

УДК 378.126

МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ВИКЛАДАЧА ВИЩОЇ ШКОЛИ

І. С. Жердєва, С. С. Рашидова

У статті обґрунтовано методика, що представляє технологічні основи формування іміджу викладача вищої школи і спрямована на забезпечення ефективності цього процесу; розкрито психолого-педагогічний інструментарій формування іміджу викладача вищої школи та особливості його використання.

Ключові слова: імідж, імідж викладача вищої школи, педагогічна іміджологія, технологія формування іміджу викладача, методика, методика формування іміджу викладача.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Суспільні виклики щодо розвитку національної освіти і ролі педагогічних кадрів відображено у Законі України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національній стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2021 року. Реалізація визначених у цих документах завдань зумовлює підготовку кваліфікованих кадрів, здатних до творчої праці, професійного вдосконалення та прагнення до самопізнання. Постає питання підвищення престижу професії викладача у суспільстві та утвердження високого соціального статусу педагога. З огляду на це набуває актуальності процес створення цілісного професійного іміджу педагога, який стає необхідним атрибутом соціально-професійних відносин.

Традиційно вважалось, що професійний успіх викладача визначається зовнішнім показником діяльності – сумою знань, а проблема іміджу як відображення внутрішньої культури та зовнішнього образу особистості у педагогічній науці майже не досліджувалась. У зв'язку з переосмисленням процесів професійного становлення педагога виникає необхідність не тільки теоретично обґрунтувати природу, типи, функції іміджу педагога, а й створити інструментарій формування його особистісно-професійного іміджу; розробити методика формування іміджу викладача вищої школи, яка дасть змогу вдосконалити або створити позитивний імідж викладача вищої школи.

Відтак, основною метою статті є обґрунтування методики, що забезпечить ефективність процесу формування іміджу викладача вищої школи.

Аналіз досліджень і публікацій, в яких започатковане вирішення даної проблеми і на які спирається автор. Окремі аспекти проблеми формування іміджу викладача вищої школи були висвітлені науковцями, які досліджували: психологію індивідуальності (Б. Ананьєв, В. Мерлін, С. Рубінштейн); особливості становлення «Я-концепції» особистості (Р. Бернс, А. Маслоу); специфіку сприйняття людини людиною та соціальної перцепції (Л. Божович, Л. Виготський, Б. Ломов); концептуальні засади та практичний інструментарій іміджології (П. Берд, Л. Браун, Ф. Джефкінс, А. Панасюк, В. Шепель, О. Грейліх); сутність професійного іміджу фахівця та особливості його ефективної самопрезентації (І. Альохіна, Ф. Кузін, Д. Френсіс); формування педагогічного іміджу та «професійного Я - образу» викладача вищої школи (Н. Гузій, А. Морозов, С. Панчук, В. Шепель).

Імідж сьогодні є важливим аргументом для прийняття безлічі соціальних рішень. При цьому, за О. О. Петровою, основна частина взаємодій будуватиметься не на сутнісному пізнанні іншого, а на основі іміджу, що виявляється під час публічної взаємодії. Бо володіння іміджевим механізмом важливо, перш за все, для людей публічних професій: політиків, журналістів, телеведучих, але головним чином педагогам, оскільки діяльність педагога є джерелом інформації, постачальником культурних кодів, а також соціалізації особистості, як викладача, так і того, хто навчається [11].

Метою розвитку іміджевої виразності індивіда, як вважає В. Г. Горчакова, є остаточний синтез свідомого і несвідомого, індивідуального і колективного, зовнішнього і внутрішнього, що забезпечує консолідацію особистості, перехід від персони (маски) до вищої самості, становленню творчої особистості імені себе самого [6, с. 12].

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих результатів. П. О. В'яземський писав: «Мистецтво подобатися є таємниця, яка дарується природою або викрадається наполегливим зусиллям, в обох випадках гідна поваги та заздрості» [Цит. за: 4, с. 11]. Імідж як мистецтво подобатись колись був чимось таємничим, непередбаченим, «чужим», сьогодні ж стає об'єктом наукових досліджень і технологій в різних сферах соціального життя, і головне – педагогічній. Поява викладача, що створює свій власний

імідж, дозволяє говорити про появу нової галузі іміджології – педагогічної іміджології.

Доцільно зазначити, що особистий імідж викладача – це форма професійної життєдіяльності особистості, завдяки якій «на люди» виставляються сильнодіючі особистісно-ділові характеристики конкретної людини. Безперечно, далеко не всім педагогічним працівникам ці риси притаманні, їх необхідно створювати, формуючи позитивний особистісний імідж. Для того, щоб сформувати особистісно-професійний імідж, викладачеві потрібно добре попрацювати над собою. За загально визнаною думкою, імідж викладача – це стереотип образу педагога в поданні студентів, колег і соціального оточення. При формуванні чи корекції іміджу викладача слід враховувати притаманні йому особистісні якості й якості, які приписуються оточуючими людьми.

Педагогічна іміджологія дозволяє інакше поглянути на навчальний процес у вищих навчальних закладах і на самого педагога. З цією метою педагогічна іміджологія може активно використовувати методи загальної іміджології, що імпонують нам як дослідникам і практикам і є, на наш погляд, найбільш значущими і важливими. Серед них: позиціонування, маніпулювання, емоціоналізація, деталізація, метафоризація, акцентування інформації, вербалізація, візуалізація, дистанціювання, опитування громадської думки, впровадження моделей сприйняття, нейролінгвістичне програмування та інші.

Метод позиціонування слід розуміти як створення середовища, сприятливого для об'єкта, виділення характеристик, в яких особливо зацікавлений споживач. Позитивним моментом такого підходу стає включення поряд з раціональною сильною емоційною складовою, яка, як відомо, не тільки має більшу силу впливу, але і краще запам'ятовується.

Маніпулювання є поширеним способом комунікативного впливу, тому часто використовується інтуїтивно для перенесення уваги на інший об'єкт. Психологічний аспект проблеми маніпуляції можна представити у вигляді такої структури:

- стимул активності – потреби, інтереси, схильності, ідеали;
- регулятори активності – смислові, цільові та операційні установки, групові норми, самооцінка, світогляд, переконання;
- когнітивні (інформаційні) – знання про світ і людей;
- операціональний склад діяльності – спосіб мислення, звички, вміння, навички, кваліфікація;
- психічні стани.

Емоціоналізація передбачає співвідношення раціональних та емоційних складових. Емоційно забарвлена інформація легше сприймається аудиторією і краще запам'ятовується. Деталізація подачі інформації підвищує силу впливу, це інший рівень довіри, адже деталям аудиторія вірить завжди більше, ніж абстракціям. Це також перехід на особистісне спілкування, коли викладач виступає і сприймається як людина. Виводячи спілкування між масовою чи груповою аудиторією і викладачем на рівень особистісного спілкування, відбувається поглиблення образу останнього, деталь краще впливає і зберігається в пам'яті, оскільки з її допомогою починає відновлюватися весь вигляд або поведінка.

Метафоризація є ефективним методом побудови впливу. Він істотно доповнює відомі і поширені в педагогіці методи навіювання і переконання (що не завжди є ефективними, особливо у студентському віці), тому що не тільки дозволяє перебудувати свідомість людини, а й одночасно є сильним механізмом, що впливає на свідомість студента.

Акцентування інформації передбачає як її приховування, так і акцент на неї або нав'язування, тобто йде відбір тієї чи іншої інформації з урахуванням певних ціннісних критеріїв, ніколи не будучи повністю об'єктивними. Такий підхід дозволяє змінювати масову свідомість, коли у відповідь на одну обговорювану тему для дискусії запускається зовсім інша, що дозволяє відвести увагу в іншу сферу.

Вербалізація дійсності необхідна для яскравого і барвистого опису різних ситуацій, для того, щоб вербалізувати уявлення людей. Це роблять або з метою відходу від реальної ситуації або приєднання до думки аудиторії. Побудова текстів має задовольняти потребам аудиторії, оскільки саме вони більшою мірою визначають нашу поведінку.

Візуалізація поряд з вербалізацією здійснює вплив на аудиторію. Візуальний образ повинен співвідноситися із зовнішністю співрозмовника і не сильно відрізнятися від реального. Зовнішній вигляд педагога має неабияку силу впливу.

Дистанціювання необхідно для випадків кризових ситуацій, до яких повинна бути готова людина, в тому числі і педагог. Це ситуація, коли відбувається первісне створення норми, а потім виникає необхідна якість характеру.

Опитування громадської думки є своєрідним початком іміджу людини, його місця і рейтингу в колективі і суспільстві в цілому. Опитування виступає не тільки як елемент аналізу, але і як інструмент впливу, який використовується для формуючого ефекту.

Впровадження моделей сприйняття, як і самої інформації, важливо для управління увагою студентської аудиторії чи конкретного студента. При чому студентами не тільки отримується чи висловлюється певна інформація чи повідомлення, але і відбувається схвалення з вуст шанованих і авторитетних особистостей (якими імовірно є викладачі). Впровадження моделей сприйняття в аудиторію являє собою перехід офіційної комунікації в неофіційну.

Нейролінгвістичне програмування (НЛП) являє собою точну модель сприйняття, досвіду, стратегії мислення. У виборі назви зіграло роль те, що зв'язок «мислення – тіло» організовується через нейронну мережу і формується всередині неї. Конкретний інструментарій НЛП передбачає використання наступних прийомів:

- «віддзеркалювання» складається з пред'явлення об'єкту зорових, мовних і паралінгвістичних характеристик, властивих йому самому, що веде до позитивного емоційного фону спілкування, знімаються «захисні фільтри»;

- «емоційне збудження», доведення слухачів до стану сприяння шляхом емоційного впливу на ситуативно запропоновані риси характеру і почуття, при цьому можливо полестити, заперечити, торкнутися почуття власної гідності та ін.;

- «накладення субмодальностей» полягає у введенні в свою промову чужих мовних характеристик, які створюють сприятливий фон спілкування;

- «якоріння пікового досвіду» полягає у фіксації моментів, під час яких людина перебуває на піку своїх емоційних переживань. При цьому послаблюється критичність сприйняття, в цей момент можлива передача об'єкту впливу іншої інформації [2, с.14].

Імідж принципово важко оцінити за якістю, хоча практична потреба в реальній оцінці досить висока. Для найбільш ефективного аналізу іміджу необхідно враховувати такі критерії:

- самооцінка педагога: вдалим вважається імідж, який викликає у педагога певні відчуття усвідомлення своєї особистості, своєї значущості, авторитетності;

- поява оцінок оточуючих, причому не обов'язково позитивних;

- практичне досягнення запланованої мети при впевненості, що вона досягається за допомогою іміджу.

З урахуванням цього більш успішним буде імідж, який характеризується найбільшою гнучкістю, тобто він може бути змінений педагогом при виникненні будь-яких перешкод [2, с. 20].

Услід за О. Грейліх і В. Артюшиною роботу з формування іміджу можна представити у вигляді такої *моделі*.

- Визначення вимог аудиторії. Для виконання завдання необхідна підтримка аудиторії, яка має свою думку на все, що відбувається.

- Визначення сильних та слабких сторін об'єкта. Об'єктом може бути будь-який учасник цілісного педагогічного процесу.

- Формування образу і підведення характеристик об'єкта під вимоги аудиторії. Це важливий момент процесу, оскільки практики радять працювати не стільки над слабкими сторонами, щоб їх приховати, скільки підсилювати наявні позитивні моменти, так як саме така стратегія визнана найбільш ефективною.

- Переклад необхідних характеристик об'єкта в вербальну, візуальну і подієву форми, оскільки повідомлення в такому вигляді більш вірогідно оцінюються аудиторією.

Імідж складається з частин, які повинні співвідноситися з цілим. У ньому неможливі риси, які були б усунені або незалежні від інших. У цьому плані імідж є органічним цілим, з якого важко видалити будь-яку частину без серйозних змін всього образу [1, с. 50].

Види іміджу можна умовно представити як:

- *образ ідеальний* представляє точку зору аудиторії на ідеал педагога;

- *образ реальний* відповідає наявним у педагога характеристикам з його сильними і слабкими сторонами;

- *власний уявний образ (самоімідж)* – уявлення педагога про самого себе;

- *образ, що сприймається*, відповідає студентським уявленням чи уявленням колег про педагога;

- *створений образ* – образ, який склався під час іміджевих технологій з нуля (мова йде про викладача-початківця), або корекції реального, або співвідношенні ідеального і самоіміджу, ідеального і того, що сприймається.

Професійно-педагогічному іміджу як спеціально сконструйованому образу притаманні особливі характеристики. Зокрема, з урахуванням критерію спрямованості прояву він буває:

- *зовнішнім*, що виявляється у зовнішньому середовищі і орієнтований на споживачів сфери освітніх послуг, що знаходить вираз у фірмовому стилі, логотипі, слоганах, інтер'єрах вузів, зовнішньому вигляді науково-педагогічного персоналу та ін.;

– *внутрішнім*, який формується як враження про професійно-педагогічну діяльність та відносини персоналу ВНЗ, що проявляється в особливостях дидактичних, моральних і естетичних відносин, етики поведінки, особливостях ділового та педагогічного спілкування, традиціях, нормах педагогічної культури тощо.

За критерієм емоційного забарвлення професійно-педагогічний імідж викладача вищої школи правомірно диференціювати на два типи: *позитивний*, що викликає позитивне ставлення і довіру до нього, високий рейтинг і впевненість вибору; *негативний*, що складається стихійно.

Узагальнюючи результати досліджень з проблеми іміджу, ми дійшли висновку, що необхідними для позитивного іміджу є такі якості: цілеспрямованість, рішучість, евристичність мислення, гнучкість поведінки, готовність ризикувати, впевненість у собі, конкурентоздатність, енергійність, прагнення до успіху, гуманність, такт, комунікативність, ініціативність, харизма тощо, з яких, на наш погляд, складається «уміння подобатися людям».

Позитивний професійно-педагогічний імідж сприяє підвищенню престижу, репутації і авторитету як особистості викладача, так і ВНЗ, в цілому, і як результат – сприяє позитивному перетворюючому впливу викладачів вищої школи на вихованців. Адже відомо, що саме особистісний приклад – метод потужної виховної сили. Отже, образ педагога, його імідж має силу виховуючого впливу.

Визначивши сутнісні та видові характеристики іміджу, перейдемо до технологій створення іміджу викладача.

Існує кілька технологій створення іміджу: є, наприклад, технології створення іміджу для початківців і для вже збагачених власним досвідом педагогів. Одне, безперечно, що це гнучка, динамічна система, що не може бути універсальною, вона постійно змінюється в залежності від умов, обставин, часу і суб'єктів навчально-виховного процесу.

В. М. Шепель, наприклад, вважає, що створення іміджу – це послідовне виконання шести міні-технологій. До них відносяться:

- 1) підтвердження стартових умов освоєння технології;
- 2) «будівництво» зовнішності;
- 3) «комунікативна механіка»;
- 4) «флюїдне випромінювання»;
- 5) відпрацювання риторичних прийомів;
- 6) зведення всіх міні-технологій в одне ціле [14].

Іміджмейкер Л. Браун будує свою технологію створення іміджу, враховуючи, що сильно зросла в останні десятиліття роль ЗМІ. У зв'язку з цим вона пропонує при формуванні іміджу покласти в його основу наступні фактори: зовнішній вигляд; голос; публічні виступи; спілкування з представниками преси; поведінка перед телеекраном; підтримка постійної форми [10].

У процесі зміни себе до бажаного образу Д. Г. Скотт виокремлює три головні стадії і пропонує технологію їх упровадження:

I етап: створення імітаційного ескізу образу, який виникає в уяві на основі спостережень, вивчення літературних джерел, поглядів та суджень інших людей.

II етап: побудова рольового образу і поступове оволодіння ним на основі закономірностей та рекомендацій театральної педагогіки, практичне вживання педагога в уявний образ.

На другому етапі слід скласти план дій, сценарій, щоб уявити себе в образі нового «Я». Готуйте себе до нової ролі: знову і знову в думці випробуйте цю роль, аби закріпити реальність створеного вами образу, в якому ви намагаєтесь досягти таких результатів, як: зовнішній вигляд, рівень ерудиції, професійна компетентність, загальна культура, ораторське мистецтво.

III етап: виникнення правдивого «життєвого» образу, відповідно до уявної моделі, злиття особистості вчителя із створеним образом, який починає існувати як реальність.

Ця технологія стосується тільки «внутрішнього» іміджу. Але подібним чином необхідно вибирати також критерії зовнішнього іміджу, бо відомо, що зміст і форма мають бути в єдності. Отже, людина повинна продумати свій зовнішній вигляд, який підкреслював би як загальнолюдські чесноти, так і фахові достоїнства [8].

Опрацювавши вищезазначені технології (Л. Шепель, Д. Скотт, Л. Браун), було визначено основні етапи та впроваджено власну методику формування іміджу викладача ВНЗ у магістратурі «Педагогіка вищої школи» на здобуття кваліфікації «Викладач вищої школи» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля:

1. Визначення стартових умов – особистісних і професійних якостей, здібностей, життєвого і професійного досвіду, тобто підготовленості магістранта до майбутньої професії – викладача вищої школи (йому пропонується опитувальник, за допомогою якого він зможе визначити реальний стан і те, над

- чим йому необхідно працювати, щоб сформувати свій привабливий імідж).
2. Співвіднесення отриманих стартових умов, тобто реального образу, з ідеальним іміджем. Робота над якістю власного «внутрішнього» іміджу, тобто приближення реального образу до ідеального.
 3. Робота над створенням привабливого зовнішнього образу (одяг, макіяж, зачіска, жести, хода, міміка).
 4. Відпрацювання комунікативної механіки (на цьому етапі необхідно удосконалюватися в мистецтві публічних виступів, веденні переговорів та бесід).
 5. Оволодіння ефективною поведінковою технікою (вдосконалення культури поведінки, такту, мистецтва залишати хороше враження про себе, майстерність вирішення педагогічних завдань, запобігання конфліктам і опрацювання тактики дій у конфліктних ситуаціях).
 6. Вивчення законів ортобіою і їх відпрацювання (тобто здорового способу життя, неможливого без раціонального харчування, систематичних занять спортом, освоєння методів саморегуляції, зняття напруги і розслаблення).

Під час перевірки ефективності розробленої методики було використано всі основні форми навчально-виховного процесу: аудиторні заняття, виховні години, групові та індивідуальні консультації, конференції, тренінги.

На першому етапі було проведено діагностику, результати якої дали можливість будувати процес створення чи вдосконалення власного іміджу. На виховних годинах студенти визначалися в особистісних і професійних якостях, притаманних їм. Визначено, що основними мотивами щодо зміни та створення власного іміджу є такі: бажання не втратити авторитет у викладачів; страх підвести свого наукового керівника; бажання завоювати симпатії студентів, підвищити рівень їх знань і умінь; задоволення особистої потреби у самовдосконаленні, новизні праці та прояві творчого потенціалу; бажання утвердити новаторство (у стилі спілкування зі студентами та зовнішньому образі викладача вищої школи).

Під час вивчення курсу «Педагогічна майстерність та імідж викладача вищої школи» студенти отримують систему знань з формування та проектування педагогічного іміджу. Методологічну основу дисципліни склали аксіологічний, гуманістичний, особистісно-

діяльнісний підходи, що є найбільш спільними по відношенню до гуманістичної проблематики, розглядають людину як вищу цінність соціального розвитку і дозволяють вивчати процес формування педагогічної майстерності та іміджу викладача ВНЗ з точки зору професіоналізму та дієвого гуманізму.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні

знати: сутність, зміст, структуру, основні категорії педагогічної майстерності та іміджу викладача вищої школи; зв'язок гуманістичної спрямованості з педагогічною культурою; шляхи і механізми розвитку педагогічної майстерності та психологічні умови формування іміджу викладача вищої школи.

вміти: працювати з навчальною та науковою літературою з педагогіки вищої школи, педагогічної майстерності та іміджології; створювати наукові продукти (реферати, курсові роботи, статті); орієнтуватися в колі проблем сучасної педагогічної практики ВНЗ; організовувати взаємодію у системі суб'єкт-суб'єктних відносин; моделювати майбутню педагогічну (навчальну і виховну) діяльність; розвивати та удосконалювати педагогічну техніку, педагогічні здібності та професійні й особистісні якості; формувати і коригувати власний професійний імідж.

Знання, уміння та навички, отримані студентами в процесі вивчення дисципліни «Педагогічна майстерність та імідж викладача вищої школи» мають бути реалізовані під час підготовки і захисту магістерської роботи та педагогічної практики.

Перший етап продемонстрував серйозність намірів магістрантів щодо відпрацювання власного професійного іміджу, які виявляються у справжніх особистісних і професійних потребах до самовдосконалення, усвідомленні мети педагогічної діяльності, віри у здійснення задуманого та сприйняття ідеального іміджу як орієнтиру, до якого слід рухатися.

На другому етапі роботи над іміджем зі студентами-магістрантами було створено структурну карту актуального образу «Я».

На практичних аудиторних заняттях та виховних годинах здійснювалась робота з формування габітарного іміджу: стилізація образу педагога, побудова індивідуального портрету, створення віртуального раціонального гардеробу педагога, добір аксесуарів. Виступаючи перед студентами в якості викладача магістранти намагались дотримуватися обраних еталонів: діловий стиль одягу,

мінімум прикрас, хоча зазначали, що хотіли б мати більш престижний (дорогий) одяг (20%), бо на початковому етапі знайомства зі студентською аудиторією, коли студенти ще не можуть оцінити ні рівень знань та умінь педагога, ні особистісні якості, одяг має певне значення.

Під час опрацювання вербального іміджу через рольові ігри студентам пропонувалося змінити голос, інтонацію, манеру говорити. Студенти визначили, що голос є маркером стану душі, а іноді буває основним засобом подання себе: якщо голос красиво лунає, то людина почуває себе комфортно. Студенти визначали, що під час роботи з аудиторією, саме голос «видавав» їх хвилювання, тремтів, був неприродним.

Робота над кінетичним іміджем проводилася за допомогою тренінгів, що передбачали формування виразності рухів, вчили передавати почуття через рухи тіла, пластику, ходу, характерні жести, пози та манери, однак під час викладання матеріалу більшість студентів-магістрантів використовували зайві рухи, що не підсилювали зміст викладу (потирали руки, крутили олівець тощо).

Ще одним важливим показником іміджу викладача є його мовлення: вміння будувати публічний виступ перед аудиторією, організувати дискусію, керувати спілкуванням під час навчального заняття, використовувати в мовленні влучні забарвлення (метафори, гіперболи, афоризми, конкретні приклади з життя чи професії) тощо. Мовленнєва компетентність є запорукою професіоналізму викладача. Тому дуже важливим було відпрацювання вправ над мовленнєвим апаратом щодо вдосконалення як культури, так і техніки мовлення, спроби студентами себе у мікровикладанні, розв'язанні педагогічних ситуацій тощо.

Разом зі студентами було визначено, що імідж, тобто його створення, виступає специфічним видом мистецтва, який вбирає в себе декілька видів мистецтв: зображувальне, пластичне, режисерське, ораторське, мистецтво одягатися, соціально-психологічне (як мистецтво самопрезентації).

Третій етап – створення власного особистісно-професійного образу на основі уявної моделі, формування цінностей, злиття особистості студента із створеним ним образом, який починає працювати як реальність.

На заключному етапі було проведено ділову гру «Презентація фахівця» [9]. У діловій грі прийняли участь студенти-магістранти, які

були поділені на три підгрупи. Учасникам гри потрібно було порівняти аркуші трьох кандидатів і вирішити, який із них найбільше підходить для організації згідно з її вимогами, крім цього обґрунтувати, чому саме цей кандидат повинен посісти це місце, а два інших не підходять.

Самостійно учасники гри аналізували лише організаторські та комунікативні якості. Для аналізу якостей претендентів було використано підказку (вимоги в формі «матриці»), на якій представлені риси характеру і здібності, необхідні для позитивного іміджу викладача ВНЗ. Проведена ділова гра показала позитивний вплив на професійну готовність студентів, вона примушує замислитись над тим, яке місце у професійному просторі буде посідати майбутній фахівець.

На заключному занятті магістрантам було запропоновано розробити власну модель позитивного іміджу викладача вищої школи і зробити спробу щодо впровадження моделі у практику викладання і спілкування з аудиторією, демонструючи при цьому отримані знання і вміння. Переважна більшість студентів (80%) справилися з завданням на «відмінно» і «добре». Всі студенти усвідомлюють єдність зовнішніх та внутрішніх складових під час проектування власного професійного іміджу.

Таким чином, педагогічний імідж перетворюється на дієвий механізм професійного самовдосконалення і вимагає від студентів дбайливого ставлення до своєї особистості як до інструменту професійної діяльності, на основі творчого пошуку, духовного зростання, естетичної виразності та педагогічної взаємодії.

Висновки. Підводячи підсумок, слід зазначити, що імідж являє собою своєрідну, закріплену в образах, символах і нормах, програму соціальної поведінки людини. Класичний педагогічний імідж або образ педагога як взірця для наслідування студентами формується поступово, охоплюючи як внутрішні, так і зовнішні якості особистості, що потребують цілеспрямованого формування, розвитку і вдосконалення.

Успішне застосування іміджу передбачає знання вихідних психолого-педагогічних принципів, що обумовлюють його. В якості таких можуть бути: принцип гармонії візуального образу, принцип комунікативності – різноманіття форм і способів інформаційної взаємодії, принцип саморегуляції і ортобіозу (наука про технології самосбереження тіла і душі), принцип мовної дії. Вони виступають у ролі постійних факторів, майстерно втілених у різноманітних формах і методах вдосконалення професійної майстерності.

Формування професійного іміджу, в кінцевому рахунку, допоможе викладачеві досягти висот педагогічної майстерності, а запропонована методика – вдосконалити або створити позитивний імідж викладача вищої школи.

У своєму дослідженні ми спиралась на те, що представлення, проектування та побудова власного особистісно-професійного іміджу сприяє ефективному вирішенню особистістю майбутнього викладача ВНЗ професійних завдань, сприяє розвитку загальної і професійної культури, готовності до постійного особистісного і професійного вдосконалення; і у кінцевому результаті позитивний імідж викладача ВНЗ сприяє перетворенню особистості студента, становленню і формуванню власне вже його професійного іміджу.

Література

1. Артюшина М.В. Психолого-педагогічні аспекти реалізації сучасних методів навчання у вищій школі: Навчальний посібник / М.В. Артюшина, О.М. Котикова, Г.М. Романова. – КНЕУ, 2007. – С. 50-55.
2. Грейліх О. Психологія формування іміджу викладача вищого начального закладу / О. Грейліх // Гуманітарний вісник. – 2007. – № 19. – С.14–21.
3. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя / А.А. Калюжный. – Москва: Владос, 2004. – С.11-21, 31-39, 41-64, 77-92.
4. Кінчук Н.В. Формування творчої особистості вчителя / Н.В. Кінчук. – К.: Либідь, 1991. – 96 с.
5. Криксунова И. Создай свой имидж/ И. Криксунова. – СПб., 1997. – 75 с.
6. Кузина Н.В. Профессионализм педагогической деятельности / Н.В. Кузина, А.А. Реан. – СПб.: Питер, 1993. – 172 с.
7. Кучерявец В.Г. Основы педагогической мастерности: Практикум / В.Г. Кучерявец. - Ніжин: НДПУ, 2002. – С.33-45.
8. Лозниця В.С. Психологія менеджменту / Лозниця В.С. – К.: ТОВ УВПК Екс Об, 2000. – 512 с.
9. Маценко В. Технологія іміджу/ В. Маценко. – К.: Главник, 2005. – С. 3-15.
10. Митина Л.М. Учитель как личность и профессионал/ Л.М. Митина. – М.: Дело, 1994. – 128 с.
11. Петрова Е. А. Психология имиджа: Психосемиотический подход / Е.А. Петрова // Ежегодник Российского психологического общества. – Т. 9. Вып. 2. – М., 2002. – С.72-89.
12. Попова Л. Імідж сучасного педагога/ Л. Попова // Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід. – 2008. – №3. – С. 41.
13. Фадеева Е.И. Тайны имиджа: Учеб. - метод пособие / Е.И. Фадеева. – М., 2002. – С. 17-25.
14. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям / В.М. Шепель. – М.: Народное образование, 2002. – 407 с.

МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

И. С. Жердева, С. С. Рашидова

В статье обоснована методика, представляющая технологические основы формирования имиджа преподавателя высшей школы и направленная на обеспечение эффективности этого процесса; раскрыт психолого-педагогический инструментарий формирования имиджа преподавателя высшей школы и особенности его использования.

Ключевые слова: имидж, имидж преподавателя высшей школы, педагогическая имиджелогия, технология формирования имиджа преподавателя, методика, методика формирования имиджа преподавателя.

METHODS OF A HIGH SCHOOL TEACHER IMAGE FORMATION

I. S. Zherdeva, S. S. Rashydova

Authors of the article substantiate the methods which form the technological basis of a high school teacher image formation and are aimed at ensuring the effectiveness of this process; psychological and pedagogical tools of a high school teacher image formation and their peculiarities of use are disclosed.

Keywords: Image, image of a high school teacher, teaching imageology, technology of a teacher image formation, methods, methods of a teacher image formation.

Жердева Інна Сергіївна – завідувач КЗ «Лисичанський дошкільний навчальний заклад (ясла-садок) №7 «Іскорка» (Лисичанськ, Україна); слухач магістратури «Педагогіка вищої школи» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Сєверодонецьк, Україна). E-mail: inna.zherdeva.1974@mail.ru

Zherdeva Inna Serhiyivna – Head of the Communal Establishment «Lysychansk Pre-school (Nursery-Kindergarten) №7 «Iskorka» (Лисичанськ, Україна); Student of Master's Degree Program «High School Pedagogy», Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Severodonetsk, Ukraine). E-mail: inna.zherdeva.1974@mail.ru

Рашидова Світлана Станіславівна – канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри педагогіки Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Сєверодонецьк, Україна). E-mail: svetlana101068@gmail.com.

Rashydova Svitlana Stanislavivna – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Pedagogics of the Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Severodonetsk, Ukraine). E-mail: svetlana101068@gmail.com