

УДК 159.9.07

Тимофій Павлович Демчук,

аспірант кафедри практичної психології Класичного Приватного університету,
м. Запоріжжя

НАПРЯМКИ ВИВЧЕННЯ ІМІДЖУ ВИКЛАДАЧА ВИЩОЇ ШКОЛИ

У статті розглянуто деякі теоретичні положення, що визначають зміст вивчення іміджу викладача вищої школи. Проаналізовано наукові праці, присвячені проблематиці іміджу, зроблено висновки про зміст поняття “імідж викладача вищої школи”, розглянуто напрямки теоретичного і практичного вивчення іміджу викладача вищої школи.

Ключові слова: імідж викладача вищої школи, вивчення іміджу викладача вищої школи, формування іміджу викладача вищої школи, складові іміджу викладача вищої школи, види іміджу викладача вищої школи.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Вивчення практики педагогічної діяльності надало можливість виокремити низку суперечностей, основна з яких полягає в тому, що в сучасному суспільстві професія викладача вищої школи втратила престижність і необхідність її реабілітації не викликає сумніву. Разом із тим, до діяльності й особи педагога вищого навчального закладу (далі – ВНЗ), як і раніше, ставляться найвищі вимоги, тому актуальність дослідження є очевидною.

Вважаємо, що в системі професійної освіти обов’язкове підвищення кваліфікації викладачів ВНЗ, їх професійної компетентності насправді є досить формальним. Формування педагога як гармонійно розвиненого суб’єкта, у якого якості розуму вдало поєднувалися б з фізичною розвиненістю, зовнішньою привабливістю, гарними манерами, адекватною самооцінкою та розвиненою “Я-концепцією”, зазвичай залишається поза сферою діяльності освітніх установ, тоді як останнє часто стає детермінантом формування успішної професійної діяльності. У цьому полягають основні суперечності, що

обумовлюють важливість глибокого наукового аналізу і вивчення особливостей іміджу викладача вищої школи й умов його формування.

Імідж є наслідком свідомої цілеспрямованої комунікативної роботи педагога. Управління іміджем можна назвати запланованим поширенням інформації з прогнозованим реагуванням цільової аудиторії на цю інформацію. Зазвичай надання такої інформації є повністю керованим. Цей процес можна означити як специфічне виробництво та подання інформації із заздалегідь очікуваним результатом її впливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми та на які опирається автор. У психолого-педагогічних наукових джерелах традиційно імідж тлумачиться як стиль і форма поведінки людини, причому найчастіше мається на увазі зовнішня сторона поведінки в суспільстві. Іноді іміджем називають набір значень та вражень, завдяки яким у людей складається уявлення про об'єкт, вони запам'ятовують його і починають ставитися до нього певним чином, або завдяки яким об'єкт стає відомим. При цьому, як правило, уточнюється, що об'єктом іміджу найчастіше є людина, група людей або ВНЗ.

Наприклад, російський дослідник іміджу О. О. Калюжний пропонує таке визначення іміджу педагога: це “символічний образ суб'єкта, який створюється в процесі взаємодії педагога з учасниками педагогічного процесу” [9, с. 13].

Як вважає Л. Ю. Донська, “імідж викладача вищої школи – це така інтегральна характеристика, яка містить сукупність зовнішніх та внутрішніх індивідних, особових, індивідуальних і професійних якостей педагога, що сприяє ефективності педагогічної діяльності” [8, с. 6].

О. І. Попова стверджує, що індивідуальний імідж викладача – це “імідж, характерний для кожного викладача як особи. До нього входять індивідуально-особові характеристики, фізичні дані, установки викладача, самооцінка, зовнішній вигляд. До змісту індивідуального іміджу педагога ставляться деякі стійкі комунікативні установки, очікування та вимоги суспільства як до партнера зі спілкування в освітній взаємодії” [13, с. 13].

Для О. Грейліх імідж викладача – це “емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу педагога у свідомості студентів, колег, соціального оточення, у масовій свідомості. При формуванні іміджу викладача реальні якості тісно переплітаються з тими, що приписує йому оточення” [1, с. 14].

Безперечно, імідж педагога – один з основних засобів реалізації принципів навчання і виховання своєю особистістю. Позитивний імідж викладача ВНЗ тісно пов’язано з його професійною компетентністю, педагогічною майстерністю, психолого-педагогічною культурою, особистісними та професійно значущими якостями [3].

Н. В. Гузій розглядає поняття педагогічного іміджу як полісемантичну категорію, яка характеризує стиль професійно-педагогічної діяльності, манеру спілкування, вміння індивідуалізувати свій образ, надавати йому естетичної виразності. Суспільство породжує вимоги до професійного іміджу педагога, впливає на його зміст. Але з покоління в покоління незмінним залишаються такі якості ідеального педагога, як любов до дітей, учнів, студентів, високий професіоналізм, доброзичливість, щирість, вміння спілкуватися [2].

Багатоманітність поглядів на формування поняття іміджу можна узагальнити в таких загальних положеннях.

Як багаторівнева багатофункціональна система імідж є найважливішим компонентом педагогічної майстерності. Як об’єкт психологічного дослідження імідж є ідеальним об’єктом з такими характеристиками: цілісний, хитливий, емоційно пофарбований, різноманітний. Він забезпечує процес професійної соціалізації через образ як уявлення про себе до образного подання себе суспільству; від розуміння і самопізнання себе до сутнісної самоідентифікації, далі – через процес самовдосконалення та розвитку до самоподання себе суспільству.

Педагогічний імідж – це динамічний образ викладача, що має свій зміст. Це – сукупність виявів людини в педагогічному процесі, які обумовлюють характер і результативність процесу навчання. Формування позитивного іміджу

викладача залежить від його природного, психологічного, соціального компонентів і найголовніше – від бажання створити позитивний імідж.

Для створення іміджу використовуються такі інструменти, як позиціонування, маніпуляція, міфологізація, емоціоналізація та візуалізація. Цілеспрямоване формування іміджу обумовлює ефективну модель взаємодії викладача вищої школи зі студентами.

Метою статті є вдосконалення уявлень про напрямки вивчення іміджу викладача вищої школи і формування погляду на імідж викладача вищої школи як багатоманітне явище.

Завдання теоретичного дослідження:

- узагальнити наявні в психологічній науці погляди на імідж;
- запропонувати розширену схему тлумачення змісту категорії “імідж викладача вищої школи”.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Аналіз наукових праць надає можливість припустити, що існує кілька рівнів аналізу наукового поняття “імідж”.

Перший рівень аналізу – аналіз іміджу як явища, що пов’язано з підходом до утворення іміджу з точки зору виокремлення методологічної схеми: суб’єкт формування іміджу – суб’єкт сприйняття іміджу – процес взаємодії між суб’єктом формування іміджу та суб’єктом сприйняття іміджу.

На думку Е. В. Андрієнко, імідж має дві сторони: суб’єктивну, тобто переданий образ тієї людини, яку сприймають, чий образ створюється, та об’єктивну, тобто сприйману тим, хто спостерігає. Переданий і сприйманий образи можуть не співпадати. Існує так званий розрив достовірності образу, коли є вищеназвана розбіжність [5, с. 222].

Ця методологічна схема надає змогу виокремити типи іміджу згідно з критерієм ставлення до суб’єкта формування, суб’єкта сприйняття чи взаємодії між ними. Наприклад, О. О. Калюжний пропонує такі типи іміджу: імідж самосприйняття; імідж, що сприймається іншими; потрібний імідж (особистий та професійний) [9].

Другий рівень аналізу – це вивчення іміджу з позицій методологічної схеми: суб'єкт іміджу – об'єкт іміджу. У цьому випадку увага приділяється переважно якостям суб'єкта іміджу, але менше досліджується об'єкт. Це надає змогу виокремити види іміджу відповідно до критерію характеристик суб'єкта іміджу: дзеркальний, поточний, бажаний, множинний, груповий тощо [9].

Третій рівень аналізу – це вивчення складових іміджу. У науці для цього є декілька підходів.

По-перше, це виокремлення основи іміджу – основою іміджу є особиста чарівливість. Як вважає В. М. Шепель, це збірне поняття акумулює в собі кращі людські якості, інформаційний потенціал особи [16]. Чарівливість людини, – підкреслює Н. А. Морева, – це її комунікабельність, емпатичність, рефлексія, красномовство, а також зовнішня привабливість, легка адаптація до нових умов, уміння зберігати впевненість у колі незнайомих людей, терпимість до інакомислення [12, с. 93].

По-друге, це виокремлення взаємопов'язаних складових іміджу. Наприклад Л. М. Мітіна розглядає професійний імідж викладача у взаємозв'язку таких складових: габітарна, когнітивна, вербальна, кінетична [11]. На думку О. О. Калюжного [9], складові іміджу можна уявити як конгломерат трьох елементів: комунікабельність, зовнішні складові, внутрішні складові. Модель іміджу за Л. Ю. Донською передбачає у структурі іміджу викладача ядро іміджу (природний компонент), внутрішній рівень (особистісний, професійний, поведінковий компоненти) і зовнішній рівень (візуальний, аудіальний, ольфакторний, кінестетичний компоненти) [8]. За Т. Б. Кулаковою [10] імідж викладача містить у собі загальнокультурну та професійну письменність, вербальну і невербальну комунікацію, культуру зовнішнього вигляду.

По-третє, це розгляд іміджу як цілісного явища. Так, В. В. Бойко відзначає складність структури іміджу та розглядає імідж як цілісність, до якої входять такі компоненти:

1. Аудіовізуальна культура особи: наскільки грамотним і приємним є її мовлення, якою є манера триматися, у що й як одягнена людина, яка в неї зачіска тощо. Але нагадаємо, що зовнішній вигляд повинен відповідати очікуванням більшості або певної групи людей.

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

3. Внутрішня філософія, система цінностей людини: що вона думає про життя, про виконувану справу, про людей, з якими має справу, якими є її етичні принципи.

4. Атрибути, що підкреслюють статус і прагнення особи – меблі в офісі, машина, домашні тварини тощо.

5. Психогігієнічний “Я-образ”: привабливий психогігієнічний образ партнера, тобто людина зовні та внутрішньо спокійна, активна, у гарному настрої, доброзичлива, оптимістична, миролюбна [7, с. 81].

В. Н. Черепанова вважає, що імідж як явище середовища можна подати у вигляді моделі з двох взаємопов’язаних компонентів: ядра, порівняно статичної, але здатної до змін складової, тобто “Я-концепції”, і змінної, поданої аудіальною, візуальною, ольфакторною, кінестичною системами, які достатньо оперативно змінюються залежно від умов середовища [15, с. 6].

За С. Д. Якушевою імідж є інтегральною складовою особи та передбачає:

– інтелектуальну культуру (гнучкість мислення, рефлексія і самосвідомість, пов’язана з розвитком творчого начала та зростанням професійної майстерності педагога);

– габітарну (від *habitus* – зовнішність) культуру (культура особи, яка містить індивідуальність, що визначає колірну гаму, фізичні і психофізіологічні особливості; стиль (романтичний, спортивний, драматичний), що встановлює індивідуальну креативну характеристику відповідно до вимог професії, моду, що відображає тенденції розвитку та допомагає педагогу бути сучасним і визнаним у середовищі колег та тих, хто навчається);

– кінетичну (від kinesis – рух) культуру, обумовлену мімікою і пантомімікою (жести, вираз очей, поза, рух тіла, хода та постава);

– мовну культуру (особова культура, яка розвивається на основі принципу об'єктивних зв'язків між мовою і пізнавальними процесами, передбачає відчуття стилю, розвинений смак та ерудицію);

– культуру середовища – матеріальну і соціальну (оточення й аксесуари); артистичну культуру;

– інтегровану якість особи, єдність загальної культури та артистизму, аксіологічного й естетико-етичного джерела в різноманітних видах професійної діяльності і спілкування [4, с. 41].

Четвертий рівень аналізу – закономірності формування іміджу викладача. Аналіз наукових праць дає підстави стверджувати, що формування іміджу викладача вищої школи доцільно вивчати, опираючись на такі загальні підходи:

1. Найбільш загальним положенням про формування іміджу є вказівки на те, що імідж формується як результат зіткнення когось з кимось. Це положення надає можливість аналізувати: по-перше, того, хто формує свій імідж; по-друге, того, хто цей імідж сприймає [2].

Формування іміджу відбувається на основі об'єктивних характеристик діяльності окремої особистості. Це може відбуватися як природним шляхом (наслідок діяльності індивіда), так і в результаті цілеспрямованої діяльності із застосуванням спеціальних соціо- та психотехнічних засобів і технологій.

2. За Т. Б. Кулаковою формування іміджу пов'язано з такими психолого-педагогічними чинниками: самовиховання, гармонія візуального образу, комунікативність, саморегуляція та мовна дія [10, с. 4].

Як вважає Л. Ю. Донська, створення іміджу викладача розглядається як поетапний процес (суб'єкт – прообраз іміджу – первинний імідж – вторинний імідж – ідеальний імідж), спеціально організована взаємодія учасників формування іміджу на основі соціальної перцепції з метою забезпечення позитивного ставлення соціуму до конкретного педагога [8].

В. А. Баранова стверджує, що робота над іміджем складається з чотирьох етапів:

1. Виявлення того, який образ людина має нині і наскільки він відповідає уявленням про неї з боку оточення. Тому, хто створює імідж, важливо вирішити питання про привабливість/непривабливість образу в цілому: зовнішній вигляд, дії, слова, манера говорити, рухатися, спілкуватися.

2. Власне створення образу. Тут робота відбувається в напрямку пошуку “публіки”, тобто тієї групи (соціальної, навчальної), на яку розраховується імідж, вироблення способів залучення уваги та чинників привабливості, вибір прийомів формування іміджу.

3. Пошук девізу (гасла), під яким відбуватиметься створення іміджу. Девіз надає можливість людині утвердитися в цільових орієнтирах і стисло, лаконічно їх сформулювати в плані “гучної мови”.

4. Створення легенд. Суть її виражається в тому, що, дотримуючись певного іміджу, людина вирізнятиметься в оточенні, проте залишатиметься однією з них [6, с. 8].

Відповідно до технології створення іміджу П. Берда та Ф. Дейвіса основу побудови складає механізм презентації [17]. Усі технології презентації спрямовано на зустріч з аудиторією, а також на прагнення справити на неї враження чарівливістю власної особи, ентузіазмом і здібностями. Така зустріч надає можливість творцю іміджу сформувати власну позицію та з'ясувати, наскільки він заслуговує довіри колег. Центральним моментом презентації є створення першого враження. Між іміджем і буденною свідомістю є своєрідний зв'язок: імідж виступає як символ, набір сигналів (зорових та слухових), викликаючи прості емоції.

Отже, процес формування іміджу – складна, багаторівнева система, яка містить концептуальні ідеї, культурологічну технологію, прогностичну модель, шляхи й умови формування іміджу майбутнього педагога на основі взаємозв'язку освіти і культури, а також критерії та рівні сформованості професійного іміджу. Ця система визначає необхідність удосконалення якості

вищої освіти з підготовки майбутніх педагогів, здатних до ефективної професійної діяльності в умовах сучасного соціуму, що швидко змінюються.

П'ятий рівень аналізу – вивчення закономірностей сприйняття іміджу викладача. Є три рівні сприйняття іміджу:

– біологічний, коли суттєву роль відіграє стать, вік, стан здоров'я, темперамент, фізичні дані;

– психологічний, коли на імідж впливають ті якості або риси, які приписуються або можуть бути приписані пред'явнику іміджу: воля, пам'ять, мислення, характер, здібності; приписувані якості можуть бути пояснені або не пояснені; важливість цього рівня сприйняття полягає в тому, що завдяки йому враховуються цілі, цінності, інтереси соціальної групи, а система відносин будується відповідно до проголошених вимог;

– соціальний, який є системою фактів, чуток, пліток, легенд, уявлень про соціальний статус [6].

Індивідуальний імідж педагога, поданий як сукупність зовнішніх і внутрішніх особистих та професійних якостей, є здатністю до суб'єкт-суб'єктного спілкування з учасниками освітнього процесу.

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

Сприйняття іміджу викладача формує можливість формування як типології іміджу викладача, так і типології тих, хто сприймає.

Наприклад, за даними М. Галена, студенти поділяють сучасних викладачів на такі групи:

1) “вічні студенти”: розуміють студентів, бачать у них особистість, охоче дискутують на різні теми, мають високий інтелект та професіоналізм;

2) “колишні моряки”: намагаються встановити військову дисципліну у ВНЗ; під словом “дисципліна” ці люди розуміють тотальне беззастережне прийняття їх точки зору, цінують “рабство”, а не інтелект і вміння логічно мислити, намагаються задавити особистість, “Я” студента шляхом адміністративних заходів;

3) формалісти: на роботі “відбувають” свої години, байдужі до студентів (робіть, що хочете, аби мені не заважали);

4) “байдужі”, “заздрісні”, “обмежені”, “пани”, “роботи”, викладачі, які за людськими та професійними якостями не відповідають ідеалу, прийнятному для студента;

5) “трудяги”, “гурмани”, “друзі”: користуються авторитетом у студентів за окремі привабливі особистісні риси;

6) “викладач-стандарт”: знає свій предмет, живе своєю роботою, важкий у спілкуванні, амбітний, упертий, не цікавий ні собі, ні студентам [14, с. 134].

Висновки. На підставі викладеного вище можна зробити такі висновки:

1. Імідж викладача вищої школи є формою відображення процесів, що відбуваються у взаємодії суб'єкта створення іміджу і суб'єкта сприйняття іміджу. У цій взаємодії формуються думки про те, яким є викладач, який знаходиться поруч та спілкується з учнями.

2. Імідж викладача вищої школи доцільно вивчати, опираючись на схему, що має п'ять рівнів:

– рівень перший, орієнтований на узагальнення знань у межах моделі: суб'єкт формування іміджу – суб'єкт сприйняття іміджу – процес взаємодії між суб'єктом формування іміджу і суб'єктом сприйняття іміджу;

– рівень другий, орієнтований на узагальнення знань у межах моделі: суб'єкт іміджу – об'єкт іміджу;

– рівень третій, орієнтований на вивчення складових іміджу;

– рівень четвертий, орієнтований на вивчення процесів формування іміджу;

– рівень п'ятий, орієнтований на вивчення сприйняття іміджу.

Отже, імідж як багаторівнева багатофункціональна система є найважливішим компонентом педагогічної майстерності. Як об'єкт психологічного дослідження імідж є ідеальним об'єктом з такими характеристиками: цілісний, хитливий, емоційно пофарбований, різноманітний. Він забезпечує процес професійної соціалізації педагога через образ, від

подання про себе до образного подання себе суспільству; від розуміння та самопізнання себе до сутнісної самоідентифікації, далі – через процес самовдосконалення і розвитку до самоподання себе суспільству.

Педагогічний імідж – це динамічний образ викладача, який має свій зміст. Це сукупність виявів людини в педагогічному процесі, що обумовлюють характер та результативність процесу навчання. Формування позитивного іміджу викладача залежить від його природного, психологічного, соціального компонентів і найголовніше – від бажання створити позитивний імідж.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямку пов'язані, на нашу думку, з вивченням особливостей сприйняття студентами іміджу викладачів технічних, технологічних, гуманітарних, природничих дисциплін. Уточненню також, з нашої точки зору, підлягає питання про вивчення іміджу викладача у зв'язку з його віковими та статевими характеристиками. Цікавим також є питання про вплив гендерних стереотипів на сприйняття іміджу викладача вищої школи.

Список використаної літератури

1. Грейліх, О. Психологія формування іміджу викладача вищого начального закладу / О. Грейліх // Гуманітарний вісник. – 2007. – № 19. – С. 14–21.
2. Зінченко, В. Імідж учителя, або психологія одягу / В. Зінченко // Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід. – 2008. – № 4. – С. 85–86.
3. Кайданова, Л. Г. Професійна компетентність та імідж сучасного викладача / Л. Г. Кайданова // Гуманітарний вісник. – 2009. – № 17. – С. 24–29.
4. Сучасний вчитель як суб'єкт педагогічної комунікації / за ред. С. О. Мусатова. – К. : Наукова думка, 2003. – 96 с.
5. Андриенко, Е. В. Социальная психология : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Е. В. Андриенко ; под ред. В. А. Слостенина. – М. : Академия, 2000. – 264 с.
6. Баранова, В. А. Имидж личности как социально-психологическое явление / В. А. Баранова // Магистр. – 1994. – № 2. – С. 7–9.

7. Бойко, В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других / В. В. Бойко. – М. : Филинь, 1996. – 472 с.
8. Донская, Л. Ю. Психологические условия формирования имиджа преподавателя высшей школы : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. психол. наук / Л. Ю. Донская. – Ставрополь, 2004. – 212 с.
9. Калюжный, А. А. Психология формирования имиджа учителя / А. А. Калюжный. – М., 2004.
10. Кулакова, Т. Б. Имидж педагога как социокультурный феномен : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. психол. наук / Т. Б. Кулакова. – М., 2007. – 201 с.
11. Митина, Л. М. Учитель как личность и как профессионал / Л. М. Митина. – М. : Дело, 1994. – 289 с.
12. Морева, Н. А. Основы педагогического мастерства : учеб. пособие для вузов / Н. А. Морева. – М. : Просвещение, 2006. – 320 с.
13. Попова, О. И. Имидж преподавателя: проблема самореализации в образовательном взаимодействии / О. И. Попова // Педагогическое образование в России. – 2001. – № 4. – С. 13–19.
14. Практическая психология для преподавателей / под ред. М. К. Тутушкиной. – М., 1997. – 321 с.
15. Черепанова, В. Н. Курс лекций по имиджелогии : учеб. пособие / В. Н. Черепанова. – Тюмень : ТюмГНГУ, 2002. – Ч. 1. – 186 с.
16. Шепель, В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям / В. М. Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 576 с.
17. Bird, P. Self yourself / P. Bird. – London, 1994. – P. 10.

Рецензент: доктор психологічних наук, професор Бочелюк В. Й.

Стаття надійшла до редакції 18.04.2013.

Демчук Т. П. Направления изучения имиджа преподавателя высшей школы

В статье рассмотрены некоторые теоретические положения, определяющие содержание изучения имиджа преподавателя высшей школы. Проанализированы научные работы, посвященные проблематике имиджа, сделаны выводы о содержании понятия “имидж преподавателя высшей школы”, рассмотрены направления теоретического и практического изучения имиджа преподавателя высшей школы.

Ключевые слова: *имидж преподавателя высшей школы, изучение имиджа преподавателя высшей школы, формирование имиджа преподавателя высшей школы, составляющие имиджа преподавателя высшей школы, вид имиджа преподавателя высшей школы.*

Demchuk T. P. Directions of the research of image of high school teacher

The article discusses some theoretical concepts determining the content of the study of the image of high school teacher. Scientific works regarding the problems of image have been analysed, the conclusions about the content of the concept of the image of high school teacher have been made, the directions of the theoretical and practical study of the image of high school teacher have been described.

Key words: *image of high school teacher, study of image of high school teacher, formation of image of high school teacher, components of image of high school teacher, types of image of high school teacher.*