

УДК 37.037

ІМІДЖ ВИКЛАДАЧА ВИЩОЇ ШКОЛИ**О. Г. Гунченко**

У статті розглядається проблема формування іміджу викладача вищої школи. У сучасних умовах імідж викладача вищої школи починає набувати властивості одного з основних ресурсів, що забезпечує як високий соціальний престиж і успішність функціонування національної системи вищої освіти в цілому, так і конкретного вищого навчального закладу, зокрема. Сьогодні від вирішення цієї проблеми залежить прикінцевий результат у здійсненні розпочатих інноваційних перетворень у галузі професійного навчання й виховання нового покоління майбутніх фахівців для нашої країни.

Ключові слова: імідж, професіоналізм, стиль, мода, толерантність, емпатія.

«Закоханий у дітей і захоплений своєю роботою педагог інтуїтивно і свідомо вибирає ті моделі поведінки, які найбільш адекватними є до гідності дітей та їх актуальним потребам. Імідж такого педагога бездоганний»

В.М. Шепель.

За останні роки 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 ділової людини», «імідж особистості професіонала» і т.ін. 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, – іміджелогія і «паблік рілейшнз».

Сьогодні 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.

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, здійснювати сприятливе враження і позитивно впливати на тих, хто оточує; створювати обстановку психологічного комфорту та довіри.

Сьогодні формування позитивного іміджу стає актуальною проблемою не лише у політичній та діловій сфері, але й у діяльності викладачів вищої школи, завдання яких полягає у підготовці висококваліфікованих, конкурентоспроможних кадрів. Поняття «імідж» (від англ. image, від лат. imago— образ) отримало широке використання в різних областях пізнання: соціологія, психологія, антропологія, культурологія, політологія, педагогіка, лінгвістика. За своїм об'ємом та змістом це поняття міждисциплінарне, воно представлено у категоріальному полі цілого ряду наук та інтерпретується відповідно до їх особливостей, мети та задач [3, с.75].

Сутність 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. 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[4, с.52].

Суттєво, що в розумінні іміджу не склалося до сьогодні несуперечливої теоретичної концепції, в силу 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)[1, с.88]. Імідж – це особливий психічний образ, який сильно й певним чином впливає на емоції, поведінку та відносини особистості чи соціальної групи (Г.Почепцов)[5, с.25]. Імідж – це маніпулятивний, привабливий, легко трактований психічний образ, що виникає при адекватному сприйнятті чогось або когось, впливає на емоційну сферу людини і подекуди на її підсвідомість, а через них – на пояснювальні механізми свідомості і поведінки, вибір людини (В. Шепель) [6, с.8].

Іміджу як спеціально сконструйованому, маніпулятивному, але все ж особливому психічному образу, що має характер стереотипу, притаманні 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, що вимагає постійного «підкріплення» рекламою і різноманітними цільовими суспільними акціями. Імідж як стереотип містить обмежене число 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 та її розвитку. Іміджу як образу цілісному і несуперечливому, що відповідає однозначним узагальненим уявленням, властива варіабельність, оскільки через динамічність ситуації його трансляції та необхідності внесення коректив є непринятною абсолютна жорстка і незмінна його конструкція[2, с.30].

Теоретичний аналіз психолого-педагогічної літератури дозволив встановити, що в ній більш популярним є поняття професійний «образ Я» викладача вищого навчального закладу. Дія іміджу викладача вищої школи заснована на сильному емоційному враженні, щоб за рахунок позитивного ставлення і певного зниження механізмів свідомого контролю, викликати довіру, високі оцінки і впевнений вибір студентів. 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.

Сьогодні в розумінні сутності іміджу між судженнями викладачів вищої школи і думкою студентів мають місце принципові розбіжності. Викладачі найчастіше ототожнюють сутність іміджу викладача з внутрішніми атрибутами ідеального «образу Я» педагога вищої школи як знавця конкретної навчальної дисципліни і відповідної галузі науки, чесної, справедливої людини, хорошого психолога, який уміє зрозуміти, прийняти й поважати достоїнства іншої людини, ніж з його внутрішніми атрибутами, на які ними здебільшого не зверталася належна увага. Під педагогічним іміджем викладачі розуміють переважно свій «чисто функціонально-рольовий», а не багатоаспектний професійно-особистісний «Я-образ», розглядаючи його особливості без належного урахування соціальних очікувань студентів, які в умовах ринку освітніх послуг зазнали значних змін саме в комунікативній сфері і сфері відносин щодо їхньої взаємодії з викладачами. Це вимагає домінування не знанневоцентристської, а особистісно орієнтованої платформи педагогічного спілкування. Студенти, навпаки, в розумінні сутності іміджу викладача вищого навчального закладу надавали перевагу ролі візуально сприйнятого обліку, який поданий знаками семіотичних систем: кінетики, соціального оформлення зовнішності, які досить чітко диференційовані (імідж «гарного», «середнього» і «поганого» викладача), стереотипні, схожі за змістом [7, с.90].

Проте, незважаючи на наявні розбіжності до моделі іміджу педагога вищої школи, яку викладачі і студенти позначають як «супер», увійшли такі зовнішні атрибути і якості: зовнішні дані (приваблива зовнішність, акуратність, модний стиль одягу, почуття гумору, артистичність, енергійність, культура мовлення, виразність жестів і міміки); гуманістична спрямованість у відносинах зі студентами (педагогічний такт, емпатія, справедливість, порядність, об'єктивність, толерантність, доброзичливість, щедрість, готовність надати педагогічну допомогу і психологічну підтримку); професіоналізм (глибина і широта знань, предметна й загальна ерудиція, здібність передавати знання, прагнення до інновацій у викладанні, креативність мислення, організованість, відповідальність, цілеспрямованість, ініціативність); мотивація досягнення (настирливість у досягненні мети,

захоплення роботою, незадоволеність досягнутим, переживання радості успіху, потреба винаходити нові прийоми роботи).

Теоретичний аналіз наукової літератури дав можливість провести констатуючий експеримент, в ході якого використано комплекс наукових методів дослідження: бесіда, анкетування, спостереження за поведінкою та зовнішнім виглядом викладачів та студентів, статистична та аналітична обробка даних дослідження.

На початку експерименту ми провели анкетування студентів, які навчаються у Східноукраїнському національному університеті ім.В. Даля у магістратурі «Педагогіка вищої школи», метою якого було з'ясування того, як розуміють студенти саме поняття «імідж» та «іміджу викладача вищої школи», а також їхнє ставлення до означених категорій.

Отримані результати окреслили стан сформованості іміджу викладача вищої школи очами студентів. Аналіз даних анкетування дозволив зробити наступні висновки: всі студенти – 100% опитаних – змогли пояснити поняття «імідж». З них 35% студентів розуміють його як особистий стиль людини, 25% – як цілеспрямовано створений власний образ для необхідного сприйняття себе іншими, 15% – як індивідуальність людини, 10% – як сукупність зовнішніх і внутрішніх складових характеру людини, 8% студентів розуміють імідж як погляд на життя, 4% – як вміння показати себе з кращої сторони, 3% – як загальну привабливість людини для інших. А 96% студентів сприймають імідж викладача як еталон та зразок для наслідування. Викладачу вищої школи, за висловлюваннями студентів, притаманні власні погляди, вміння спілкуватися та мистецтво привертати до себе увагу; він має психічну витримку та емоційну стабільність, толерантність, вихованість, наполегливість, етикет, високий рівень знань і умінь, доброту, розуміння, ввічливість, моральні якості, бездоганну мову та високу культуру спілкування. Його стиль одягу діловий, але при тому завжди вишуканий та індивідуальний.

Аналіз анкетування та бесід зі студентами про викладачів вищої школи дає змогу збагнути педагогові різноманітні аспекти його педагогічної діяльності, яким студенти надають особливого значення, та визначити шляхи професійного самовдосконалення. Саморефлексія викладача, здатність децентрації, спроможність побачити себе очима студентів такритичне мислення спонукає викладача самовдосконалюватися. Без здатності мислити критично про нас самих ніхто з нас не буде рухатися вперед, змінюватися, особистісно й професійно зростати. Не має значення, якої дисципліни навчає студентів викладач – гуманітарної, природничої чи інтегративної. Саморефлексія

такритичне мислення є тими головними внутрішньопсихологічними інструментами, які створюють можливість особистісних змін. У цьому сенсі необхідно є реалізація обраного зв'язку зі студентами, готовність викладача сприйняти думки студентів стосовно реалій їхніх взаємин та робота над їхнім поліпшенням.

Викладач університету, який прагне мати позитивний імідж, має бути творцем здорового морального клімату в колективі студентів, принципним противником будь-яких проявів недисциплінованості, безкультур'я та безвідповідальності. Завжди слід пам'ятати, що поведінка викладача – це приклад поведінки для студентів. Тому викладач вищої школи повинен бути зразком високої культури, моралі, активним пропагандистом національних культурних традицій, патріотом власної справи та свого університету, який постійно піклується про створення безпечних умов навчально-виховного процесу, бо імідж викладача вищої школи, як взірця для наслідування студентами, формується поступово, охоплюючи як внутрішні так і зовнішні якості особистості.

Література

1. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун – Питер, 2006. – 88 с.
2. Гузій Н. Педагогічний імідж і професійна культура. Творча особистість вчителя / Н. Гузій – К., 1997. – С. 28 – 31.
3. Криксунова И. Создай свой имидж / И. Криксунова – М., 1999. – 75 с.
4. Попова Л. Имидж современного педагога / Л. Попова // Открытый урок. – 2008. – №3. – С. 51 – 54.
5. Почепцов Г.Г. Имиджология / Г.Г. Почепцов – М., 2002. – 25 с.
6. Шепель В. М. Имиджеология: Секреты личного обаяния / В. М. Шепель – М., 2005. – С. 3 – 21.
7. Яковлев С. Имидж учителя: Каким ему быть? О стиле педагогических отношений с учащимися / С. Яковлев // Дайджест педагогических идей и технологий. – 2007. – №4. – С. 87 – 91.

ИМИДЖ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

Е. Г. Гунченко

В статье рассматривается проблема формирования имиджа преподавателя высшей школы. В современных условиях имидж преподавателя высшей школы приобретает свойства одного из основных ресурсов, который обеспечивает как высокий социальный престиж и успешность функционирования национальной системы высшего образования в целом, так и конкретного высшего учебного заведения в частности.

Ключевые слова: имидж, профессионализм, стиль, мода, толерантность, эмпатия

THE IMAGE OF TEACHER OF HIGHER SCHOOL**E. G. Gunchenko**

The article deals with the image of teacher of higher school is one of the most important resources which guarantees social prestige, ensures success function of national system of higher education and a particular institute. Today from solving of problem the image of teacher of higher school depends on the effective teaching quality of future specialists for our country.

Key words: *image, professionalism, style, fashion, tolerance, empathy*

Гунченко О. Г. – аспірантка кафедри педагогіки Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ) elenko-08@mail.ru

Рецензент – кандидат педагогічних наук, доцент Н. В. Фунтікова

УДК 37.032

**ЕМОЦІЙНО-ПОЧУТТЄВА СФЕРА ЯК КОМПОНЕНТ
ВАЛЕОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДРОСТАЮЧОГО
ПОКОЛІННЯ**

А. І. Дзундза, В. Ю. Літвінова, Є. В. Пранова

У статті наголошується на необхідності формування емоційно-почуттєвої сфери сучасної молоді як важливого компоненту валеологічної культури.

Ключові слова: *емоційно-почуттєва сфера, валеологічна культура, здоровий спосіб життя.*

Емоційно-почуттєва сфера виступає важливим чинником, умовою і засобом актуалізації сутнісних сил особистості. Її прояви безпосередньо пов'язані з душевним станом, здоров'ям, розумовими процесами і поведінкою людини. Активізація емоційно-почуттєвої сфери молоді, безумовно, є необхідною педагогічною умовою для формування різних граней культури, у тому числі й валеологічної.

Різні аспекти проблеми розвитку емоційно-почуттєвої сфери особистості досліджували низка вчених (Б. Ананьєв, П. Анохін,