононенко**

канд. психол. наук, доцент кафедри іноземних мов природничих факультетів  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

## ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТІСНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУЧАСНОГО ПЕДАГОГА

Стаття присвячена емпіричним дослідженням впливу психологічних якостей особистості педагога на його індивідуальний імідж. Досліджувався рівень мотивації досягнення, самооцінка педагога, рівень тривожності, ціннісні орієнтації педагогів, результати тестування по 16-факторній методиці Кеттелла. Визначені найбільш важливі фактори, що формують іміджеву поведінку педагога.

**Ключові слова:** імідж, іміджева поведінка, ефективність іміджу, особистість.

Необхідність у теоретичній моделі для опису формування та функціонування індивідуального іміджу викликана змінами в суспільному та економічному житті. Гостра зацікавленість проблемами іміджу в політиці, торгівлі, рекламному бізнесі, в організації мас-медіа, в мистецтві, педагогіці, в практичному управлінні — ось далеко не повний перелік очевидних доказів того, що актуальність іміджелогії з кожним роком зростає. У незалежній Україні формується інформаційний простір, де роль іміджу для досягнення особистістю професійного успіху стає все помітнішою, інколи — незамінною.

Проте слід зазначити, що така соціальна зацікавленість дуже неоднозначно впливає на стан іміджелогії. Зокрема, вона є однією з головних причин незвичайного становища з розробленістю основних проблем цієї науки, яку дослідники визначають як “суміжну метасистему дисциплін, що вивчають закони формування, зберігання, передавання та функціонування іміджів”. В літературі з проблем іміджелогії явно відчувається диспропорція між традиційними рівнями гуманітарного знання: фундаментальними теоріями, теоріями середнього рівня та прикладними дослідженнями. Усе зазначене може бути віднесено також до проблеми формування індивідуального іміджу педагога. Ця тема, незважаючи на її безперечну актуальність, досі практично не досліджувалась вітчизняними психологами.

Ми звернулися до теоретико-методологічних ідей загальної та соціальної психології, перш за все до ідей, що пов’язані з теоріями соціального сприйняття, а також до деяких уявлень, що розроблені в межах символічного інтеракціонізму, онтопсихології та антропології [6; 9].

Ми використали ці ідеї під час інтерпретації проблем формування індивідуальних іміджів, щоб створити базову модель соціально-психологічної теорії іміджу, хоча сам термін “імідж” звичайно не використовується в класичних працях інтеракціоністського та когнітивістського напрямку.

При цьому недостатня розробленість “теорій середнього рівня” дає можливість використовувати розглянуті в них ідеї лише як коментуючий або ілюстративний матеріал.

Розроблених комплексних методик дослідження іміджів до теперішнього часу не існує. Ми приводимо опис оригінальної розробки, у яку входять уявлення дослідника про специфіку й послідовності досліджень іміджу, вироблені в процесі науково-практичних робіт.

Дослідницька програма містила в собі 2 етапи:

1. Психологічне дослідження особистісних особливостей педагогів, включених у поле дослідження. У тому числі вивчалася думка релевантних груп (учнів, колег).

2. Дослідження впливу особистісних особливостей педагога на його індивідуальний імідж.

Після цього на основі виявлених закономірностей були розроблені програми формування й корекції іміджів. У тому числі, розробка рекомендацій з будівництва іміджу для конкретного педагога.

Під час емпіричного дослідження використовувалися такі методи: спостереження, метод асоціативного опитування, збір експертних оцінок, аналіз продуктів діяльності, анкетування, тестування.

Психодіагностика здійснювалася за допомогою батареї методик:

1. “Тест-опитувальник рівня суб’єктивного контролю” (Е. Ф. Бажин, Е. А. Голинкіна, А. М. Еткинд) [5, с. 78] для визначення рівня суб’єктивного контролю педагогів.

2. “Тест-опитувальник самовідношення” (В. В. Столін, С. Р. Пантелєєв) [5] для визначення самовідношення.

3. Шкала оцінки потреби в досягненнях.

4. Методика М. Рокича, спрямована на дослідження ціннісних орієнтацій.

5. Методика Кеттелла (16 PF).

6. Шкала самооцінки Ч. Спілберга, що досліджує рівень тривожності.

7. Методика Дж. Тейлора з додатковою шкалою неправди В. Норакидзе.

8. Модифікований метод В. Бойко, А. Ковальова для дослідження ефективності іміджевої поведінки.

9. Модифікація методики С. Яковлева [8, с. 319] для діагностики стилів педагогічного впливу.

10. Методика по виміру погодженості групових оцінок для додаткового підтвердження отриманого виміру ефективності індивідуального іміджу.

Психодіагностика проводилася з метою знайти відповіді на запитання:

1) як впливає потреба в досягненні на характер іміджевої поведінки й на ймовірність її виникнення;

2) чи існує закономірний взаємозв’язок між характером іміджевої поведінки й системою ціннісних орієнтацій;

3) вплив рівня особистісної й реактивної тривожності на характер і ефективність іміджевої поведінки;

4) яким чином формується іміджева поведінка під впливом тих або інших особистісних факторів.

Результати, отримані за допомогою застосування зазначених методик, оброблялися за допомогою кореляційного аналізу й методів математичної статистики. Зокрема, обчислювалися кореляційні відношення для визначення кількісного заходу збігу — розбіжності суспільно-рольових очікувань як взаємоспрямованих суспільно-групових вимог до заданих якостей членів групи.

Метод асоціативного опитування для збору інформації про психологічні особливості особистості педагога містив у собі кілька етапів:

1. Підготовка карти опитування.
2. Створення карти — шифру оцінок.
3. Розподіл випробуваних на групи відповідно до отриманої інформації.

1. Підготовка карти опитування. У карті шифруються питання й поняття, із приводу яких респондент висловлює оцінні судження й асоціації, причому оцінні судження регламентуються пропонованою шкалою (від +5 “дуже подобається” до -5 “дуже не подобається” з обов’язковою нульовою оцінкою); асоціації ж не регламентуються.

Поняття шифрувалися по блоках, що цікавлять дослідника:

– поняття в блоці “тривожність”, наприклад: “червоний колір”, “нічний кошмар”, “вампір”, “допит”, “катування” і т. п.;

– поняття блоку “реалізація”: “заздрість до Вашого успіху”, “самітність у творчості”, “спокій душі міщанина”, “інтелектуальна праця без видимого результату”, і так далі;

– поняття соціального блоку — “успіх у групі”, “мораль”, “кар’єра”, “начальник”, “трудова дисципліна” і таке інше.

Таких блоків звичайно шифрувалося 13–15, загальне число понять — до 100. Поняття йшли врозкид, щоб респондент не догадався про принцип оцінки психолога, який, відповідно до методу соціопсихотерапії Роджерса, повинен категорично втримуватися від власних думок під час бесіди.

2. Створення карти — шифру оцінок. Карта відбивала психологічні показання людини до будівництва іміджу: висока схильність до мімесису, соціальність орієнтацій, прагнення придушити екзистенціальні комплекси, рефлексія, емпатія.

Карта-шифр оцінок служила ідеальною шкалою, “що накладається” на реальну картину відповідей респондента. Критичний індекс збігів становив 70%, хоча більш точною оцінкою служила проста сума балів, причому більшість різних асоціацій і оцінок різна, вони мають різний “рейтинг”, який визначається значенням блоку.

Відповідно до отриманої інформації ми розділили випробуваних на три групи:

1) суб’єкти, що використовують включений імідж (ефективний — не-ефективний);

2) суб’єкти, що використовують невключений імідж (ефективний — не-ефективний);

3) суб’єкти, що уникають іміджевої поведінки взагалі.

Заключною дослідницькою операцією було розробка рекомендацій з будівництва іміджу для конкретного педагога. Основні методи розробки таких рекомендацій містили в собі наступні операції:

- консультації з педагогом щодо його уявлень про те, яким вимогам повинен відповідати імідж і які цілі він переслідує в конструюванні іміджу;
- вироблення оптимального типу іміджу;
- складання карти, яку ми назвали “плюс-мінус карта”, де фіксується те в поведінці педагога, що може бути використане при будівництві оптимального позитивного іміджу, і те, що, мабуть, заважає цьому;
- гри із ситуативним тренінгом, що розбудовують корисні для будівництва іміджу якості;
- випробування іміджу з аналізом досягнень і помилок.

Таким чином, у мінімальний необхідний набір документів при вивченні іміджів входили: анкети, бланки стандартизованого інтерв'ю, спостереження, карта асоціативного опитування, шифр-карта, “плюс-мінус карта” і ін.

У результаті проведеного анкетування стало відомо: педагоги не сумніваються, що над своїм іміджем необхідно працювати. 92%, відповідаючи на запитання анкети, повідомили, що піклуються про створення власного іміджу (майже 100% з них — жінки). При цьому лише в 32% випадків він чи будується, чи коректується ними усвідомлено.

Крім того, стало відомо, що педагоги досить критично оцінюють результати своєї праці: 48,6% оцінюють свою роботу задовільно, бачать багато проблем, над якими треба працювати. При цьому основні труднощі бачать у собі, чи у недоліках, неефективності свого іміджу. Понад третини опитаних педагогів (34,2%) відбувають труднощі у стосунках з учнями.

Інша сторона педагогічного процесу — батьки й учні — у своїх відповідях виявили суттєво різні думки з приводу іміджу педагогів. Особливо різниться думка цих двох груп досліджуваних із приводу непривабливих властивостей сучасного педагога. Відрізняються і їхні побажання з приводу необхідної корекції іміджу вчителів. У цьому бачиться їхнє різне ставлення до процесу навчання. В учнів воно більше пронизано емоціями, а в батьків — орієнтовано на кінцевий результат. Єдність респонденти продемонстрували в тому, що в цілому не задоволені особистісними якостями більшості педагогів. На їхню думку, сучасним педагогам не дістає “простих людських” позитивних якостей.

Анкетування продемонструвало дуже високий ступінь впливу вчителя на життя дитини. Уже до третього року навчання в школі педагог випереджає значущість батьків.

Разом з тим з початком підліткового віку (6–7-й класи) ситуація різко міняється. Мабуть, у зв'язку з початком пубертації, у психіці школярів відбувається різке якісне зрушення, що виявляється в суттєвій зміні ставлення до вчителя. Він втрачає свою чільну роль впливового іншого, і на цю роль висуваються інші значимі для школярів суб'єкти міжособистісної взаємодії (друзі, подруги, однокласники, тренер тощо). При цьому учні у відповідях виявили свою емоційну вразливість і деяку дистанційність від

учителя. Дане явище може бути так само пояснено віковими особливостями. А батьки дітей підліткового віку послаблюють свою увагу до навчальних справ своєї дитини. Вони стають більш байдужі до особистісного профілю педагога.

Оцінки старшокласників суттєво відрізняються від тих, що дають учні молодших класів, і при цьому дуже схожі на оцінки батьків. Більш значимими для учнів старших класів стають ті ж якості, що і для батьків, — освіченість, справедливість, тактовність і почуття гумору. Відповідно в більшому ступені неприйнятними стають такі риси, як несправедливість, здатність принижувати, небажання зрозуміти. Таким чином, у процесі дорослішання учні починають надавати більшого значення тим якостям педагога, що мають відношення: а) до їхньої професійної компетенції як джерела інформації, б) до їхніх морально-етичних якостей, зв'язаних з урахуванням зростаючого почуття власного достоїнства в учня, в) з їхньою комунікативністю. Хоча в цілому учні, а особливо батьки, істотно знижують планку очікувань від учителя. Вони стають більш терплячими до його людських слабкостей.

Результати анкетування показали, що вимоги батьків до іміджевої поведінки вчителя далеко не завжди пов'язані з віком дитини. Їхні вимоги залежать від психолого-акмеологічних характеристик, і насамперед від віку і рівня їхньої освіти. При цьому вимоги до іміджевої поведінки будуються за принципом компліментарності: батьки хотіли б заповнити відсутність у них якихось особистісних чи професійних якостей наявністю їх у вчителя.

При порівнянні особистісної спрямованості вчителів двох шкіл — традиційної й інноваційної виявилось, що особливих відмінностей у даній характеристиці не спостерігається. В обох школах вчителі мають зовнішній (екстернальний) контроль стосовно всіх сфер життя, що особливо проявляється у виробничих стосунках. Сам факт наявності чи відсутності інновації у школі, привнесення в неї нових методів, програм не змінює особистості вчителя.

Дослідження самоствавлення педагогів здійснювалося за допомогою методики “Тест-опитувальник самоствавлення” (В. В. Столін, С. Р. Пантелеев). Досліджувані показали високий рівень за шкалах “самоприйняття”. У цілому педагогів влаштовує те, які вони є, вони надають собі можливість вибору самого себе. Крім того, вони готові поділитися власними цінностями і готові нести відповідальність за свої вчинки.

Значна кількість педагогів виявили рівень самозвинувачення понад 60,67%. На наш погляд, це свідчить про пережиті невдачі, можливо, неуспіх в житті і професійній сфері.

Надзвичайно значимим для досліджуваних виступило очікування позитивного ставлення інших, необхідність в емоційній і моральній підтримці.

Ці здобутки підтверджують раніше отриманий висновок про екстернальність контролю педагогів.

Дослідження показало, що вчителі здебільшого мають умовне самоприйняття, яке додає труднощів у взаємодії з реальністю і придбанням власного

вибору. Ця обставина багато в чому визначає характер іміджевої поведінки педагогів. Людина, яка має умовне прийняття, поширює це на інших у вигляді умовного прийняття і людей, і реальності. Умовне прийняття іншої людини ускладнює стосунки з нею, вона вже не може бути щирою. А люди лише служать як засоби для підтвердження цінності свого “Я”.

Таким чином, застосування даної методики показало, що самоставлення педагогів залишає бажати кращого. У їхньому особистісному профілі виявляється ряд фундаментальних проблем. Зазначена обставина, на нашу думку, вимушено призводить до неефективної іміджевої поведінки. Оскільки фундаментальні риси останньої у більшості випадків є проекцією особистісного профілю.

При формуванні іміджу педагога доводиться враховувати, що оцінювати його успішність будуть групи різнорідних суб'єктів, що висуває суперечливі вимоги. Щоб вирішити існуюче протиріччя, імідж неодмінно повинен містити у собі такі особистісні особливості, як гнучкість, толерантність, самодостатність. Саме вони, з нашої точки зору, здатні компенсувати складність ситуації. Крім того, імідж повинен будуватися індивідуально, з погляду на локальні умови педагога — його конкретні характеристики, вік його учнів, соціальні характеристики контингенту учнів і батьків.

Індивідуальний імідж педагога є проекцією його особистості, що функціонує в процесі соціальних комунікацій, де в зашифрованому вигляді відбиті основні психічні процеси (рівень тривожності, рефлексорного копіювання, емоції тощо, причому такий шифр виявляє себе у вигляді символів на рівні елементарних зовнішніх проявів: постава, мова, міміка, інтонації, тембр голосу тощо). Таким чином, рівень ефективності індивідуального іміджу педагога впливає на успішність педагогічної діяльності і несе на собі відбиток змісту особистості вихователя.

Існують закономірні впливи визначених сукупностей особистісних психологічних і професійних особливостей на механізм формування іміджу педагога і його функціонування.

### Список використаних джерел

1. Бурлачук Л. Ф., Коржова Е. Ю. К построению теорий “изначальной индивидуальности” в психодиагностике. // Вопросы психологии. — 1994. — № 5. — С. 5–12.
2. Гуревич К. М. Что такое психологическая диагностика. — М.: Знание, 1985. — 80 с.
3. Корнилова Т. В. Диагностика “личностных факторов” принятого решения // Вопросы психологии. — 1994. — № 6. — С. 94–110.
4. Молодежь Украины: ожидания, ориентации, поведение. — К., 1999. — 248 с.
5. Общая психодиагностика: основы психодиагностики, немедленной психотерапии и психологического консультирования / Под ред. А. А. Бодалева и др. — М.: МГУ, 1987. — 303 с.
6. Почепцов Г. Г. Имиджелогия: теория и практика. — К.: 1998. — 430 с.
7. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. — М.: Рефл-бук, Ваклер, 2000. — 768 с.
8. Рогов Е. И. Настольная книга практического психолога в образовании: Учебное пособие. — М.: ВЛАДОС, 1995. — 529 с.
9. Современная зарубежная социальная психология. Тексты / Под. ред. Г. М. Андреевой, Н. Н. Богомоловой и Л. А. Петровской. — М.: МГУ, 1984. — 256 с.
10. Федоров И. А. Имидж как программирование поведения людей — Рязань, 1997. — 240 с.

**А. А. Кононенко**

канд. психол. наук, доцент кафедры иностранных языков  
естественных факультетов

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ЛИЧНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО ПЕДАГОГА**

### **Резюме**

Статья посвящена эмпирическим исследованиям влияния психологических качеств личности педагога на его индивидуальный имидж. Исследовался уровень мотивации достижения, самооценка педагога, уровень тревожности, ценностные ориентации педагогов, результаты тестирования по 16-факторной методике Кеттелла. Определены наиболее важные факторы, формирующие имиджевое поведение педагога.

**Ключевые слова:** имидж, имиджевое поведение, эффективность имиджа, личность.

**A. A. Kononenko**

candidate of science of psychology

I. I. Mechnikov Odessa national university

## **RESEARCH OF PERSONAL PECULIARITIES OF MODERN TEACHER**

### **Summary**

The article is devoted to the empirical research of psychological personal characteristics which affect individual professional image of teacher. The motivation of achievement, self-appraisal, level of anxiety, value orientations of teachers, 16-PF Cattell's testing are investigated. The most important factors which are forming image behavior of teacher were identified.

**Key words:** image, image behavior, effectiveness of image, personality.