

УДК 159.9:316.77

С. Байда, асп.
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Умань

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ МОЛОДОГО ВИКЛАДАЧА ПЕДАГОГІЧНОГО ВНЗ

Наведено результати дослідження психологічних чинників формування позитивного іміджу молодого викладача педагогічного ВНЗ. Імідж викладача ВНЗ трактується як цілеспрямовано сформований образ, який визначає інтерактивну характеристику зовнішнього і внутрішнього змісту особистості педагога, що впливає на ефективність його професійної діяльності. Виокремлено такі основні психологічні чинники його успішного формування: привабливий зовнішній вигляд, ефективне використання вербальних та невербальних засобів спілкування, внутрішня відповідність до образу "Я" обраної професії.

Ключові слова: психологічні чинники, формування, позитивний імідж, молодий викладач, педагогічний ВНЗ.

Постановка проблеми. Сучасне українське суспільство перебуває на стадії активного реформування всіх його сфер відповідно до вимог часу за прикладом розвинутих західноєвропейських країн, що стосується й розвитку вищої освіти. У зв'язку з цим виникла нагальна потреба щодо дослідження та вдосконалення особистісно-професійних якостей викладачів вищих навчальних закладів. Одним із важливих і одночасно недостатньо вивчених аспектів цієї проблеми є професійний імідж педагога ВНЗ та особливості формування позитивного іміджу молодого викладача в умовах початку його професійної діяльності.

Імідж є тією частиною духовної та матеріальної культури, яка сукупно відображає досягнення людини на певному етапі розвитку. Імідж можна трактувати не лише як явище, але і як процес адаптації та соціалізації, під час якого відбувається засвоєння соціально значущої інформації й відповідної соціальної ролі через набуття адекватного іміджу. Він у закодованому вигляді транслює соціально значущу інформацію від одного покоління до іншого, що в умовах навчання та викладання в педагогічному ВНЗ забезпечує ефективну передачу важливих професійних знань та умінь, основних цінностей від викладачів до студентів, майбутніх педагогів. Ми розглядаємо імідж викладача ВНЗ як інтерактивну характеристику зовнішнього і внутрішнього змісту особистості педагога, що впливає на ефективність педагогічної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Хоча проблема іміджу досить нова в межах психологічної науки, було здійснено багато цікавих досліджень різних її аспектів, зокрема змісту, функцій і мотивації побудови іміджу особистості (С.В. Яндарова), вікових і гендерних особливостей сприйняття й технологій формування іміджу вчителя (Н.М. Шкурко), іміджу освіти, ВНЗ та їхніх викладачів (А.А. Калюжний, Є.Б. Карпов, Т.М. Піскунова, І.П. Чертикова), управління особистим іміджем (Є.В. Змановська, Ф.А. Кузін, В.М. Шепель).

Мета статті – визначити психологічні чинники формування позитивного іміджу молодого викладача педагогічного ВНЗ.

Виклад основного матеріалу дослідження. У перекладі з англійської мови (image) слово "імідж" у прямому значенні означає образ, але має на увазі не тільки візуальний образ, але й образ мислення, поведінки тощо, тобто імідж – це образ у широкому сенсі значення, а саме цілеспрямовано сформований образ (предмета, явища чи людини), який виокремлює певні ціннісні характеристики та призначений здійснювати емоційно-психічний вплив на будь-кого з метою популяризації, реклами тощо [1, с. 229]. Імідж людини вклю-

чає зовнішність, стиль поведінки та спілкування, які сприяють впливу на оточуючих [1, с. 590].

Імідж педагога – це емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу педагога у свідомості вихованців, колег, соціальному оточенні та масовій свідомості. При його формуванні реальні якості особистості викладача тісно переплітаються з тими, які приписуються йому оточуючими [2, с. 46]. Ми дійшли висновку, що імідж – динамічна характеристика викладача, яка перебуває в постійній взаємодії із соціумом, він відображає збалансованість різних особистісних утворень.

У зв'язку зі збільшенням значення інформаційних компонентів у житті суспільства підвищуються вимоги щодо формування іміджу спеціалістів різних профілів, у першу чергу – працівників сфери "людина – людина", до яких належать викладачі ВНЗ. Імідж стає повноцінним інформаційним продуктом, а не лише образом, в основі якого лежить емоційне сприйняття. Тому формування іміджу повинно спиратися на об'єктивні закономірності, головними з яких є певні психологічні чинники.

Відповідно до сформульованого нами означення змісту поняття "імідж" виокремимо такі основні психологічні чинники його успішного формування: привабливий зовнішній вигляд, ефективне використання вербальних і невербальних засобів спілкування, внутрішня відповідність до образу "Я" обраної професії. Імідж викладача вищої школи формується на основі його індивідуальних і особистісних особливостей, отже, формування позитивного іміджу педагога здійснюється за допомогою психологічної апеляції до його особистості.

Зовнішній вигляд допомагає людині привернути до себе увагу, створити позитивне сприйняття оточуючими власної персони. У сучасній когнітивній психології зазначено, що у візуальному образі узагальнюється зміст певних уявлень. Причина цього явища, на думку К.А. Абульханової-Славської, полягає в тому, що зорова система є своєрідним синтезатором вражень різної модальності, або внутрішнім каналом зв'язку між усіма аналізаторами [3]. О.М. Леонт'єв зауважив, що інтерпретація особистості партнера по спілкуванню, основана на різних візуальних відчуттях, починається до мовленевої взаємодії [4]. Н.М. Шкурко у своєму дослідженні іміджу вчителя визначила, що єдиний "візуальний текст спілкування" утворюється за допомогою трьох різних за матеріальною природою знакових систем – фізичних особливостей, виразних рухів і соціального оформлення зовнішності (костюма) [5].

Зовнішній вигляд є важливою складовою професійного іміджу педагога і впливає не тільки на ставлення до особистості викладача, а й на оцінку його професійної діяльності. Тому молодим викладачам ВНЗ необхі-

дно усвідомлювати, які особливості зовнішнього вигляду є сприятливими для формування їхнього позитивного іміджу. По-перше, звичка гарно виглядати є виявом поваги до оточуючих. По-друге, непрофесійно занадто підкреслювати свою фізичну привабливість за допомогою одягу, адже викладач повинен першочергово фокусувати увагу на своїх професійних здібностях.

Незважаючи на важливість особистісних і професійних характеристик викладача, у формуванні іміджу обов'язково має враховуватися його візуальне вимірювання. Це пов'язано з тим, що візуальні повідомлення краще запам'ятовуються й передають значний обсяг інформації про людину. Для вивчення візуальних характеристик викладачів і визначення рівня іміджу нами була використана методика М. Спілейн "Рівень іміджу", дані якої представлені в табл. 1.

Таблиця 1. Розподіл молодих викладачів ВНЗ за рівнями сформованості в них іміджу

Рівень іміджу викладача	Кількість (n=180)	
	Кількість	%
Низький	72	40
Середній	87	48
Високий	21	12

Як видно з табл.1, низький рівень сформованого іміджу мають 40 % досліджуваних. Молоді викладачі, які мають низькі показники за рівнем іміджу, припускають таких помилок: носять улітку в спеку під піджаком сорочку з короткими рукавами; носять на роботу сукні та блузки без рукавів, пухнасті светри; користуються парфумами із сильними запахами, яскравими кольоровими лаками для нігтів, а косметикою – лише для важливіх зустрічей; не знають, який стиль одягу їм найбільше лічить; не носять біжутерію та прикраси.

Середній рівень іміджу спостерігається у 48 % досліджуваних, які припускають деяких помилок: носять під піджаком сорочку з короткими рукавами, на роботу – сукні та блузки без рукавів; якість їхнього взуття, портфеля і годинника не відповідає статусу; не носять на ремені спідниці та брюки. Такі емпіричні факти підтверджують необхідність проведення певної роботи з поліпшення візуального іміджу викладача вищої школи.

Вербальні й невербальні засоби спілкування є важливими складовими іміджу будь-якої людини, але особливо це стосується працівників професій типу "людина – людина", представниками якої є викладачі ВНЗ, професійна діяльність яких безпосередньо пов'язана зі спілкуванням. Для покращання іміджу педагогу необхідно звернути увагу на своє вміння презентувати себе. Привабливість поведінки залежить від того, що і як ми говоримо, як сидимо, стоїмо чи ходимо, які використовуємо жести, пози та міміку [6].

Вербальні засоби спілкування – це письмова мова й усне мовлення, які використовуються як знакові системи. Письмова мова є ознакою освіченості людини. Вона не допускає різних тлумачень, тому її вважають кращою для науки, ділових і юридичних відносин, її переваги стають вирішальними там, де істотні точність і відповідальність за кожне слово. Щоб уміло користуватися письмовою мовою, потрібно збагачувати свій словниковий запас, вимогливо ставитися до стилю. Усне мовлення за деякими параметрами відрізняється від письмової мови. Основною перевагою усного мовлення порівняно з письмовою мовою є економність, тобто для передачі тієї самої думки в усному мовленні потрібно менше слів.

Економія досягається завдяки іншому порядку слів, пропусканню закінчень та інших частин речення. Переваги усного мовлення виявляються там, де потрібно виховувати, впливати, надихати, в умовах дефіциту часу захищати свою честь і гідність. Недоліками усного вираження думки є мовні помилки, багатозначність. Наприклад, те саме речення допускає різні тлумачення.

Невербальні засоби спілкування – це немовні засоби, які потрібні для того, щоб створювати психологічний контакт між партнерами; збагачувати значення, передані словами, направляти тлумачення словесного тексту; висловлювати емоції та відображати тлумачення ситуації. Невербальні засоби спілкування поділяються на: візуальні (рух окремих частин тіла, напрямок погляду та візуальний контакт, вираз обличчя, пози); ті, що відображають дистанцію (відстань до співрозмовника, кут повороту до нього, персональний простір); акустичні, або звукові (паралінгвістичні, тобто пов'язані з промовою – інтонація, гучність, тембр, тон, ритм, висота звука, мовні паузи, їх локалізація в тексті); екстралінгвістичні, тобто не пов'язані з промовою (сміх, плач, кашель, зітхання тощо); тактильно-кінестичні (фізичний вплив – ведення сліпого за руку, контактний танець, потискання руки, плескання по плечу).

Невербальні засоби, як правило, не можуть самостійно передавати точне значення (за винятком деяких жестів). Зазвичай вони виявляються так чи інакше скоординованими між собою і зі словесними текстами. Неузгодженість окремих невербальних засобів істотно ускладнює міжособистісне спілкування. З іншого боку, невербальне спілкування менше контролюється свідомістю, ніж вербальне, тому воно є достовірнішим. Якщо інформація, що надходить невербальним каналом, суперечить інформації, отриманій по вербальному, то зазвичай довіряють невербальним засобам спілкування, тому що вони обумовлені підсвідомістю.

До факторів розвитку особистості педагога Л.М. Мітіна додає "емоційну експресивність, за якої виразність, закладена в рухах, жестах, ході, міміці, мові, її інтонаціях дозволяє передати не тільки особливості характеру вчителя, а також його спосіб мислення, його ставлення до різних соціальних цінностей (моральних, громадянських, художніх), його ставлення до учнів та інших людей" [7]. Багаторазові дослідження продемонстрували, що учні хочуть викладачів з розвинутою невербальною мовою. Зокрема, учням подобаються вчителі, які частіше посміхаються. Юнакам подобаються вчителі, які частіше жестикулюють, а дівчатам – що не маніпулюють підручними предметами (олівцями, авторучками тощо).

Зазначається також, що посмішка й легкий фізичний контакт (дотик рукою) привертають увагу учнів більшою мірою, ніж інші невербальні засоби. І головне: зовнішня привабливість учителя оцінюється переважно за його невербальною поведінкою [8, с. 16]. Ми вважаємо, що, зазначене вище, є актуальним і для формування позитивного іміджу молодого викладача педагогічного ВНЗ.

Внутрішня відповідність образу "Я" до обраної професії, на наш погляд, є головною зі складових педагогічного іміджу. Хоча вміння подібатися й викликати прихильність до себе інших людей є необхідною якістю в професійних і особистісних контактах, не менш важливо, щоб імідж не конфліктував із внутрішніми настановами педагога, відповідав його життєвими цінностям і характеру. Для викладача з позитивною Я-концепцією зазвичай характерні: почуття власної зна-

чуності; упевненість у здатності повною мірою реалізуватись у педагогічній діяльності; гнучкість мислення, любов до експериментування.

Такий педагог вважає себе здатним справлятися з різними життєвими ситуаціями і проблемами. Він переконаний, що, зіткнувшись із труднощами, подолає їх, не втрачаючи самовладання. Він відчуває, що потрібен іншим людям, що вони його приймають, а його здібності, дії й судження є цінними в очах оточуючих. У здійсненні навчально-виховної діяльності викладач виявляє прагнення до максимальної гнучкості, здатність до емпатії, сензитивності до потреб студентів, емоційну врівноваженість, упевненість у собі, життєрадісність, володіння стилем легкого неформального спілкування. Педагог з позитивною Я-концепцією демонструє готовність до безумовного внутрішнього прийняття студента. Необхідна передумова цього – переконаність у своїй особистій цінності та професійній компетентності. Висока самооцінка й упевненість у собі дають людині можливість подолати бажання самоствердитися через демонстрацію своєї влади і зробити орієнтиром своєї діяльності потреби інших. А це, у свою чергу, формує позитивний імідж такого викладача в очах не тільки студентів, а й колег.

Висновки з цього дослідження. Позитивний імідж викладача, будучи гармонійною сукупністю його зовнішніх і внутрішніх особистісних і професійних якостей, покликаний продемонструвати його бажання, готовність і здатність до суб'єкт-суб'єктного спілкування з учасниками освітнього процесу. Аналіз наукової літератури та проведене нами дослідження дозволило зробити висновки про те, що імідж викладача вищої школи є іміджем, орієнтованим на самовідчуття. Отже, у дослідженні підтверджена гіпотеза: імідж викладачів вищої

школи успішно формується й коригується, якщо враховується низка умов, виконання яких сприяє синтезу професійного та особистісного самопізнання, самовизначення й самоіміджування. До психологічних умов формування іміджу викладача належать такі: привабливий зовнішній вигляд, ефективне використання вербальних і невербальних засобів спілкування, внутрішня відповідність до образу "Я" обраної професії.

Перспективами подальших досліджень в обраному напрямі є розкриття специфіки іміджу педагогів, які працюють у різних ВНЗ – технічних і гуманітарних; сутність іміджу ВНЗ та педагогічної іміджології як нової галузі знання.

Список використаних джерел:

1. Современный словарь иностранных слов. – М. : Русский язык, 2000. – 748 с.
2. Коджаспирова Г. М. Педагогический словарь : для высш. и средн. пед. учеб. заведений / Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров. – М. : Академия, 2005. – 176 с.
3. Абульханова-Славская К. А. Личность в процессе деятельности и общения / К. А. Абульханова-Славская // Психология личности. – Т. 2: Хрестоматия. – Самара : "Бахрах-М", 2002. – С. 301–330.
4. Леонтьев А. Н. Психология образа / А. Н. Леонтьев // Вестн. Моск. ун-та. Психология. – 1979. – № 2. – С. 3–13.
5. Шкурко Н. М. Имидж современного учителя: структура, половозрастные особенности восприятия и технологии формирования / Н. М. Шкурко: дис. ... канд. психол. наук. – М. : РГБ, 2006. – 216 с.
6. Калужный А. А. Социально-психологические основы имиджа учителя / А. А. Калужный : дис. ... д-ра психол. наук. – Ярославль, 2007. – 361 с.
7. Митина Л. М. Психология труда и профессионального развития учителя : учеб. пособ. для студ. высш. пед. учеб. заведений / Л. М. Митина. – М. : "Академия", 2004. – 320 с.
8. Змановская Е. В. Руководство по управлению личным имиджем / Е. В. Змановская. – СПб. : Речь, 2005. – 144 с.

Надійшла до редколегії 20.11.17

С. Байда, асп.

Уманский государственный педагогический университет имени Павла Тычины, Умань, Украина

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА МОЛОДОГО ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ВУЗА

Приведены результаты исследования психологических факторов формирования позитивного имиджа молодого преподавателя педагогического ВУЗа. Имидж преподавателя ВУЗа трактуется как целеустремленно сформированный образ, определяющий интерактивную характеристику внешнего и внутреннего содержания личности педагога, который влияет на эффективность его профессиональной деятельности. Выделены такие основные психологические факторы его успешного формирования: привлекательный внешний вид, эффективное использование вербальных и невербальных средств общения, внутреннее соответствие образа "Я" избранной профессии.

Ключевые слова: психологические факторы, формирование, позитивный имидж, молодой преподаватель, педагогический ВУЗ.

S. Baida, PhD Student

Pavlo Tychna Uman State Pedagogical University, Uman, Ukraine

PSYCHOLOGICAL FACTORS OF POSITIVE IMAGE DEVELOPMENT OF YOUNG TEACHER OF THE PEDAGOGICAL INSTITUTE

The research results of psychological factors which form the positive image of young teacher of pedagogical institutes are highlighted in the article. The image of teachers is interpreted as the purposefully formed, which determines interactive description of external and internal side of personality of teacher that influences on efficiency of his professional activity. Such basic psychological factors of its successful development are distinguished: attractive appearance, effective use of verbal and un verbal means of intercourse, internal accordance of "I'm" character to the selected profession.

Key words: psychological factors, development, positive image, young teacher, pedagogical institution.