

ПЕДАГОГІЧНА ТА ВІКОВА ПСИХОЛОГІЯ

УДК 378.011.3–057.175

С. П. Байдааспірант кафедри психології
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ВИКЛАДАЧА ВИЩОЇ ШКОЛИ

У статті визначено психолого-педагогічні основи формування індивідуального іміджу викладача відповідно до гуманістичної концепції освіти й завдань розвитку конкурентоспроможної особистості, описано теоретичну модель, критерії й показники ефективності формування позитивного іміджу викладача.

Ключові слова: модель, імідж, позитивний імідж, викладач.

Постановка проблеми. Система формування позитивного іміджу молодого викладача є відкритою, так як між нею й зовнішнім світом відбувається постійний обмін інформацією. Її також можна зарахувати до складних систем, оскільки вона містить безліч підсистем (робота зі студентською молоддю, науковою громадськістю, організація власної педагогічної діяльності тощо). І одночасно сама входить як підсистема до системи вищого порядку (система діяльності вищого навчального закладу (далі – ВНЗ) загалом). Сьогодні об'єктивно назріла потреба у вивченні й удосконаленні особово-професійних рис викладача. Нині фахівцями різних напрямів активно розробляється проблема іміджу освітніх установ як елементу їхньої конкурентоспроможності й просування на ринку: імідж ВНЗ, просування освітніх послуг, імідж освітньої установи.

Ця проблема ще недостатньо вивчена психологічною наукою. Поки що немає наукових праць, присвячених вивченню уявлень студентів про професійний імідж викладача. Між тим відомості про ці уявлення потрібні для ефективного формування позитивного іміджу викладача в сприйнятті молоддю.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Безпосереднє відношення до дослідження явищ позитивного іміджу мають результати розробки таких напрямів досліджень, як вивчення образу (Б.Г. Ананьєв, П.К. Анохін, О.В. Запорожець, О.В. Лібін, І.С. Кон, З. Фрейд, А. Маслоу, Е. Фромм, М. Вебер, Р. Лінтон, та ін); дослідження спілкування (Б.Г. Ананьєв, Г.М. Андреева, В. Г. Афанасьєв, О.О. Бодалев, В.М. Куніцина, О.М. Леонтьєв, А.В. Петровський, Л.А. Петровська та ін).

Мета статті – визначити психолого-педагогічні основи формування індивідуального іміджу

викладача відповідно до гуманістичної концепції освіти й завдань розвитку конкурентоспроможної особистості. У статті ми дамо опис теоретичної моделі, критеріїв і показників ефективності формування позитивного іміджу викладача.

Виклад основного матеріалу. Під теоретичною моделлю розуміють образ, аналог, схему фрагмента реальності. Модель відіграє важливу роль у технологізації соціальних процесів: вона спрощує реальність і полегшує можливість побачити внутрішні відносини і зв'язки.

Модель формування іміджу за субстанціональною основою й походженням є ідеальною системою. В.Г. Афанасьєв визначає такі провідні ознаки системи: наявність таких якостей, якими не володіє жоден з окремо взятих елементів, що утворюють систему; наявність компонентів, із яких утворюється система; наявність певних зв'язків і відносин між елементами; наявність функціональних характеристик системи загалом й окремих її характеристик; наявність комунікативних якостей [10, с. 56-86]. П.К. Анохін підкреслював, що для формування системи є принциповим не тільки проста взаємодія будь-якого з елементів, скільки їхня можливість отримання інтегрального результату, загального ефекту [6, с. 23-51].

Система формування позитивного іміджу молодого викладача є відкритою, так як між нею й зовнішнім світом відбувається постійний обмін інформацією. Її також можна зарахувати до складних систем, оскільки вона містить безліч підсистем (робота зі студентською молоддю, науковою громадськістю, організація власної педагогічної діяльності тощо). І одночасно сама входить як підсистема до системи вищого порядку (система діяльності вищого навчаль-

ного закладу загалом). Особливо необхідно підкреслити, що система формування позитивного іміджу є динамічною, так як вона функціонує в умовах мінливості різних чинників зовнішнього оточення, а також зміни внутрішніх станів системи, що спричиняють ці фактори.

З огляду на вищевикладене, ми визнали можливим уявити теоретичну модель формування іміджу викладача ВНЗ у вигляді схеми (рис. 2.1).

Створення позитивного іміджу молодого викладача розглядається нами як спеціально організована взаємодія учасників формування іміджу на основі соціальної перцепції з метою забезпечення позитивного ставлення навколишнього соціуму до конкретного викладача.

У схемі виокремлено п'ять елементів: мета, заради якої здійснюється процес формування позитивного іміджу; інформація, засобами якої повинні бути реалізовані цілі; кошти комунікації; суб'єкт й об'єкт впливу.

Головним суб'єктом формування позитивного іміджу молодого викладача є сам викладач. Він створює для себе уявлення про те, яким повинен бути його образ і який образ повинен сформуватися в соціального оточення. Відповідно до цього педагог здійснює конструювання спеціальної інформації та демонстрацію найбільш виграних характеристик своєї особистості. Значну допомогу викладачеві можуть надати колеги й керівники ВНЗ, що поділяють цілі педагога.

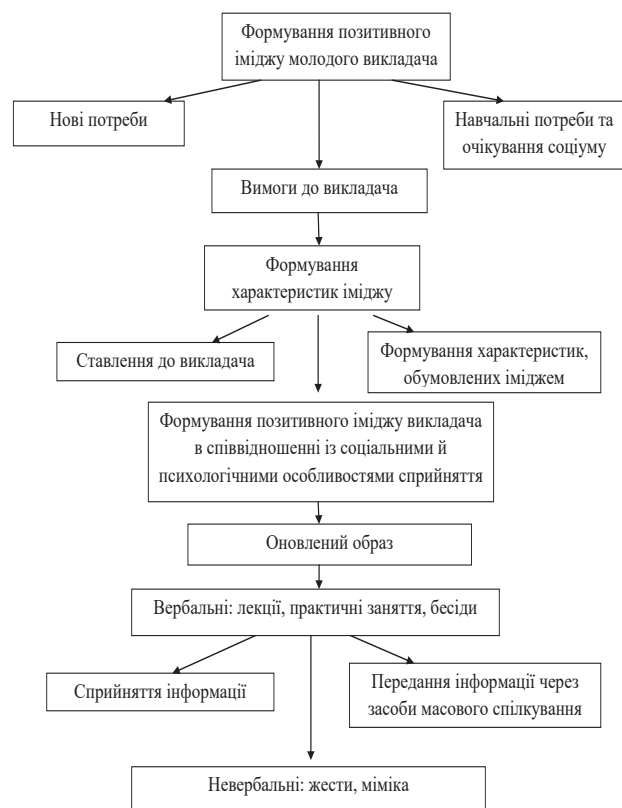


Рис. 2.1. Модель формування позитивного іміджу молодого викладача

Доцільно, щоб інформація про викладача відповідала таким вимогам, як релевантність, адекватність, повнота, структурованість, точність, доступність. Релевантність інформації передбачає, що обсяг інформації, необхідний для створення заданого образу викладача, повинен містити не абсолютно всю інформацію про нього, а лише ту, яка найбільшою мірою працює на оптимальне формування позитивного іміджу. Дотримання вимог адекватності важливе тому, що в результаті активного перетворення інформації, що надходить відповідно до індивідуально-психологічних особливостей людини, у неї формуються образи, які не є дзеркальним відображенням дійсності, представляють суб'єктивну картину. Повнота інформації передбачає врахування всіх взаємопов'язаних чинників середовища, безлічі структурно-функціональних перетворень самої системи формування позитивного іміджу. Точність означає зменшення або відсутність спотворення інформації під впливом суб'єктивних або об'єктивних причин. Доступність інформації передбачає розуміння її змісту й залежить від способу й форми її подання.

Об'єктом впливу є, насамперед, студенти та студентські групи, що володіють конкретними освітніми потребами та інтересами, а також колеги й адміністрація навчального закладу.

У процесі сприйняття інформації соціальним оточенням відбувається її трансформація. У результаті в кожного із сприймань складається власне неповторне уявлення про викладача, кожен наділяє сформований образ власним змістом і значущістю.

Соціальне оточення, що розглядається молодим викладачем як об'єкт формування позитивного іміджу, відчуючи на собі прямий вплив педагога, не просто бере його, а відразу ж або через деякий час реагує на нього. Виникає зворотний зв'язок між суб'єктом й об'єктом впливу. Важливо знати не тільки позитивний, а й негативний зворотний зв'язок з навколишнім середовищем, щоб проводити коригувальні дії щодо формування позитивного іміджу відповідно до зовнішніх змін [8, с. 12-14].

Молодий викладач, отримавши вимоги й побажання соціуму через зворотний зв'язок, добуває й удосконалює свій образ, потім транслює вже доопрацьований імідж. Отже, формування позитивного іміджу викладача ВНЗ йде по спіралі.

Охарактеризуємо також канали комунікації, через які здійснюється подання інформації, розрахованої на формування заданого образу педагога.

Найважливішим засобом комунікації для молодого викладача вищого навчального закладу є пряме вербальне спілкування. Проведення лекцій, практичних, лабораторних занять, неформальні бесіди, виступи в дні відкритих дверей, на

наукових конференціях – це відносини «обличчям до обличчя», які дозволяють педагогові представити себе у вигідній позиції. Мовне спілкування в педагогічній комунікації будується на таких психолого-дидактичних принципах, як доступність, асоціативність, експресивність, інтенсивність. Принцип доступності передбачає врахування культурно-освітнього рівня слухачів, їхнього життєвого досвіду, емоційно-психологічного стану. Принцип асоціативності пов'язаний із викликом переживань і роздумів у слухачів шляхом звернення до їхньої емоційної й раціональної пам'яті. Експресивність виражається в емоційно напруженій мові педагога, що свідчить про повну самовіддачу, пристрасність, радість, смуток або співчуття. Інтенсивність характеризується темпом подання інформації, що обумовлюється темпераментом слухачів, їхньою підготовленістю до сприйняття конкретного виду інформації.

Виняткову роль в інформаційній взаємодії відіграє невербальний або візуальний канал комунікації. Він містить кінестетичні особливості невербального спілкування (жести, пози, хода, міміка) й зовнішній вигляд (уміння підібрати для себе одяг, а ще важливіше – носити його) [8, с. 59-86].

Мова жестів і рухів тіла привертає увагу як реалізація візуальної комунікації за допомогою тіла людини. У ньому проявляються такі елементи: стан організму й безпосередні емоційні реакції, що свідчать про темперамент людини; значна кількість рис характеру людини, ступінь її впевненості в собі, скутість чи розкутість, обережність чи поривчастість тощо; культурні норми, засвоєні людиною; жести й пози, що мають умовні символічні значення [10, с. 67].

У зовнішньому вигляді Макс Лютер виокремлює два важливих поняття: «естетична елегантність» й «психологічна елегантність». Естетична елегантність – стан, за яким кожен елемент одягу реалізується у напрямках. Перший напрям (мотиваційно-орієнтовний) – етап актуалізації самопізнання; другий напрям (когнітивно-рефлексивний) – етап засвоєння сутності іміджу; третій напрям (оцінний) – етап оцінки стану індивідуального іміджу; четвертий напрям (конструкторсько-виконавський) – етап практичної реалізації.

Перший напрям (мотиваційно-орієнтовний) має за мету актуалізувати потреби викладачів у самопізнанні особистісних та професійно значущих якостей на основі врахування експектацій студентської аудиторії. Результатом роботи на цьому етапі є формування у викладачів ВНЗ потреби в створенні гармонійного й позитивного іміджу.

Другий напрям формування позитивного іміджу молодого викладача (когнітивно-рефлексивний) пов'язаний з актуалізацією готовності викладача до особистісного й професійного вдосконалення на основі аналізу знань про індивіду-

альний імідж і змісту цього знання. Результатом цього етапу є оволодіння засобами самоіміджування й самопрезентації, формування індивідуально-особистісної професійної установки викладача й позитивної комунікативної установки, які полегшують організацію спільної діяльності.

Третій напрям (оцінювальний), дозволяє викладачеві, на основі зворотного зв'язку або використовуючи метод самооцінки, оцінити свої особистісні й професійно-важливі якості, педагогічні вміння; візуальні, кінестетичні, аудіальні складові свого індивідуального іміджу.

Четвертий напрям (конструкторсько-виконавський) призводить до побудови привабливого образу педагога, що сприяє утворенню спільності «викладач – студент». Він має на меті визначити пріоритети найбільш важливих параметрів і характеристик іміджу, розвиток умінь викладача за самостійним іміджуванням і реалізацію іміджу через залучення до педагогічного процесу, устанавлення викладачем відповідності образу «Я викладач вищої школи» вимогам професії.

Поетапний процес формування позитивного іміджу молодого викладача вузу ми подамо на рис. 2.2.

Початковим і завершальним як на кожному етапі формування зокрема, так і під час усього процесу формування іміджу загалом, є діагностичний блок, що дозволяє визначити початковий стан, результат формування, особливості реалізації позитивного іміджу молодого викладача, ступінь його сформованості.

Вибір етапів, складання програми формування позитивного іміджу молодого викладача залежать від початкового характеру іміджу та від того, на якому рівні іміджу виявляється дисбаланс. Наявність дисбалансу або балансу на рівнях іміджу здійснюється за допомогою тестів, самооцінки, під час проведення тренінгів і під час виконання викладачами практичних завдань.

Спираючись на те, що в нашому дослідженні йдеться про формування професійного іміджу, критеріями оцінки характеру іміджу викладача були обрані тести, що дозволяють провести діагностику професійно важливих якостей педагога ВНЗ.

Ті професійно важливі якості викладача, які діагностуються як недостатньо розвинені на початковому етапі експерименту, під час іміджування розвиваються або корегуються.

Показники ефективності формування іміджу є соціальними. Вони висловлюють ступінь відповідності реальних результатів формування іміджу заданому рівню.

Загалом можна стверджувати, що показники ефективності формування іміджу є інструментом його оцінки, а критерій – вибором й обґрунтуванням його показників.

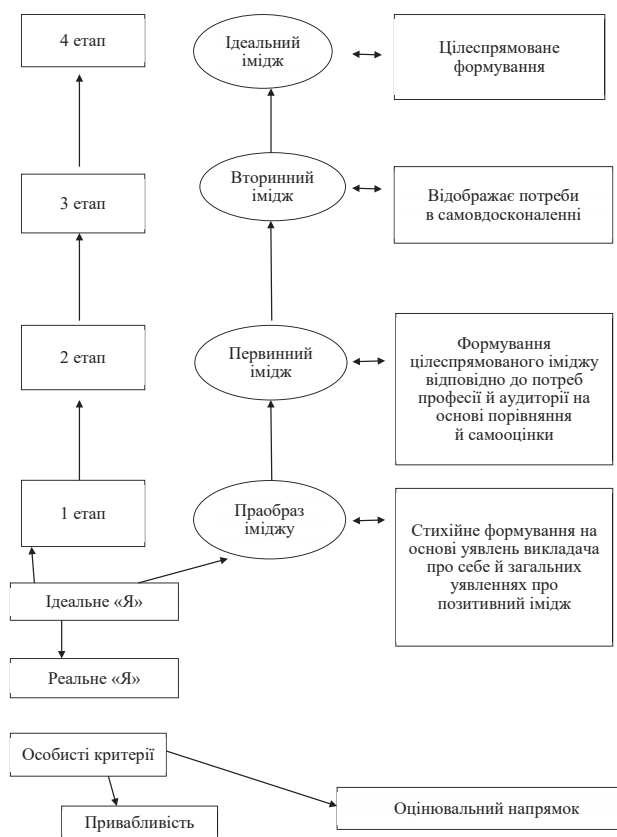


Рис. 2.2. Етапи і напрями формування позитивного іміджу молодого викладача

Ефективна діяльність розглядається з позицій якості, продуктивності, соціально-значущих цілей. Під ефективністю формування позитивного іміджу молодого викладача нами розуміється створений за найменших витрат і в оптимальні терміни позитивний образ педагога [5, с. 145].

Оцінка ефективності формування позитивного іміджу молодого викладача здійснюється за узагальненими критеріями «привабливості іміджу» й «ресурсозабезпечення» його створення (рис. 2.3). Під час оцінки привабливості позитивного іміджу слід враховувати його психологічні характеристики, що обумовлюють такі особливості оцінювання: імідж – психологічний образ, отже, він не підлягає прямому вивченню, а може бути оцінений тільки через реагування людей, їхнє ставлення; треба звертати особливу увагу на емоційну реакцію; вивчення має базуватися на методах дослідження психічних образів: метод контент-аналізу, метод експертних оцінок, аналіз ролівої поведінки, а також теорія соціальної перцепції.

Імідж не має однозначних і незмінних характеристик, тому він повинен враховувати специфіку сприйняття різних соціальних груп, їхні стереотипи, установки, отже, вивчення повинно здійснюватися в контексті соціально-психологічної стратифікації.

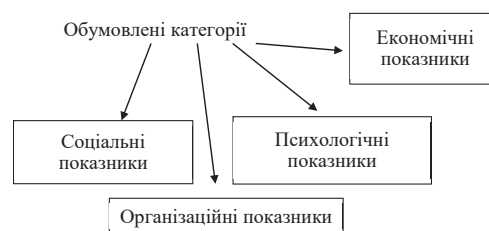


Рис. 2.3. Критерії оцінки та показники ефективності формування іміджу викладача ВНЗ

Частковими критеріями «привабливості іміджу» є соціальні та психологічні, «ресурсозабезпечення» – організаційні та економічні критерії. Сукупність соціальних показників – це позитивна оцінка діяльності викладача студентами; позитивна оцінка діяльності викладача колегами; позитивна оцінка діяльності викладача адміністрацією вищого навчального закладу; конкурентоспроможність. Сукупність психологічних показників – розвиток викладача ВНЗ як особистості в процесі діяльності; сформовані особистісні й професійно-важливі якості; авторитет викладача; закріплення уявлення про успішність діяльності викладача в свідомості інших; психологічна готовність викладача до педагогічної й наукової діяльності; задоволеність викладача умовами й результатами своєї діяльності; професійний й особистісний оптимізм.

Сукупність організаційних показників зумовлює високий рівень самоорганізації викладача вищого навчального закладу; здатність викладача продуктивно виконувати комплекс педагогічних функцій; низьку залежність викладача від зовнішніх чинників. Сукупність економічних показників сприяє витратам на підвищення професіоналізму викладача; оплаті праці професійних іміджмейкерів.

Висновки. Отже, нами побудовано теоретичну модель механізму формування позитивного іміджу молодого викладача вищої школи, виокремлено етапи його формування, виявлено критерії оцінки та показники ефективності цього процесу. Теоретична модель формування позитивного іміджу містить п'ять основних елементів: мету формування позитивного іміджу, інформацію про стан іміджу, засоби комунікації, об'єкт і суб'єкт впливу. Формування позитивного іміджу молодого викладача розглядається нами як поетапний процес, в якому визначено такі етапи: мотиваційний, когнітивно-рефлексивний, оцінний, конструкторсько-виконавчий.

Представлені нами критерії оцінки та показники ефективності формування позитивного іміджу дозволять надалі оцінити результати роботи, спрямованої на створення позитивного іміджу молодого викладача педагогічного ВНЗ.

Література:

1. Болотова А.К. Гуманістична орієнтація вищої освіти в Німеччині. URL: <http://www.ed.gov.ru/>
2. Гоноболин Ф.Н. О некоторых психологических качествах личности учителя. Вопросы психологии. 1975. № 1. С. 101–110.
3. Живаєва Т. З. Імідж освітнього закладу та особистість керівника. Дошкільне виховання. 2002. № 8. С. 18–19.
4. Зінченко В.П. Імідж учителя, або психологія одягу: відкритий урок. Розробки. Технології. Досвід. 2008. № 4. С. 85–86.
5. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя. Москва: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2004. 222 с.
6. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. Москва: Политиздат, 1975. 304 с.
7. Маринович В.В. Имидж негосударственной радиостанции: опыт системного анализа. : автореф. дис. ... докт. філ. наук. Санкт-Петербург, 1995.
8. Маценко В.Ф. Технологія іміджу. Київ: Главник, 2005. 96 с.
9. Митина Л.М. Психология профессионального развития учителя. Москва: Флинта, 1998. 200 с.
10. Петрова Е.А. Визуальная психосемиотика общения. Москва, 1999. 176 с.

Байда С. П. Модель формирования положительного имиджа преподавателя высшей школы

В статье определены психолого-педагогические основы формирования индивидуального имиджа преподавателя в соответствии с гуманистической концепцией образования и задачами развития конкурентоспособной личности, описаны теоретическая модель, критерии и показатели эффективности формирования положительного имиджа преподавателя.

Ключевые слова: модель, имидж, положительный имидж, преподаватель.

Baida S. P. Model for the formation of a positive image of a teacher of higher education

The article defines the psychological and pedagogical bases of formation of the individual image of the teacher in accordance with the humanistic conception of education and the tasks of development of a competitive personality, describes the theoretical model, criteria and indicators of the effectiveness of forming a positive image of the teacher. The system of forming a positive image of a young teacher is open, as between it and the outside world there is a constant exchange of information. It can also be attributed to complex systems, since it contains many subsystems (work with student youth, the scientific community, the organization of their own teaching activities, etc.). And at the same time, it itself comes in as a subsystem for the higher order system (the system of activity of a higher educational establishment as a whole).

Key words: model, image, positive image, teacher.