

Олена Романовська

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки та методики професійного навчання, Українська інженерно-педагогічна академія
E-mail: elena.alex2004@mail.ru

ПОНЯТТЯ І СТРУКТУРА ІМІДЖУ СУЧАСНОГО ВИКЛАДАЧА ВИЩОЇ ШКОЛИ

Анотація: стаття присвячена розгляду такої актуальної проблеми як імідж викладача вищої школи. Проведено аналіз різних підходів до визначення понять «імідж», «імідж викладача вищої школи»; визначено поняття «імідж викладача вищої школи» та виділено його основні компоненти: зовнішня, процесуальна і внутрішня складові.

Ключові слова: імідж, імідж викладача вищої школи, компоненти іміджу, компоненти іміджу викладача вищої школи, зовнішній вигляд, процесуальний компонент, Я-концепція.

Olena Romanovska

THE CONCEPT AND STRUCTURE OF THE IMAGE OF THE CONTEMPORARY LECTURER

candidate of Pedagogical Science, associate professor chair of pedagogics and methodics of professional training, Ukrainian Engineering - Pedagogics Academy
E-mail: elena.alex2004@mail.ru

Annotation: the article is devoted to the actual problems such as the image of the high school. The analysis of different approaches to the definition of "image", "image of the higher school"; defined the concept of "the image of the higher school" and highlighted its main components: an external, procedural and internal components.

Key words: image, image of high school teacher, the image components, the image components of high school teacher, the appearance, the procedural component, the self-concept.

Елена Романовская

ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

Аннотация: статья посвящена рассмотрению такой актуальной проблемы как имидж преподавателя высшей школы. Проведен анализ различных подходов к определению понятий «имидж», «имидж преподавателя высшей школы»; определено понятие «имидж преподавателя высшей школы» и выделены его основные компоненты: внешняя, процессуальная и внутренняя составляющие.

Ключевые слова: имидж, имидж преподавателя высшей школы, компоненты имиджа, компоненты имиджа преподавателя высшей школы, внешний облик, процессуальный компонент, Я-концепция.

Olena Romanovska

An extended abstract of a paper on the subject of:
«The concept and structure of the image of the contemporary lecturer»

© Олена Романовська, 2016

The article deals with such topical problem as the image of the lecturer. Among the strategic directions of modernization of the national system of higher education defined in the Laws of Ukraine "On education" and "On higher education" and the National doctrine of educational development of Ukraine in the XXI century, there is an important one, i.e. the challenge of Ukraine's integration into the European and global social and cultural space. In this regard, a positive image of a lecturer is acquiring the properties of one of the main sources of ensuring both high social prestige and success of the national higher education system in general and of specific educational institutions in particular. Despite the fact that nowadays the vocational education system pays sufficient attention to the professional development of lecturers, their professional competence, the formation of the lecturer as a harmoniously developed subject whose intellectual qualities are combined with physical development, attractiveness of appearance, good manners, adequate self-esteem and developed self-concept, is often left out of the field of activity of educational institutions. In addition, despite the numerous works on various aspects of the image of the lecturer, the problems of determining its nature and structure are still not completely studied.

Based on the analysis of abundant literature on the definition of essence and structure of the concept "image", the author defines the image as a purposefully formed holistic, dynamic personality shaped by the conformity and convergence of internal, external and individual qualities of the subject, called to render emotional and psychological influence in order to formulate a definite opinion that ensures harmonious interaction of the subject with nature, society and themselves.

The paper presents a model of image of the lecturer, which includes external, internal and procedural components, and it is based on the approach of L. M. Mitina, who defined the structure of the image of the lecturer.

Considering the essential characteristics of the image of the lecturer given in pedagogical research, we determined that the image of a lecturer can be defined as a dynamic personality representing the set of external (visual appeal, culture, verbal and nonverbal communication), professional (professional culture) and internal (personal qualities, moral, ethical norms, etc.) characteristics, which is created as a result of their direct perception in the process of interaction of the lecturer with the participants of the teaching process, or indirectly through the opinions of other people. It is noted that the image does not always fully reflect the personality of its bearer, but regardless of this, the image can cause both positive and negative attitudes.

The author mentions that nowadays market conditions require a lecturer to create a positive image. It is not enough just to be a professional. Personal image of a modern lecturer is an important supplement or a necessary condition for the effective professional activity.

The article deals with such topical problem as the image of the lecturer. Analysis of different approaches to the definition "image", "image of the lecturer" has been carried out; the concept "image of the lecturer" has been defined and its main components have been pointed out: external, internal and procedural components.

***Key words:** image, image of the lecturer, components of the image of the lecturer, image components, appearance, procedural component, self-concept.*

Актуальність дослідження. У силу соціально-економічних і політичних умов, що склалися в Україні, освітня система виявилася в складному становищі. Вищий освітній заклад (ВНЗ) в даний час змушений функціонувати в конкурентному середовищі, наявність якого обумовлено, насамперед, демографічним спадом, зростаючими потребами в отриманні нових знань і зростаючим потоком пропозицій у сфері освітніх послуг з боку різного типу установ, як державних, так і комерційних.

Боротьба за клієнта - студента, змушує шукати шляхи, не традиційні для системи освіти минулих років, використовувати маркетингові стратегії, адаптувати PR-технології, спрямовані на підвищення ефективності взаємодії з цільовими аудиторіями. Однак, цей процес ускладнений наявністю стереотипів - уявлень про освітній заклад в соціумі і кліше поведінки суб'єктів освіти усередині самої установи. І це не допомагає в

просуванні реформ. Одним із способів вирішення цієї проблеми, на наш погляд, є розвиток конкурентоспроможного іміджу освітнього закладу[6].

Імідж освітнього закладу-інтегративний і дуже складний феномен. Але в його структурі є ланки, які визначають наявність або відсутність позитивного іміджу конкретної установи освіти - це, насамперед, індивідуальний імідж керівника освітнього закладу та педагогів, які працюють в ньому.

Проблема позитивного іміджу педагога стає актуальною ще й тому, що в даний час висуваються принципово нові вимоги до його особистості. Все це пов'язано з реформами в освіті, переходом до гуманізації і демократизації, суб'єкт-суб'єктними відносинами, орієнтацією на розвиток особистості студентів, а не тільки на просту передачу знань. Крім того, починається активне використання досягнень західної педагогіки, в освітній процес впроваджуються нові концепції і технології. Ускладнення завдань освіти надає особливу значимість вивченню ролі іміджу, як одному з професійно важливих якостей сучасного педагога. Йому вже недостатньо бути фахівцем високого класу, обов'язковою умовою професійного успіху якого є імідж.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. 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.Виготський, Б.Ломов, Г.Щокін); концептуальні засади та практичний інструментарій іміджології (П.Берд, Л.Браун, Ф.Джефкінс, І.Криксунова, Е.Соловйов, М.Спіллейн, Е.Семпсон, А.Панасюк, Г.Почепцов, В.Шепель, Д.Ягер); сутність професійного іміджу фахівця та особливості його ефективною самопрезентації (І.Альохіна, В.Бєбік, М.Вудкок, Ф.Генов, Ф.Кузін, Н.Скрипаченко, Е.Уткін, Д.Френсіс); формування педагогічного іміджу та «професійного образу Я» викладача вищої школи (І.Володарська, Н.Гузій, А.Морозов, Ю. Палеха, С.Панчук, Т.Туркот, В.Хороших, О.Чебікін, І.Чертикова); закономірності становлення педагогічної майстерності освітянських кадрів та формування професійно важливих якостей майбутніх викладачів (І. Зязюн, Н. Кузьміна, А. Макаренко, О.Романовський, В. Сухомлинський).

Формулювання цілей статті (постановка проблеми). 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 позитивний імідж викладача починає набувати властивості одного з основних ресурсів, що забезпечують як високий соціальний престиж і успішність функціонування національної системи вищої освіти в цілому, так і конкретного вищого навчального закладу, зокрема. Проте, сьогодні система професійної освіти приділяє достатньо уваги підвищенню кваліфікації педагогів, їх професійної компетентності, але формування педагога як гармонійно розвиненого суб'єкта, у якого якості розуму вдало поєднуються з фізичною довершеністю, зовнішньою привабливістю, гарними манерами, що володіє адекватною самооцінкою і розвиненою «Я-концепцією», часто залишається поза полем діяльності освітніх установ. Крім того, незважаючи на численні напрацювання з різних аспектів іміджу викладача вищої школи, проблема визначення його суті та структури ще досі досконало не досліджена.

Отже, **метою статті** є висвітлення та розкриття сутності понять «імідж», «імідж викладача вищої школи»; визначення основних його структурних компонентів.

Виклад основного матеріалу. Термін «імідж» останнім часом все більш міцно входить до словника сучасної людини, але, незважаючи на те, що це слово активно використовується, багато хто з викладачів вищої школи до цих пір лише примарно уявляють, що ж таке імідж. Сьогодні позитивний імідж є найважливішим чинником успіху у професійній діяльності викладача ВНЗ.

Поняття «імідж» почали використовувати ще у часи Аристотеля. Аналіз літературних джерел показав, що в Україні термін «імідж» з'явився наприкінці ХХ сторіччя. Воно запозичене від латинського слова *imago* – «образ», яке пов'язане з іншим латинським словом – *imitate*, «імітувати», «відтворювати». В практичному вживанні це слово близьке до відомого грецького слова «харизма», в яке давні греки вкладали значення обдарованості, авторитетності, мудрості і святості. Люди, що володіють сукупністю таких якостей, завжди володіли силою впливу на оточуючих [6].

У побутовому розумінні слово «імідж» використовується по відношенню до людини у двох вимірах: зовнішньому і внутрішньому. Перший описує зовнішні характеристики і вигляд людини, другий – внутрішні характеристики, з яких формується її репутація. Ці дві частини складають єдине ціле, тому можна сказати, що імідж – це цілісний образ особистості, що об'єднує її зовнішні та внутрішні характеристики [12].

В даний час в науковій літературі можна зустріти велику кількість визначень іміджу. У психолого-педагогічних наукових джерелах традиційно він 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 або носієм іміджу найчастіше є людина, група людей або організація [16].

Часто імідж визначається, як цілеспрямовано створена або форма відображення об'єкта у свідомості людей, яка стихійно виникла.

На думку П. Берда, «імідж – це наша візитна картка, це «повна картинка Вас, яку ви представляєте іншим. Вона включає те, як ви виглядаєте, говорите, одягаєтеся, дієте; ваші вміння, вашу поставу, позу і мову тіла; ваші аксесуари, ваше оточення і компанію, яку ви підтримуєте». Імідж ним розглядається як зовнішній образ, створюваний суб'єктом з метою викликати певне враження, думки, ставлення інших, а також як сукупність властивостей, наданих рекламою, пропагандою, модою, забобонами, традицією і т. д. об'єкту з метою викликати певні реакції по відношенню до нього [1].

Провідний вчений з проблеми іміджу фахівця В.М. Шепель пропонує розглядати це поняття як збірне, головним компонентом якого є особиста привабливість фахівця. 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 [18].

Як зазначає Л.Браун, імідж – це надзвичайно яскраво емоційно забарвлений образ чогось або когось, який склався в масовій свідомості і має характер стереотипу, йому характерні значні регуляторні властивості. Г.Почепцов визначає імідж як особливий психічний образ, який сильно й певним чином впливає на емоції, поведінку та відносини особистості чи соціальної групи.

Професор В. В. Бойко пропонує розглядати імідж як цілісне утворення, до складу якого входять наступні компоненти: система цінностей особистості, її внутрішня філософія; професійний, емоційний, інтелектуальний, комунікативний, етичний або моральний стиль поведінки; аудіовізуальна культура фахівця [13].

І. Нефьодова і О. Власова, на яких посилається Е. Б. Перелигіна, зазначають: «Імідж - це якийсь образ, який людина, його «Я» представляє світу, свого роду форма самопрезентації для інших. З одного боку, ми намагаємося дати інформацію для оточуючих, але в той же час переслідуюмо якісь свої цілком певні цілі, тобто імідж потрібен нам» [13].

В. Н. Черепанова представляє наступне визначення: «Імідж - це цілеспрямовано сформований інтегральний, цілісний, динамічний феномен, обумовлений відповідністю і взаємопроникненням внутрішніх і зовнішніх, особистісних та індивідуальних якостей суб'єкта, покликаний забезпечити гармонійну взаємодію суб'єкта з природою, соціумом і самим собою». Імідж - не статичне поняття, людина може бути різною в залежності від обставин. На жаль, частіше буває так: відпрацьований якийсь стереотип, придбані і за-своєні певні форми поведінки, стиль одягу, манера спілкування, і людина, не замислюючись, переносить цей стереотип далі, на інші обставини [17].

У поняття «імідж» є паралельні поняття - «думка», «репутація», «авторитет». У науковій літературі можна навіть зустріти ототожнення іміджу з цими явищами. Так, наприклад, А. Ю. Панасюк вважає, що імідж є по суті те ж, що і думка: «Імідж людини - це думка про цю людину у групи людей в результаті сформованого в їхній психіці образу цієї людини, який виник внаслідок прямого їх контакту з цією людиною або внаслідок отриманої про цю людину інформації від інших людей» [11]. З таким визначенням іміджу не можна погодитися, як і з ототожненням його з репутацією чи авторитетом. Думка обов'язково передбачає словесну форму вираження. Між тим образ, а значить, і імідж обов'язково включає невербальні елементи, причому ці елементи можуть переважати в його структурі.

Також безпідставним є змішування іміджу з авторитетом. Авторитет виступає як безпосередня основа соціального впливу у тому сенсі, що людина, яка володіє авторитетом, може нав'язувати свою волю іншим людям. Наявність у неї авторитету служить безпосередньою причиною виконання ними дій, що суперечать їх власним інтересам, цілям, потребам і бажанням.

Імідж також може служити основою для довіри й фактором, що полегшує вплив, але використання іміджу як засобу соціального впливу можливо не завжди, а за певних умов, яким повинен він відповідати [16]. Розглянемо деякі найбільш поширені характеристики іміджу.

Багато авторів, пише О. Б. Перелигіна, визнають, що імідж, оскільки він залежить від багатьох факторів, які можуть змінювати свої значення, не є чимось одним разю заданим і незмінним. Одна з важливих особливостей іміджу це його активність. Він «здатний впливати на свідомість, емоції, діяльність і вчинки як окремих людей, так і цілих груп населення». Він динамічний, його атрибути перетворюються, видозмінюються відповідно до змін в самому носії або в груповій свідомості [13].

У ряді визначень підкреслюється та обставина, що поняття «імідж» включає не тільки природні властивості особистості, а й спеціально вироблені, створені, сформовані. В інших визначеннях робиться акцент на тому, що імідж багато в чому зумовлюється об'єктивними характеристиками об'єкта, зокрема, імідж людини зумовлюється її психологічним типом і особистістю, їх відповідністю запитам часу і суспільства [13].

У ряді визначень отримала відображення знакова, інформаційно-символічна природа іміджу. Так, В. М. Маркін пише: «Імідж – це не маска, не прикрашання свого професійного вигляду. ... Стрижневе тут - можливість передати інформацію про себе, про свої справжні (особистісні і професійні) традиції, ідеали, плани, діяння. З урахуванням знакової природи іміджу його можна розглядати як повідомлення, що адресується аудиторії про те, що клієнт володіє якимись властивостями. Для того, щоб аудиторія могла сприйняти таке повідомлення, воно повинно бути написано на зрозумілій їй мові, а отже, використовувати знайомі їй символи (знаки) в їх звичайних значеннях» [13].

Часто в літературі зустрічається твердження, що імідж - це форма поведінки людини і стиль, причому, переважно зовнішня сторона поведінки в суспільстві. Іноді

іміджем називають набір значень і вражень, завдяки яким люди описують об'єкт, запам'ятовують його і починають ставитися до нього певним чином, іншими словами, завдяки яким об'єкт стає відомим.

Ще однією дуже важливою характеристикою іміджу є його функціональність. Іншими словами, імідж не є самоціллю. Хороший імідж потрібен для чогось, за його допомогою людина може досягти певних цілей, більш ефективно вирішити якісь завдання, зробити більш успішною ту чи іншу діяльність.

Що стосується визначення структурних компонентів іміджу фахівця тут також не існує єдиного підходу.

У структурі іміджу, одні виділяють: візуальний образ (костюм, зачіска, пластика, міміка, голос); інші – професіоналізм, компетентність, моральну надійність, гуманітарну освіченість; треті – внутрішній образ (темперамент, настрій, особистісні якості) і менталітет (духовна практика, інтелект).

Інші компоненти в структурі іміджу виділяє В.В.Бойко:

1) аудіовізуальну культуру особистості (мова, манера триматися, одяг, зачіска, відповідні очікуванням більшості або певної групи людей);

2) стиль поведінки (професійний, інтелектуальний, моральний, емоційний, комунікативний, естетичний, етичний);

3) внутрішню філософію, систему цінностей людини (життєві установки, моральне кредо, система відносин), що накладає відбиток на зовнішність і манеру поведінки;

4) атрибути, що підкреслюють статус і прагнення особистості (обстановка офісу, машина і так далі);

5) психогігієнічний "Я – образ" (в цілому) – привабливий психогігієнічний образ: людина зовні та внутрішньо спокійна, активна, у гарному настрої, доброзичлива, оптимістична, миролюбна і так далі [10].

В. М. Шепель виділяє три групи особистісних якостей, які визначають структуру іміджу:

1) природні якості;

2) набуті якості внаслідок освітніх і виховних процесів;

3) якості, набуті під час професійного і життєвого досвіду.

Таким чином, єдиної точки зору на визначення сутності та структурних компонентів іміджу не існує. Більшість авторів виділяють різні компоненти в структурі іміджу, спираючись на своє бачення досліджуваної проблеми.

Отже, на основі розглянутих підходів щодо визначення сутності поняття «імідж», визначаємо імідж як цілеспрямовано сформований цілісний, динамічний образ, обумовлений відповідністю та взаємопроникненням внутрішніх, зовнішніх, індивідуальних, особистісних якостей суб'єкта, покликаний надати емоційно-психологічну дію з метою вироблення певної думки, що забезпечує гармонійну взаємодію суб'єкта з природою, соціумом і самим собою. Імідж сьогодні може допомогти педагогу, а зокрема, викладачу вищої школи досягнути успіху в його професійній діяльності.

Заповітним бажанням кожного викладача вищої школи є прагнення відчувати зацікавленість студентів у вивченні його дисципліни та гарні результати її засвоєння. Досягненню цієї мети сприяє уміння встановлення контактів зі студентською аудиторією, утвердження викладача як авторитетного джерела інформації, як особистості, яка своїми знаннями та поведінкою може плідно вплинути на молоде покоління. Отже, важливою умовою забезпечення високого рівня культури взаємовідносин між професорсько-викладацьким складом і студентством є привабливий, педагогічно позитивний імідж вищого навчального закладу та особистий імідж викладача як його офіційного представника. На жаль, далеко не всі педагоги стурбовані особистим іміджем, авторитетом. Дослідження показують, що робітники цієї спеціальності у два рази занижують значення свого іміджу. Сучасними дослідниками виявлено розбіжність у значимості особистого іміджу педагога для студентів і викладачів. За деякими даними, у списку десяти професійно значимих якостей викладача у XXI столітті імідж посідає друге місце з пог-

ляду студентів, і тільки восьме – з погляду самих викладачів. Така ситуація склалася ще й тому, що викладачі і самі до кінця не знають що таке імідж, з яких компонентів він складається і для чого він їм потрібен. В науці ця проблема також досі залишається практично недослідженою.

В сучасних дослідженнях поняття імідж педагога трактується неоднозначно. Автори акцентують увагу на окремих сторонах. Коли мова йде про імідж педагога, за основу береться соціально-психологічний контекст, розглядається його прояв у ситуаціях взаємодії викладача зі студентами, колегами.

Так, Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров визначають імідж викладача як "емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу педагога у свідомості вихованців, колег, соціального оточення, в масовій свідомості [9]. При формуванні іміджу педагога реальні якості тісно переплітаються з тими, які приписуються йому оточуючими". Крім того, імідж впливає на формування внутрішнього " образу – Я ", а значить, на самооцінку і самоповагу індивіда.

Російський дослідник іміджу О. О. Калюжний дає наступне визначення досліджуваному поняттю: "Імідж педагога - це емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу вчителя у свідомості вихованців, колег, соціального оточення, в масовій свідомості. При формуванні іміджу вчителя реальні якості тісно переплітаються з тими, які приписуються йому оточуючими" [7, С. 25-31]. На думку цього автора [7], складові іміджу можна уявити як конгломерат трьох елементів: комунікабельність, зовнішні складові, внутрішні складові. Імідж педагога розглядається вченим також в рамках професійного іміджу і є особистісним феноменом, який має соціально-психологічну природу, детерміновану суб'єктом особистості вчителя як фахівця-професіонала. Він відображає значущі особливості особистості, її професійної діяльності і спілкування, поведінки і зовнішнього вигляду [7, с. 88].

Модель іміджу за Л. Ю. Донською [5] передбачає у структурі іміджу викладача ядро іміджу (природний компонент), внутрішній рівень (особистісний, професійний, поведінковий компоненти) і зовнішній рівень (візуальний, аудіальний, ольфакторний, кінестетичний компоненти) [5].

О. І. Попова стверджує, що індивідуальний імідж викладача – це « характерний для кожного викладача як особи. До нього входять індивідуально-особистісні характеристики, фізичні дані, установки викладача, самооцінка, зовнішній вигляд. До змісту індивідуального іміджу педагога висуваються деякі стійкі комунікативні установки, очікування та вимоги суспільства як до партнера зі спілкування в освітній взаємодії»[14].

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»[3].

Н. В. Гузій пропонує розглядати поняття «педагогічного іміджу» як полісемантичну категорію, що характеризує стиль професійно-педагогічної діяльності, манеру спілкування, уміння індивідуалізувати свій образ, надавати йому естетичної виразності. Суспільство висуває вимоги до професійного іміджу педагога, впливає на його зміст. Але із покоління в покоління незмінними залишаються такі якості ідеального педагога, як любов до дітей, учнів, студентів; високий професіоналізм, доброзичливість, ширість, вміння спілкуватися [4].

Український фахівець з проблеми іміджу Ю.Палеха визначає його як «сукупність професійних, моральних, естетичних і етичних норм вироблених суспільством і ставлення суб'єкта до своїх професійних обов'язків. У більшості випадків хороший осо-

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА ЇЇ ЗМІСТУ
бистий імідж – результат вмілої орієнтації за конкретних умов, правильності вибору тієї чи іншої моделі поведінки» [10].

В. Н. Черепанова, говорячи про індивідуальний імідж педагога в контексті реалізації гуманістичної концепції освіти, вважає, що це поняття 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 [17].

А. Тарасенко характеризує індивідуальний імідж учителя як компонент культури педагогічної діяльності, який визначає успішність професійної діяльності педагога, так як дозволяє йому краще виявити особистісні і ділові якості. На його думку, індивідуальний імідж - це система особистісних якостей педагога (толерантність, тактовність, доброзичливість, рефлексивність та ін) і психологічних засобів (вербальних і невербальних способів спілкування, позицій, ролей), до яких вдається цілеспрямовано вчитель з метою досягнення оптимального результату педагогічної діяльності [6].

Л. П. Качалова звертає увагу на те, що імідж педагога - це інтегральна, цілеспрямовано сформована, цілісна, динамічна якість, обумовлена відповідністю і взаємопроникненням внутрішніх і зовнішніх особистісних та індивідуальних якостей педагога, покликана забезпечити гармонійну взаємодію його з самим собою та учасниками освітнього процесу та дозволяє реалізувати педагогічну діяльність через формування позитивної думки [8].

За Т. Б. Кулаковою імідж викладача містить у собі загальнокультурну та професійну письменність, вербальну і невербальну комунікацію, культуру зовнішнього вигляду [6].

За С. Д. Якушевою імідж є інтегральною складовою особи та передбачає [19]:

– 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);

– кінестичну (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 особистості, єдність загальної культури та артистизму, аксіологічного й естетико-етичного джерела в різноманітних видах професійної діяльності і спілкування.

Дослідженню специфіки іміджу педагога присвячені і роботи Л.М. Мітіної, яка виділила у його структурі зовнішній, процесуальний і внутрішній компоненти. До зовнішньої складової нею були віднесені: міміка, жести, тембр і сила голосу, одяг, хода, манери. Зовнішній вигляд викладача, безумовно, може створити робочий або неробочий настрій на занятті, сприяти або перешкоджати взаєморозумінню, полегшуючи або ускладнюючи педагогічне спілкування [15].

Процесуальна складова іміджу простежується в процесі спілкування і визначається такими показниками як: професіоналізм, емоційність, виразність, пластичність мовлення та ін. Емоційно багатий викладач, володіє прийомами вербального і невербального прояву почуттів і цілеспрямовано їх застосовує, здатний пожвавити заняття, зробити його експресивним, наблизити до природного спілкування.

Внутрішній компонент - характеризує внутрішній світ людини, її духовний та інтелектуальний розвиток, цінності та інтереси, її особистість в цілому.

Отже, спираючись на наявні визначення іміджу педагога, можна виділити найбільш значимі такі його складові: зовнішній вигляд, використання вербальних і невербальних засобів спілкування, професійну складову, внутрішню відповідність образу професії - внутрішнє «Я». Ми підтримуємо точку зору Л.М. Мітіної щодо структури іміджу педагога і пропонуємо таку модель іміджу викладача вищої школи (див. рис. 1).

Зовнішня складова представляє собою - візуальну привабливість, вербальну та невербальну поведінку. Зовнішній вигляд - це частина інформації, яку ми отримуємо завдяки зору. Саме тому візуальна привабливість нашого образу така важлива. З давніх часів люди цінували гармонію та красу. Ефект першого враження виходить з візуального сприйняття. За експериментальними даними психологів ззовні привабливі люди легше домагаються симпатій оточуючих. Вплив педагога на студента залежить від розміщення останнього. Візуальна привабливість - це наші фізичні дані та значна кількість зовнішніх доданків, що залежать безпосередньо від нас.

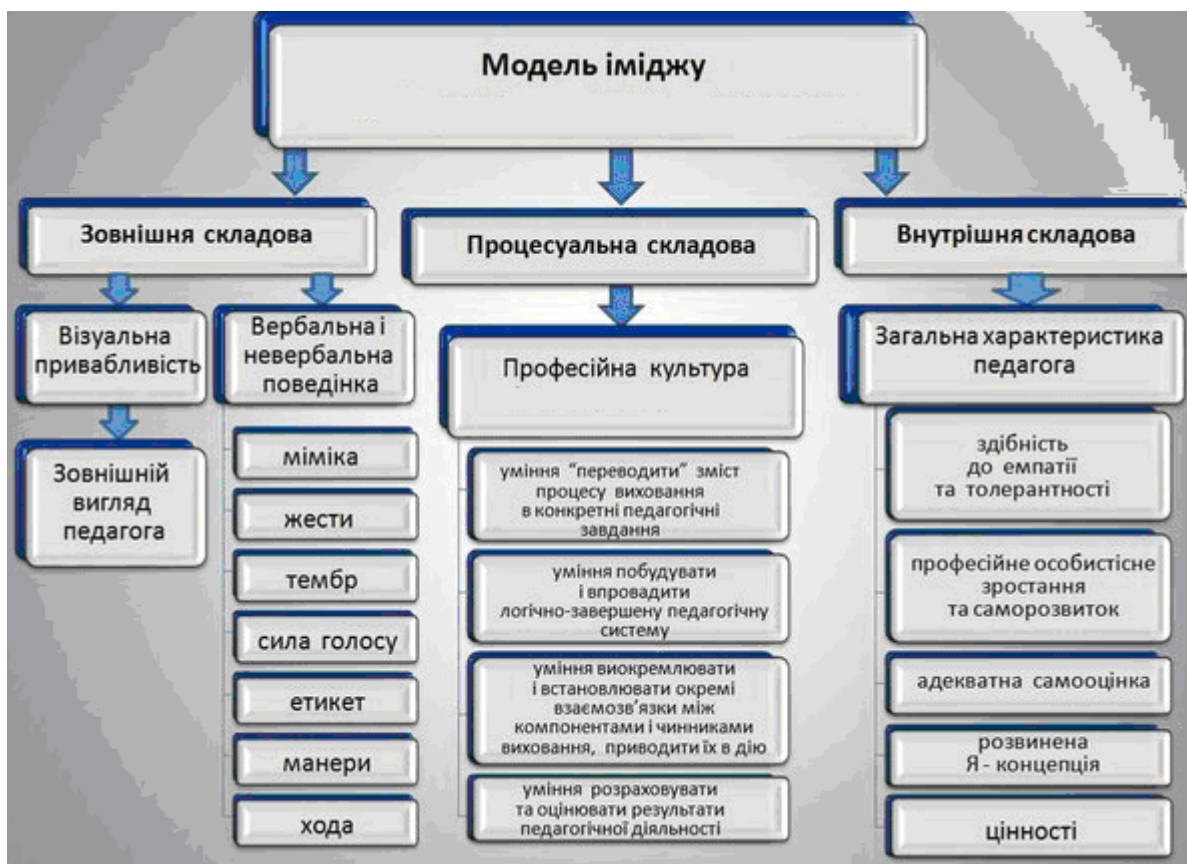


Рисунок 1. – Модель іміджу викладача вищої школи

Наша привабливість найчастіше залежить від загального враження доглянутості. Доглянутість - показник культури людини. Це візитка наших даних, які підкреслено за допомогою одягу, зачіски та макіяжу. Як візуальна привабливість, так і вербальна та невербальна поведінка є основою персоніфікації. Інформація доноситься словом, інтонацією, темпом промови, паузою та інше. Пояснення мають бути зрозумілими як за стилем промови, так і за актуальністю. Слід зазначити, що сприйняття інформації на слух не менш об'ємне, ніж візуальне.

Процесуальна складова. Професійна культура педагога складається з багатьох компонентів, але у даному разі ми виділяємо, на наш погляд, головну її складову - професійні уміння, які він повинен ефективно реалізовувати під час своєї педагогічної діяльності:

1. Уміння «переводити» зміст процесу виховання в конкретні педагогічні завдання: вивчення особистості та колективу для визначення рівня їх підготовленості до активного оволодіння новими знаннями і проектування на цій основі розвитку колективу і окремих студентів; виокремлення комплексу освітніх, виховних і розвиваючих завдань, їх конкретизація і визначення домінуючого завдання.

2. Уміння побудувати і впровадити логічно завершену педагогічну систему: комплексне планування навчально-виховних завдань; обґрунтований відбір змісту освітнього процесу; оптимальний відбір форм, методів і засобів його організації.

3. Уміння виокремлювати і встановлювати взаємозв'язки між компонентами і чинниками виховання, приводити їх в дію: створення необхідних умов (матеріальних, морально-психологічних, організаційних та інших); активізація особи студента, розвиток його діяльності, яка перетворює його з об'єкта на суб'єкт виховання; організація і розвиток спільної діяльності; забезпечення зв'язку ВНЗ із середовищем, регуляція зовнішніх запрограмованих впливів.

4. Уміння розраховувати та оцінювати результати педагогічної діяльності: самоаналіз і аналіз освітнього процесу та діяльності викладача; визначення нового комплексу стрижневих і другорядних педагогічних завдань.

Внутрішня складова моделі – загальна характеристика педагога. Виділяємо для викладача вищої школи головні її критерії: гуманність - любов до тих, кого навчаєш, уміння поважати їх людську гідність, потребу і здатність надавати кваліфіковану педагогічну допомогу для їх особистісного розвитку; громадянська відповідальність, соціальна активність; справжня інтелігентність (від лат. *inteligens* - знаючий, розуміючий, розумний) - високий рівень розвитку інтелекту, утворена в межах предмета викладання ерудиція, висока культура поведінки; правдивість, справедливість, порядність, чесність, гідність, працьовитість, самовідданість; інноваційний стиль науково-педагогічного мислення, готовність до створення нових цінностей і ухвалення творчих рішень; любов до дисципліни (курсу), який викладається, потреба в знаннях, в систематичній самоосвіті; здібність до міжособистісного спілкування, ведення діалогу, переговорів, наявність педагогічного такту, що визначає стиль поведінки викладача, викликає впевненість в його доброзичливості, чуйності, доброти, толерантності.

Якості викладача, які допомагають йому в спілкуванні й навчанні студентів: привітність, почуття гумору, артистизм, мудрість (наявність життєвого досвіду).

Також невід'ємною складовою викладача з позитивним іміджем є наявність позитивної «Я-концепції», яка реалізується через: позитивне ставлення до себе, позитивну самооцінку, самоповагу, почуття власної гідності; самосвідомість, знання людини про себе: «який я»?; поведінка, яка узгоджує внутрішню оцінку себе із зовнішніми вчинками.

Для педагога з позитивною «Я-концепцією» характерна гнучкість педагогічного мислення, що дозволяє йому приймати правильні рішення в складних ситуаціях, швидко реагувати на зміну почуттів, мислення, поведінки студентів, бути впевненим у собі і бути задоволеним своєю професійною діяльністю.

Отже, при створенні ідеального іміджу викладача вищої школи, вважаємо, що слід враховувати всі представлені складові моделі іміджу.

Висновки. Проведене дослідження дозволило зробити такі висновки.

1. Імідж – явище багатогранне і складне, зачіпає багато сфер життя сучасного соціуму, чия сутність, закономірності і механізми формування досі чітко не визначені. В дослідженні, на основі підходів різних вчених, визначаємо імідж як цілеспрямовано сформований цілісний, динамічний образ, обумовлений відповідністю та взаємопроникненням внутрішніх, зовнішніх, індивідуальних, особистісних якостей суб'єкта, покликаний надати емоційно-психологічну дію з метою вироблення певної думки, що забезпечує гармонійну взаємодію суб'єкта з природою, соціумом і самим собою.

2. Враховуючи наявні у педагогічних дослідженнях сутнісні характеристики іміджу педагога, вважаємо, що імідж викладача вищої школи можна визначити як динамічний образ, що представляє сукупність зовнішніх (візуальна привабливість, культура

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА ЇЇ ЗМІСТУ вербального і невербального спілкування), професійних (професійна культура) і внутрішніх (особистісні якості, моральні, етичні норми та ін.) характеристик, який створюється в результаті прямого їх сприйняття в процесі взаємодії педагога з учасниками педагогічного процесу, або опосередковано через думку інших людей. Імідж не завжди повністю відображає особистість його носія, але незалежно від цього, образ може викликати до себе як позитивне, так і негативне ставлення.

3. Сьогоднішні ринкові умови вимагають від педагога створення позитивного іміджу. Вже не достатньо бути просто професіоналом. Особистий імідж сучасного викладача вищої школи є важливим доповненням або необхідною умовою його ефективної професійної діяльності.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Актуальним та доцільним є необхідність розробки системи роботи з формування позитивного педагогічного іміджу у студентів ще в період навчання, підвищення якості існуючої системи розвитку педагогічної майстерності до більш досконалого рівня через створення механізму формування стійкого цілісного образу педагога (педагогічного іміджу), який забезпечить оптимальні умови для гармонійного розвитку студентів.

Список літератури:

1. Берд, П. Продай себя. Тактика улучшения вашего имиджа / П. Берд пер. с англ. Т.А. Сиваковой. - М.: Амалфея, 1997. - 371 с.
2. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – С - Пб., 1996.
3. Грейліх, О. Психологія формування іміджу викладача вищого начального закладу / О. Грейліх // Гуманітарний вісник. – 2007. – № 19.С. 14–21.
4. Гузій Н. В. Педагогічний імідж і професійна культура / Н. В. Гузій // Творча особистість вчителя: проблеми теорії і практики: зб. наук. праць. – К., 1997. – С. 28–31.
5. Донская, Л. Ю. Психологические условия формирования имиджа преподавателя высшей школы : автореф. дисс. на соискание уч.степени канд. психол. наук / Л. Ю. Донская. – Ставрополь, 2004. – 212с.
6. Ісаченко В.В. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи. – Автореферат. – Південноукраїнський державний педагогічний університет імені К.Д.Ушинського(м. Одеса), Одеса, 2005. С.32.
7. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя / А.А. Калюжный. - М.: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2004. - 394 с.
8. Качалова Л.П. Воспитание педагогического имиджа будущего учителя: теория и технология- . Шадринск, 2008. – 190 с.
9. Коджаспирова Г. М., Коджаспиров А. Ю. Педагогический словарь: Для студ. высш. и сред. пед. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 365 с.
10. Палеха Ю.І. Іміджологія: навч посіб. / Ю.І. Палеха; за заг ред. З.І. Тимошенко. – К.: Європ ун-т, 2005. – 324 с.
11. Панасюк А. Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж / А. Ю. Панасюк. – М., 2001. – 226 с.
12. Педагогічна майстерність / [І. А. Зязюн , Л. В. Крамущенко , І. Ф. Кривоноста ін.] ; за ред. І. А. Зязюна . – К.: Вища шк., 1997. – 349 с.
13. Перельгина Е. Б. Психология имиджа : учеб. пособие / Е. Б. Перельгина. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 224 с.
14. Попова Л. Імідж сучасного педагога / Л. Попова // Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід. – 2008. – № 3. – С. 41.
15. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. - Київ, вид-во «Ваклер», 2001 .- 698 с.
16. Романовский А. Г. Педагогика успеха : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / А. Г. Романовский, В. Е. Михайличенко, Л. Н. Грень, Нац. техн. ун-т "Харьковский политехнический институт". – Харьков : НТУ "ХПИ", 2012. – 371 с.
17. Черепанова В.Н. Курс лекций по имиджелогии / В.Н. Черепанова. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2002. - 374 с.

18. Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния / В.М. Шепель/ – Ростов н/Д: Феникс, 2005. - 474 с.
19. Якушева А. Значущі якості особистості педагога / А. Якушева // Відкритий урок: розробки, технології, досвід. – 2013. – № 6. – С. 88.

References:

1. Berd, P. Prodaj sebja. Taktika uluchshenija vashego imidzha / P. Berd per. s angl. T.A. Sivakovoj. - M.: Amalfeja, 1997. - 371 s.
2. Braun L. Imidzh – put' k uspehu. – S - Pb., 1996.
3. Grejlix, O. Psy`xologiya formuvannya imidzhu vy`kladacha vy`shhogo nachel'nogo zakladu / O. Grejlix // Gumanitarnij visny`k. – 2007. – # 19.S. 14–21.
4. Guzij N. V. Pedagogichny`j imidzh i profesijna kul`tura / N. V. Guzij // Tvorchaja osoby`stist` vchytelya: problemy` teorii i prakty`ky`: zb. nauk. pracz`. – K., 1997. – S. 28–31.
5. Donskaja, L. Ю. Психологические условия формирования имиджа преподавателя высшей школы : автореф. дисс. на соискание уч.степени канд. психол. наук / Л. Ю. Донская. – Ставрополь, 2004. – 212с.
6. Isachenko V.V. Formuvannya profesijno-pedagogichnogo imidzhu majbutnix vy`kladachiv vy`shhoyi shkoly`. – Avtoreferat. – Pivdenoukrayins`ky`j derzhavny`j pedagogichny`j universy`tet imeni K.D.Ushy`ns`kogo(m. Odesa), Odesa, 2005. S.32.
7. Kaljuzhnyj A.A. Psihologija formirovanija imidzha uchitelja / A.A. Kaljuzhnyj. - M.: Gumanitarnyj izdatel'skij centr VLADOS, 2004. - 394 s.
8. Kachalova L.P. Vospitanie pedagogicheskogo imidzha budushhego uchitelja: teorija i tehnologija- . Shadrinsk, 2008. – 190 s.
9. Kodzhaspirova G. M., Kodzhaspirov A. Ju. Pedagogicheskij slovar': Dlja stud. vyssh. i sred. ped. ucheb. zavedenij. — M.: Izdatel'skij centr «Akademija», 2010. – 365 s.
10. Palexa Yu.I. Imidzhologiya: navch posib. / Yu.I. Palexa; za zag red. Z.I. Ty`moshenko. – K.: Yevrop un-t, 2005. – 324 s.
11. Panasjuk A. Ju. Vam nuzhen imidzhmejker? Ili o tom, kak sozdavat' svoj imidzh / A. Ju. Panasjuk. – M., 2001. – 226 s.
12. Pedagogichna majsternist` / [I. A. Zyazyun , L. V. Kramushhenko , I. F. Kry`vonos ta in.] ; za red. I. A. Zyazyuna . – K.: Vy`shha shk., 1997. – 349 s.
13. PereLygina E. B. Psihologija imidzha : ucheb. posobie / E. B. PereLygina. – M. : Aspekt Press, 2002. – 224 s.
14. Popova L. Imidzh suchasnogo pedagoga / L. Popova // Vidkry`ty`j urok: Rozrobky`. Tehnologiyi. Dosvid. – 2008. – # 3. – S. 41.
15. Pochepcov G.G. Imidzhelogija. - Kiiv, vid-vo «Vakler», 2001 .- 698 s.
16. Romanovskij A. G. Pedagogika uspeha : ucheb. dlja studentov vyssh. ucheb. zavedenij / A. G. Romanovskij, V. E. Mihajlichenko, L. N. Gren', Nac. tehn. un-t "Har'kovskij politehnicheskij institut".– Har'kov : NTU "HPI", 2012.– 371 s.
17. Cherepanova V.N. Kurs lekcij po imidzhelogii / V.N. Cherepanova. - Tjumen': TjumGNGU, 2002. - 374 s.
18. Shepel' V.M. Imidzhelogija: sekrety lichnogo obajaniya / V.M. Shepel'/ – Ростов н/Д: Feniks, 2005. - 474 s.
19. Jakusheva A. Znachushhi jakosti osobistosti pedagoga / A. Jakusheva // Vidkritij urok: rozrobki, tehnologii, dosvid. – 2013. – № 6. – S. 88.

Стаття надійшла до редакційної колегії 25.04.2016