

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО-ПЕДАГОГІЧНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ – ОСНОВА ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ СПЕЦІАЛІСТІВ

У статті проаналізовано проблему формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи. Конкретизовано сутність, специфіку та функціональну структуру професійно-педагогічного іміджу викладача вищої школи.

Ключові слова: імідж, професійний імідж, професійно-педагогічний імідж викладача вищої школи, професійний “Я-образ” педагога, професійно-педагогічна іміджологія.

З-поміж стратегічних напрямів модернізації національної системи вищої освіти, окреслених у Законах України “Про освіту” і “Про вищу освіту” та Національній доктрині розвитку освіти України у XXI столітті, одним із актуальних постає завдання щодо її інтеграції в європейський і світовий соціокультурний простір. У зв’язку з цим особливої значущості набуває проблема досягнення викладачами вищих навчальних закладів найвищих рівнів педагогічного професіоналізму, від конструктивного вирішення якої залежить прикінцевий результат у здійсненні розпочатих інноваційних перетворень у галузі професійного навчання й виховання нового покоління майбутніх фахівців для нашої країни.

При цьому, у зв’язку з бурхливим розвитком ринку і відповідної йому сфери освітніх послуг вищої школи, кардинальними змінами її організаційно-економічних та соціально-психологічних умов функціонування, основними критеріями педагогічного професіоналізму сучасного викладача вищого навчального закладу постають: ділова ініціатива, інноваційність мислення, комунікативна компетентність, здатність викликати симпатію, справляти сприятливе враження і позитивно впливати на оточення створювати обстановку психологічного комфорту та довіри. Як наслідок, професійно-педагогічний імідж викладача починає набувати властивості одного з основних ресурсів, що забезпечують високий соціальний престиж і успішність функціонування як національної системи вищої освіти в цілому, так і конкретного вищого навчального закладу. Це, у свою чергу, викликає необхідність цілеспрямованої підготовки майбутніх викладачів вищої школи до створення свого ефективного професійно-педагогічного іміджу.

Окремі аспекти проблеми формування професійно-педагогічного іміджу викладача вищої школи деякою мірою висвітлено науковцями, які досліджували: психологію індивідуальності (Б. Ананьєв, В. Мерлін, Є. Рогов, С. Рубінштейн, А. Спіркін); особливості становлення “Я-концепції” особистості (Р. Бернс, А. Маслоу, К. Роджерс); специфіку сприйняття людини людиною та соціальної перцепції (О. Бодальов, Л. Божович, Л. Вигот-

ський, Б. Ломов, Г. Щокін); концептуальні засади та практичний інструментарій іміджології (П. Берд, Л. Браун, Ф. Джефкінс, І. Криксунова, А. Панасюк, Г. Почепцов, Е. Соловійов, М. Спіллейн, Е. Семпсон, В. Шепель, Д. Ягер); сутність професійного іміджу фахівця та особливості його ефективної самопрезентації (І. Альохіна, В. Бебик, М. Вудкок, Ф. Генон, Ф. Кузін, Н. Скрипаченко, Е. Уткін, Д. Френсіс); формування педагогічного іміджу та “професійного образу Я” викладача вищої школи (І. Володарська, Н. Гузій, А. Морозов, С. Панчук, В. Хороших, О. Чебикін, І. Чертикова); закономірності становлення педагогічної майстерності освітянських кадрів та формування професійно важливих якостей майбутніх менеджерів освіти (Г. Закорченняя, І. Зязюн, Я. Коломинський, Н. Кузьміна, А. Макаренко, В. Сухомлинський, Р. Хмелюк, О. Цокур, Н. Шапошникова). Проте теоретичний аналіз наукової літератури та вузівської документації засвідчив, що, по-перше, оскільки інноваційна практика функціонування ринку освітніх послуг на рівні вищої школи значно випереджає розвиток наукової теорії управління ним, то кваліфікаційні вимоги до випускників магістратури, які здебільшого визначають її цілі, зміст і форми організації, до теперішнього часу не передбачають оволодіння ними діяльністю щодо створення свого позитивного професійно-педагогічного іміджу. По-друге, сама проблема формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи дотепер не стала предметом спеціального науково-педагогічного дослідження і, по суті, в межах теорії і методики професійної освіти ще не знайшла свого належного теоретичного обґрунтування і відповідного методичного забезпечення.

Мета статті – проаналізувати проблему формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

Теоретичний аналіз наукової літератури засвідчив, що останніми роками нове поняття “імідж” стало надзвичайно популярним у вітчизняному лексиконі, витіснивши при перекладі з англійської мови цілу низку його синонімів українською і російською мовами. Причому в масовій свідомості і в науковій літературі стали вже звичними такі висловлювання, як “імідж організації”, “імідж проекту”, “імідж ділової людини”, “професійний імідж”, “імідж особистості професіонала” тощо. З’явилося чимало спеціалістів з формування будь-якого “ефективного іміджу” – іміджмейкерів. Побачили світ, хоч і в обмеженій кількості, публікації з проблеми іміджу. Заявлені нові науки, що досліджують сутність і особливості формування позитивного іміджу, – іміджологія і “паблік рилейшнз”.

Суттєво, що в розумінні іміджу не склалося до сьогодні несуперечливої теоретичної концепції, внаслідок чого в науковій літературі співіснують його різноманітні визначення. Основними з них є такі. Імідж – це надзвичайно яскраво емоційно забарвлений образ чогось або когось, який склався в масовій свідомості і має характер стереотипу, йому характерні значні регуляторні властивості (Л. Браун). Імідж – це особливий психічний образ, який сильно й певним чином впливає на емоції, поведінку та відно-

сини особистості чи соціальної групи (Г. Почепцов). Імідж – це маніпулятивний, привабливий, легко трактований психічний образ, що виникає при адекватному сприйнятті чогось або когось, впливає на емоційну сферу людини й подекуди на її підсвідомість, а через них – на пояснювальні механізми свідомості й поведінки, вибір людини (В. Шепель, Е. Уткін).

Іміджу як спеціально сконструйованому, маніпулятивному, але все ж особливому психічному образу, що має характер стереотипу, притаманні такі загальні характеристики. Імідж як ідеальний об'єкт, що виникає в масовій свідомості, не підлягає прямому виміру, оцінити який можливо лише за характером ставлення людей, що виявляється у спілкуванні, діяльності, виборі. Імідж як ідеальне утворення є нестійким феноменом, який вимагає постійного “підкріплення” рекламою і різноманітними цільовими суспільними акціями. Імідж як стереотип містить обмежену кількість компонентів, складність конструкції якого тільки заважає його сприйняттю і визначає неоднозначне ставлення до нього. Імідж викликає сильний емоційний відгук, що впливає з його визначення. Імідж як певною мірою образ ілюзорний є і реалістичним, оскільки очевидні прикраси достоїнств знижують довіру і симпатії до нього. Імідж є образом прагматичним, тобто зорієнтованим на обмежене коло завдань, що відповідають цілям особистості фахівця, організації чи особливостям певної ситуації її розвитку. Іміджу як образу цілісному й несуперечливому, що відповідає однозначним узагальненим уявленням, властива варіабельність, оскільки через динамічність ситуації його трансляції та необхідність внесення коректив є неприйнятною абсолютна жорстка й незмінна його конструкція.

Залежно від базисних підстав, що передбачають схожість і відмінності, правомірно виділити такі типології іміджу. З урахуванням критерію спрямованості прояву імідж буває зовнішнім і внутрішнім. За критерієм емоційного забарвлення імідж диференціюється на позитивний і негативний. З урахуванням критерію цільової установки імідж буває природним і штучним. За критерієм рівня раціональності сприйняття імідж виявляє себе як когнітивний образ, який дає “суху” спеціальну інформацію, зорієнтований головним чином на вузьких спеціалістів і людей обізнаних, та емоційний, чуттєвий, орієнтований на широку аудиторію, який може викликати сильний емоційний відгук. Згідно з критерієм змістового наповнення, відповідності його специфіці конкретної діяльності, виокремлюють: імідж керівника та його команди; імідж організації; політичний імідж; імідж території (країни, регіону, міста); імідж ідеї, проекту; професійний імідж спеціаліста; особистісний імідж людини. При цьому очевидно, що кожний з цих типів іміджів має свою психологічну специфіку, яка й визначає особливості його формування в кожному конкретному випадку.

Теоретичний аналіз психолого-педагогічної літератури дав змогу встановити, що, по-перше, в ній більш популярним є поняття “професійний образ Я” викладача вищого навчального закладу”, ніж “професійно-педагогічний імідж”, а по-друге, ці поняття відбивають різноманітні феномени, зберігаючи свою особливу специфіку. Головна відмінність профе-

сійно-педагогічного іміджу як особливого психічного образу полягає в тому, що його дія спрямована не стільки на відображення об'єктивних характеристик викладача вищої школи, скільки на формування саме позитивного ставлення до них. Дія професійно-педагогічного іміджу заснована на сильному емоційному враженні, щоб за рахунок позитивного ставлення і певного зниження механізмів свідомого контролю викликати довіру, високі оцінки і впевнений вибір студентів. Професійно-педагогічний імідж як образ, насамперед, маніпулятивний, що дає ілюзію більшої привабливості необхідних якостей і властивостей при адекватному сприйнятті особистості конкретного викладача, відрізняється від феноменів репутації та престижу, які, як категорії розсудливі, фіксують відносини, що виникають унаслідок усвідомленого вибору й раціонального аргументованого порівняння.

Зазначимо, що в розумінні сутності й функціональної структури іміджу педагога в цілому і професійно-педагогічного іміджу викладача вищої школи зокрема, дотепер не склалось якоїсь обґрунтованої теоретичної концепції. Через це його трактують по-різному (І. Володарська, Н. Гузій, А. Морозов, Н. Скрипаченко, І. Чертикова). У нашому дослідженні під професійно-педагогічним іміджем розуміємо емоційно забарвлений психічний образ, який склався в масовій свідомості і має характер стереотипу, що легко трактується, йому притаманні значні регуляторні властивості, він відчутно впливає на пояснювальні механізми свідомості, поведінки й вибір іншої людини як учасника і споживача сфери освітніх послуг. Сутність професійно-педагогічного іміджу як особливого психічного образу ми вбачаємо в тому, що його дія спрямована не стільки на відображення об'єктивних характеристик викладача вищої школи, скільки на формування саме позитивного ставлення до них учасників навчально-виховного процесу, тобто споживачів сфери освітніх послуг. Дія професійно-педагогічного іміджу, насамперед, заснована на сильному емоційному враженні з тим, щоб за рахунок ілюзії більшої привабливості необхідних якостей і властивостей викладача вищої школи при адекватному його сприйнятті, позитивного ставлення до нього й деякого зниження механізмів свідомого контролю викликати довіру, високі оцінки й упевнений вибір студентів як споживачів сфери освітніх послуг. Як наслідок, у сучасній ситуації соціокультурного розвитку ринку освітніх послуг професійно-педагогічний імідж викладача як менеджера навчально-пізнавального процесу набуває властивості одного з основних ресурсів національної системи вищої освіти в цілому і конкретного вищого навчального закладу, зокрема.

Вивчення практики функціонування вітчизняної вищої школи переконаливо засвідчило, що, з одного боку, нове покоління основних учасників її навчально-виховного процесу чітко зорієнтовано на імідж, значущість якого сьогодні явно зростає. З іншого – через недостатню сформованість і розвиток вітчизняного ринку освітніх послуг феномени іміджу вищого навчального закладу і професійно-педагогічного іміджу викладача вищої школи, хоч і “заявили” про своє існування, але до теперішнього часу не повною мірою виявляють своє істинне призначення.

Очевидно, що професійно-педагогічний імідж викладача вищого навчального закладу має диференційовані оцінки як на візуальному рівні, так і на рівні психологічних характеристик особистості. При цьому уявлення про зовнішні і внутрішні складові іміджу викладача універсальні і схожі у студентів та магістрантів різних спеціальностей, віку, статі і регіональних особливостей. Зовнішній вигляд як обов'язкова складова професійно-педагогічного іміджу викладача вищого навчального закладу є сукупністю семіотичних знаків, що впливають на оцінювання викладачів і припис їм суворо визначених психологічних характеристик. Уявлення про зовнішній імідж викладача, якого високо цінують, містить відкриту кінетику, стандартні дані габітусу та ділову стилістику соціального оформлення, що відбивають його певні психологічні характеристики у вигляді прояву комфортного спілкування, загальної енергійності, активності та сили.

Висновки. Дослідження було спрямовано на формування позитивного професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи; визначено педагогічні умови, розроблено й експериментально апробовано технологію, спрямовану на формування їхнього позитивного професійно-педагогічного іміджу. Результати дослідження не вичерпують усіх аспектів цієї проблеми. Перспективи її подальшого дослідження ми пов'язуємо з комплексним вивченням закономірностей формування ефективної професійної кар'єри науково-педагогічних кадрів.

Список використаної літератури

1. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник / С.У. Гончаренко. – К. : Либідь, 1997. – 376 с.
2. Найн А.Я. О методологическом аппарате диссертационных исследований / А.Я. Найн // Педагогика. – 1995. – № 5. – С. 44–50.
3. Гершунский Б.С. Образование в третьем тысячелетии: гармония знаний и вера / Б. С Гершунский // Педагогика. – 1998. – № 2. – С. 49–58.
4. Закон України “Про вищу освіту” від 17.01.2002 р. № 2984-III // Збірник основних нормативних актів про вищу освіту, наукову діяльність, підготовку та атестацію наукових кадрів (станом на 01.02.2003 р.). – Харків : Гриф, 2003. – С. 37–95.
5. Закон України “Про освіту” // Освіта України. Нормативно-правові документи. – К. : Міленіум, 2001. – С. 32.
6. Національна доктрина розвитку освіти України у ХХІ столітті // Освіта. – 2002. – 24 квіт.–1 трав.(№ 26). – С. 2–4.

Стаття надійшла до редакції 16.07.2013.

Бондаренко В.В. Формирование профессионально-педагогического имиджа будущих преподавателей высшей школы – основа положительного имиджа будущих специалистов

В статье проанализирована проблема формирования профессионально-педагогического имиджа будущих преподавателей высшей школы. Конкретизированы сущность, специфика и функциональная структура профессионально-педагогического имиджа преподавателя высшей школы.

Ключевые слова: *имидж, профессиональный имидж, профессионально-педагогический имидж преподавателя высшей школы, профессиональный “Я-образ” педагога, профессионально-педагогическая имиджелогия.*

Bondarenko V. Formation of Professional Education of the image of the future high school teachers basis of a positive image of the future professionals

The article is devoted to the scientific and theoretical understanding of the problem of formation of the image of vocational teacher of future teachers in higher education.

Highlights of the research positions of foreign and domestic scholars, relevant to the understanding of the nature and specificity of the phenomenon of “image”, discovered and proved the essence of the image of a professional identity, summed up the experience of experts-image-makers on ways and means of creating and shaping.

In the understanding of the image of the personality of professional scientists based on the fact that it is formed in the public mind, and having the character of the stereotype image of the highly emotionally charged, has more regulatory properties. Image - this particular mental image, strong and definitely influence emotions, behavior and relationships of personality or social group. The image of a professional identity as a specially designed, manipulative, but still special mental image of having a character stereotype has such characteristics in common. The image of being an ideal object that arise in the public mind, is not subject to direct measurement, to assess which is possible only on the relations of people, manifested in communication activities, choices. Image as the ideal education is an unstable phenomenon. The image should cause a strong emotional response and to be pragmatic, that is, focused on a limited range of tasks must be complete and consistent, unambiguous generalizations relevant views, and have the property of variability.

The present state of research problems of the dialectic of concepts “professional pedagogical image” – “self-image” of a high school teacher in the psychological-pedagogical science, analyzed and summarized the best practices of higher education teachers on how to create your own professional and positive image of the teacher, grounded pedagogical conditions its formation at undergraduates.

The essence of vocational teacher’s image as a particular mental image we see is that its action is directed not so much a reflection on the objective characteristics of a high school teacher, as it is the formation of positive attitudes towards members of the educational process, ie consumer sphere of educational services.

Key words: *image, professional image, professional image of teaching high school teacher, professional “image” of the teacher, professional teacher imageology.*