

DOI 10.32405/2218-7650-2018-6(35)-9-22
УДК 378.126

Апостол Олена Валеріївна,
стажист-дослідник кафедри педагогіки,
управління та адміністрування
Навчально-наукового інституту
менеджменту та психології
ДВНЗ «Університет менеджменту освіти»,
м. Київ, Україна
hellen.v1510@gmail.com
Науковий кер. Г. М. Тимошко

УПРОВАДЖЕННЯ ІМІДЖОЛОГІЇ ЯК КОМПОНЕНТИ ЗМІСТУ МАГІСТЕРСЬКОЇ ПІДГОТОВКИ ВИКЛАДАЧІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Анотація. Стаття присвячена проблемі впровадження іміджології як компоненти магістерської підготовки викладачів у закладах вищої освіти. Розкрито поняття і сутність іміджу, іміджології, педагогічної іміджології. Розглянуто ціннісні й технологічні функції іміджу, представлена їх коротка характеристика. Визначено компоненти іміджевої педагогічної майстерності, якості професійної компетентності викладача, які впливають на головний показник місії освітньої діяльності – якість навчання. У статті представлено поняття «імідж викладача вищої школи» – це така інтегральна характеристика, яка включає в себе сукупність зовнішніх і внутрішніх, особистісних, індивідуальних та професійних якостей педагога, яка сприяє ефективності педагогічної діяльності. Досягнення такої гармонійної сукупності якостей вимагає від викладача усвідомленості дій, що, в свою чергу, неможливо без рефлексії. З іншого боку, щоб відрефлексувати свої характеристики, педагогу необхідно знати, які вимоги пред'являє йому студентська аудиторія і колеги. Відзначено, що вдалий імідж викладача вищої школи – це здатність переконати довколишніх, що носій цього іміджу є втіленням в собі ідеальних якостей, які вони бажали б мати, якщо були б на місці цієї людини. Імідж допомагає проявитися кращим особистісним і діловим якостям людини, привнести у повсякденне спілкування комфорт, створити оптимістичний настрій. Діяльність педагога, вихователя неможлива без його доброзичливої зовнішності та професійної компетентності. У статті стверджується, що складовими позитивного іміджу педагога вищої школи є як особистісні, так і професійні якості.

Ключові слова: імідж; іміджологія; педагогічна іміджологія; функції іміджу; компетентність викладача.

1. ВСТУП

Постановка проблеми. В умовах сьогодення перед нашим суспільством постала важлива проблема відтворення повноцінного людського потенціалу, що має покладатися на розумних, талановитих, морально досконалих педагогів, здатних творчо змінювати освітній простір. Значну роль у цьому процесі відіграє навчання у закладі вищої освіти, що надає можливість здобувати необхідні професійні знання та навички, а також поширювати світоглядні орієнтації особистості.

Саме вища освіта повинна об'єднувати у цілісний комплекс навчально-методичну підготовку майбутнього педагога та його позанавчальний особистісний розвиток. Актуальність розгляду цієї теми полягає в тому, що іміджологія виступає важливою складовою вихованості сучасної особистості, необхідним компонентом професійної компетентності спеціалістів різного профілю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відомі українські вчені інтенсивно займаються дослідженням теоретичних і практичних основ іміджології. Зокрема, В. Мойсеєв підготував значну кількість праць з теорії і практики паблік рілейшнз, Г. Почепцов написав низку досліджень, присвячених актуальним проблемам іміджології й паблік рілейшнз, В. Королько – автор першого фундаментального підручника з основ паблік рілейшнз та проблем іміджу студентів закладів вищої освіти, О. Холод запропонував цікаві підходи до систематизації складових іміджології.

Проблема формування іміджу навчального закладу розглядається в роботах Л. Даниленко, О. Мармази, З. Тимошенко та ін. Актуальність дослідження зумовлена потребами подальшої модернізації вітчизняної системи багатоступеневої освіти, покликаної здійснити підготовку нового покоління наукових і педагогічних кадрів для вищої школи з яскраво вираженим комплексом якостей конкурентоспроможності та потенціалом професійного саморозвитку. Це передусім передбачає оновлення цілей і змісту магістерської підготовки майбутніх викладачів вищої школи, переорієнтацію форм і методів її організації на засадах нової – гуманістичної парадигми (В. Андрющенко, І. Бех, А. Богуш, І. Зязюн, В. Кремень, В. Кравець, О. Савченко, О. Сухомлинська та ін.), а також принципову перебудову психологічної структури педагогічної діяльності самих викладачів сучасної вищої школи, найвищий рівень реалізації якої в умовах сьогодення науковцями вбачається в їхній спроможності безперервно формувати, поповнювати, зберігати й інтенсифіковувати власний імідж професійного саморозвитку та здатності до активної передачі студентам цієї здібності (О. Анісімов, Н. Кузьміна, В. Маралов, М. Нечаєв, О. Пехота, В. Слободчиков, Р. Хмельюк та ін.).

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ

Метою цієї статті є актуалізація необхідності впровадження іміджології як компоненти магістерської підготовки викладачів у закладах вищої освіти, теоретичне обґрунтування її сутності та значення.

Основні завдання полягають у виокремленні загальних рис, складових компонентів іміджу педагога, необхідних для формування особистості майбутнього фахівця, розгляді головних компонентів іміджевої педагогічної майстерності й найбільш значущих професійних компетентностей викладача закладу вищої освіти, що виступають невід'ємною складовою для здійснення його функціональної діяльності.

3. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У наш час в літературі існує багато визначень іміджології як науки. На думку О. Холода, іміджологія – це наука про функціонування, систематизацію й впровадження у свідомість споживача знакових замінників інформації про носіїв визначених атрибутів [1].

В. Шепель вважає, що іміджологія – це звернений до кожного заклик бути привабливим і вміти нести світло людям. Вона сприяє зовнішньому прояву потреби людини бути гідною особистістю [2].

На наше переконання, *іміджологія* – це технологія створення особистісної привабливості. Її інформаційний банк складає дані таких дисциплін, як психологія, педагогіка, етика, соціологія, риторика, театральна режисура, акторська майстерність, косметологія, дизайн одягу тощо, зорієнтованих на отримання конкретного результату. Головне призначення іміджології – науково обґрунтувати, як створити привабливий імідж, як збудувати моделі достойної поведінки в тих чи інших ситуаціях. Розробляючи ідеологію іміджології як науково-практичного напрямку і навчального предмета, необхідно звернутися до семантики поняття іміджу.

Існує припущення, що поняття «імідж» походить з англійської мови. Але враховуючи факт його існування ще у давні часи, неможливо із впевненістю стверджувати, що «імідж» є похідним від французької чи англійської мови, скоріш є запозиченим, як свідчить трансформація його змісту протягом років і майже одночасна пізніша поява в обох цих мовах.

У сучасному словнику Вебстера зазначено, що термін «імідж» походить від поняття «свідомість», утвореного за допомогою мови; зображення або опис; розумова концепція, підтримувана різними суспільними групами і така, що символізує основну позицію й орієнтацію стосовно чого-небудь (особи, класу, расового типу, політичної філософії або національності)» [3, с. 483].

На думку Г. Почепцова, «імідж – це звернене у зовнішнє «Я» людини, її публічне «Я»» [4, с. 54].

В. Шпалінський підкреслює, що імідж – «це те, чим і ким здається людина у своєму оточенні, якою бачать і сприймають її [5, с. 14].

Отже, узагальнюючи наукове трактування дослідниками поняття «імідж», ми вважаємо, що імідж – це символічний образ суб'єкта, який характеризується динамічністю, неподільною єдністю чуттєвих і змістовних компонентів і відтворює потреби соціальної групи.

У свою чергу, імідж закладу вищої освіти (ЗВО) може мати багато складників. Як правило, він включає дві основні складові: описову (інформаційну), що представляє собою образ ЗВО, чи сукупність усіх знань про освітній заклад; оцінну складову, яка існує завдяки тому, що соціум (кожен індивід) оцінює ЗВО через призму свого досвіду, ціннісних орієнтацій, загальноприйнятих норм і моральних принципів. Однак імідж можна представити у вигляді восьми складових:

1) імідж освіти (тобто якість і престижність освіти саме в цьому університеті);

2) імідж споживачів освітніх послуг (студентів), тобто їхній стиль життя, ціннісні орієнтири, життєва позиція та активність;

3) внутрішній імідж – уявлення співробітників ЗВО про заклад освіти, управління персоналом, корпоративна культура;

4) імідж керівної ланки ЗВО, тобто наміри, мотиви, здібності і психологічні характеристики;

5) імідж професорсько-викладацького складу: компетенція, рівень, освіти, досвід, вік та гендерний поділ;

6) візуальний імідж: інтер'єр ЗВО, стиль тощо;

7) соціальний імідж: уявлення громадськості про роль даного ЗВО в житті міста, регіону, країни;

8) імідж ЗВО як ділової організації: здатність надавати послуги комерційного характеру (проведення досліджень, розробка проектів тощо).

Імідж формується на основі прямого контакту з викладачем вузу. При цьому кожен співробітник розглядається як «образ» вузу, за яким судять про ЗВО в цілому.

Активними формами прояву сутності й змісту цього феномену виступають функції іміджу (ціннісні й технологічні). До ціннісних функцій іміджу відносяться:

1. *Особистісно підвищена.*

Завдяки позитивному іміджу створюється вигляд особистості, який підкреслює її духовну сутність, візуально окреслює її кращі душевні характеристики і в цілому демонструє її індивідуальну незвичайність.

2. *Психотерапевтична.*

Приваблива особистість отримує людську увагу й визнання, стійкий позитивний настрій, оптимізм у досягненні своєї мети й упевненість у собі.

Реалізація ціннісних функцій іміджів орієнтована на створення в самій особистості так званої підйомної сили, за рахунок якої вона з меншими психофізичними витратами досягає життєвого успіху й спілкується з людьми.

3. Суб'єктивне призначення ціннісних функцій іміджу.

Створення такого виразного особистого вигляду, що притягує до себе людей, тобто полегшує їхнє спілкування з людиною, яка була б більш відкритою (довіряти свої погляди й бажання, розраховувати на розуміння своїх проблем, симпатизувати їй).

4. Об'єктивне призначення ціннісних функцій іміджу.

Початкове положення іміджології – «висвітлюватися перед людьми». Візуальна доброзичливість, створення позитивного іміджу притаманні кожному, хто наполегливо хоче оволодіти технікою самопрезентації. Тому необхідно дуже серйозно ставитися до цього головного поняття в іміджології.

Самопрезентація – це вміння себе подати, привернути увагу, актуалізуючи зацікавленість людей певною зовнішньою якістю.

Технологічними функціями іміджу є:

1. Соціальна адаптація.

Завдяки правильно підбраному іміджу можливе швидке входження в конкретне соціальне середовище, привернення до себе уваги інших людей, створення найбільш продуктивних і доброзичливих контактів з ними.

2. Висвітлення найкращих особистісно-ділових характеристик.

Це означає підкреслити свої найпривабливіші якості: довіра до себе, симпатія, професійні якості.

3. Завульованість або приховування негативних особистісних даних. Досягається за допомогою одягу, зачіски, макіяжу, гарних манер поведінки, щоб відвернути увагу людей від власних недоліків.

4. Концентрація уваги людей на собі.

Вміння сподобатися людям завжди привертає увагу до того, хто складає враження неординарної й доброзичливої особистості. Як наслідок, виникає зацікавленість у спілкуванні й роботі саме з такою людиною.

5. Розширення вікового діапазону спілкування

Не треба особистості загострювати свою увагу на своєму віковому іміджі. Візуальне свідчення сучасних манер спілкування й дотримання останніх тенденцій моди дасть змогу розширити коло контактів і успішно займатися професійною діяльністю у різновікових соціумах. Перераховані функції іміджу – ціннісні й технологічні – є пріоритетними складовими самопрезентації. Знаючи ці функції і методично вправляючись у їх реалізації як самостійно, так і за допомогою іміджмейкера, людина зможе створити свій індивідуально-особистісний і професійний імідж. Предметом занепокоєння викладача закладу вищої освіти, педагога, вихователя має бути не лише окрема індивідуальність, а й світ людей, їхнє покликання і доля.

Відтак постає важливе завдання створення викладачем власного високоморального й професійного іміджу, щоб бути справжнім лідером, педагогом і психологом у системі інформаційного впливу на юне покоління. Особливо важливим аспектом такого процесу є формування задатків професійного іміджу у процесі магістерської підготовки викладача вищої школи. Вивчення особливостей навчально-виховного процесу магістратури засвідчило, що його традиційна система організації здебільшого формує у випускників здатність до стихійного професійного іміджу, яка виявляється під час виконання вузько ситуативних завдань саморегуляції в навчальній, рідше – у професійній діяльності. При цьому професійний імідж не виступає у випускників магістратури як внутрішньо особистісне завдання.

Педагогічна іміджологія у процесі магістратури – це науковий напрям, покликаний розробляти й використовувати теорію й практику формування іміджу педагогічних працівників, освітніх навчальних закладів, іміджу самої системи освіти в країні. Мета педагогічної іміджології полягає в тому, щоб науково обґрунтованим дослідницьким шляхом побудувати програму запровадження й реалізації іміджових атрибутів педагога, а також сформувати образ сучасного навчального закладу [6].

У нашому дослідженні завдання спрямовані на формування професійного іміджу у майбутніх викладачів вищої школи; визначено педагогічні умови та розроблено й апробовано експериментальну технологію педагогічного супроводу професійного саморозвитку майбутніх викладачів вищої школи у процесі їхнього навчання в магістратурі.

Щоб ефективно здійснювати свої функції в майбутньому, сучасному здобувачеві магістерської освіти необхідно опанувати певні компоненти іміджевої педагогічної майстерності: вміти взаємодіяти з людьми різного рівня (студенти, аспіранти, викладачі, допоміжний персонал, батьки, ділові кола, керівництво), встановлювати ділові й творчі стосунки з колегами, використовувати усну й письмову мову для впливу на партнерів і досягнення взаєморозуміння, сприймати, засвоювати й використовувати інформацію тощо. У зв'язку з цим детальніше розглянемо професійну компетентність викладача освітньої установи як блок якостей, що має найбільшу значущість. Це поняття включає такі основні групи якостей: управлінську, педагогічну, наукову, економічну, правову компетентності.

Наукова компетентність – наявність знань у відповідних сферах науки, здатність до організації й проведення наукових досліджень, досвід самостійної науково-дослідної роботи.

Педагогічна компетентність – наявність педагогічних знань й умінь, досвід педагогічної діяльності у ЗВО.

Економічна компетентність – наявність економічних знань, уміння користуватися економічними методами, здатність і досвід ідентифікувати себе зі справою в умовах ЗВО.

Правова компетентність – знання господарського, трудового й інших видів права, нормативно-правових основ функціонування й розвитку системи освіти, уміння використовувати ці знання в умовах ЗВО.

Згідно із Законом про вищу освіту в Україні, саме через діяльність педагогічних працівників реалізується державна політика, спрямована на зміцнення інтелектуального й духовного потенціалу нації, розвиток вітчизняної науки і техніки, збереження й примноження культурної спадщини нації. Відтак необхідним є підвищення престижу педагогічної професії у суспільстві й утвердження високого соціального статусу та професійного іміджу педагога вищої школи. Тому імідж кожного педагога має загальні риси, властиві його професії: тонкість розуму, вишукані манери, вихованість, скромність, уміння гідно подати себе студентам магістратури.

Сильними особистісно-діловими характеристиками іміджу особистості є, насамперед, вихованість, ерудиція й професіоналізм. Вчений-педагог Г. Китайгородська так охарактеризувала майбутнього педагога, як:

- а) джерело інформації;
- б) лідера колективу і водночас його учасника, у якого особливий авторитет;
- в) взірець морально-етичних норм поведінки;
- г) модель майбутньої мовленнєвої діяльності;
- д) організатора психологічного клімату;
- е) особистість з високим рівнем організаційної культури [7].

М. Варданян представила модель іміджу педагога, як структуровану сукупність взаємопов'язаних компонентів:

- внутрішнього (знання, уміння, здібності, установки, цінності, самооцінка, Я-концепція),
- зовнішнього (габітарний, вербальний, кінетичний, середовищний і матеріалізований елементи);
- процесуального (стиль керівництва і стиль спілкування), що проявляються у функціях (комунікативна, інформативна, когнітивна, конотативна, емотивна, мотиваційна, організаційна, дисциплінарна, вибіркова, компенсаторна, представницька, креативна, виховна, адаптивна, здоров'язбережувальна), що доповнюють одна одну [8].

Уже в систему магістерської підготовки включаються вимоги до моделі формування іміджу педагога ЗВО:

1. Визначення вимог аудиторії.

Кожне завдання потребує опори на той чи інший сегмент аудиторії, кожен з яких має свої уявлення на все, що відбувається.

2. Визначення сильних і слабких сторін об'єкта.

Об'єктом може виступати будь-який учасник цілісного педагогічного процесу. Слід реально уявити не тільки його позитив, а й негатив, оскільки саме туди може бути направлений основний удар.

3. Конструювання образу і підлаштування характеристик об'єкта за вимогами аудиторії. Практики радять не стільки працювати над слабкими сторонами, щоб їх приховати, скільки посилювати позитивні моменти. Така стратегія визнана більш ефективною.

4. Переведення потрібних характеристик об'єкта у вербальну, візуальну форми [8].

Комунікативні здібності педагога полягають у вмінні знайти індивідуальний підхід до кожного студента, проявляти тактовність, встановлювати взаємини, побудовані на довірі, повазі, взаєморозумінні. Під час презентації свого професійного образу в педагогічному спілкуванні перед педагогом постає низка завдань вербальної комунікації, що включають прояв лекторської майстерності (встановлення контакту з аудиторією, логічність, інформативність, доступність викладу інформації), навчання основам мистецтва й культури мовлення (планування виступів, їх змістовність, аргументованість, доречність, рівень словникового запасу), дотримання принципів суб'єкт-суб'єктних відносин (безоціночне ставлення до співрозмовника і повне прийняття його особистості, використання технік активного слухання, використання «Я-висловлювань», рефлексія).

До засобів невербального впливу на суб'єктів спілкування належать:

- 1) паралінгвістичні – тембр, висота, гучність голосу;
- 2) естралінгвістичні – зітхання, паузи, сміх, кашель;
- 3) візуальні (точка спрямування погляду, його тривалість, міміка);

4) кінетика – хода, рухи ніг, рук, тулуба. Формувальний вплив викладача передбачає професійне управління власною комунікативною діяльністю, що потребує низки комунікативних умінь – спілкуватися в присутності сторонніх, цілеспрямовано організовувати процес комунікації і керувати ним, за допомогою системи спілкування організовувати зі студентами навчальну, виховну й творчу діяльність.

Для того, аби емоційно ототожнити слухачів із своїми думками й переживаннями, здійснити формувальний вплив на певну характеристику особистості, викладач має дотримуватися низки практичних рекомендацій:

1. Уміння говорити простими словами, доступною для слухачів мовою.
2. Виклад навчального матеріалу, який представлений не лише в початкових посібниках, а й пов'язаний із власною позицією викладача.
3. Демонстрація технології мислення для полегшення процесу стеження за потоком думок.

4. Підвищений рівень уваги до актуальних для аудиторії тем і вміння їх виокремлювати.

5. Активне прагнення до розв'язування проблемних завдань, а не їх уникнення.

6. Компромісне ставлення до аудиторії, пошук спільних позицій у міркуваннях, уникнення конфліктних ситуацій.

7. Вербальний прояв вдячності і похвали.

8. Вияв зацікавленості й інтересу до тем, що обговорюються.

9. Дотримання ділового стилю у зовнішньому вигляді.

У структурі міжособистісних стосунків у роботі педагога повинен переважати демократичний стиль спілкування. Виникнення лише конструктивних конфліктних ситуацій з принципових питань є допустимим у побутових стосунках. Створенню позитивного іміджу також сприяють прагнення до співпраці з колегами, постійне самовдосконалення, створення високої самооцінки.

До професійних рис особистості педагога слід віднести: широку ерудицію й вільний виклад матеріалу, вміння враховувати психологічні й вікові особливості аудиторії, володіння темпом мови (120–130 слів за хвилину), загальну й спеціальну грамотність, звернення до учнів по імені, миттєву реакцію на ситуацію, вміння чітко формувати конкретні цілі, а також організовувати навчальну роботу всіх слухачів одночасно, вміння контролювати ступінь засвоєння навчального матеріалу [6, с. 276].

Ефективна професійна діяльність означає високу віддачу від навчальних занять, роботу на вищому рівні вимог, високий рівень навченості та рейтинг оцінки [9].

Сприяє формуванню позитивного іміджу у майбутніх викладачів ЗВО в умовах магістратури ціла плеяда дисциплін, що вивчаються студентами, як «Теорія і практика вищої професійної освіти в Україні», «Системний підхід у вищій освіті», «Інформаційні технології в освіті», «Моделювання діяльності фахівця», «Педагогічний контроль в системі освіти», «Організація та управління навчально-виховним процесом» тощо.

У результаті вивчення навчальних дисциплін студенти мають набути/розвинути загальні та фахові компетентності:

- *Аналіз і синтез.* Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

- *Системність мислення.* Здатність поєднання нових знань з отриманим досвідом, вміння працювати автономно. Здатність до пошуку та диференціації інформації з освоєння нових методів дослідження.

- *Креативність мислення.* Здатність генерувати нові ідеї та пристосовуватися до мінливих умов середовища, ініціативність.

- *Командна робота.* Здатність розвивати свій загальнокультурний і професійний рівень. Здатність працювати в міждисциплінарній команді. Здатність до публічних, ділових і наукових комунікацій. Здатність до критики та самокритики. Здатність спілкуватися з експертами з інших галузей. Здатність працювати в міжнародному середовищі.

- *Комунікаційні навички.* Навички усного та письмового спілкування рідною мовою, володіння іноземною мовою, культура мовлення, навички наукового письма, вміння спілкуватися з непрофесіоналами галузі тощо.

- *Презентаційні навички.* Вміння провести презентацію з метою популяризації певних ідей, власних напрацювань.

- *Етичні установки.* Здатність дотримуватися загальних етичних норм, розуміння культур та традицій інших країн, вміння спілкуватися з урахуванням відмінностей та впливу культури інших, уміння працювати в міжнародному контексті.

Знання та уміння. Знання основних державних регуляторів організації діяльності навчальних закладів системи освіти України. Знання теоретико-методологічних основ здійснення управлінської діяльності. Здатність професійно забезпечувати розвиток навчального закладу й успішність його позиціонування на ринку освітніх послуг і ринку праці. Здатність до створення продуктів навчального та навчально-методичного спрямування.

Здатність до підготовки та проведення на високому методологічному, дидактичному та методичному рівнях різних видів навчальних занять.

Здатність використовувати ІКТ для виконання професійних обов'язків.

Здатність спілкуватися усно і письмово рідною мовою. Здатність спілкуватися іноземною мовою (іноземними мовами). Здатність до публічних, ділових і наукових комунікацій. Здатність до абстрактного мислення. Здатність самостійно здобувати та використовувати нові знання, уміння. Здатність генерувати нові ідеї.

До основних якостей педагога вищої школи, набутих життєвим і професійним досвідом, відносяться: вміння організувати роботу в аудиторії і самостійну роботу вдома, вміння аналізувати власну діяльність і діяльність колективу, вміння сприймати нові методики й застосовувати методичні рекомендації, вміння самовдосконалюватись [5, с. 276].

Підсумком таких умінь є наявність у вчителя стійкої життєвої позиції та життєвого тону, що проявляється у вигляді доброзичливої манери поведінки й любові до тих, кого навчаєш. Таким чином, індивідуальний імідж педагога є проекцією його особистості, що функціонує в процесі соціальних комунікацій, де в зашифрованому вигляді проявляються основні психічні процеси (рівень тривожності, рефлексивного копіювання, емоції тощо). Такий шифр виявляє себе у вигляді символів на рівні елементарних зовнішніх проявів: постава, мова, міміка, інтонації, тембр голосу тощо). Рівень ефективності індивідуального

іміджу педагога впливає на успішність педагогічної діяльності й несе на собі відбиток змісту особистості педагога. Професійний педагогічний імідж викладача ЗВО виступає формою самовиявлення індивідуального цілісного образу його особистості, як реалізатора потреб мікро- і макросоціуму в освітніх послугах, де виявляються найвиразніші ділові й особистісні якості відповідно до статусу педагога й соціальної ролі в освітньому середовищі.

4. МЕТОДИ ДОСЛІЖЕННЯ

У процесі дослідження використовувались теоретичні методи – вивчення, аналіз, систематизація та узагальнення наукової і методичної літератури з проблеми формування позитивного іміджу викладача закладу вищої освіти. Також застосовувалися методи аналізу складових розвитку індивідуального іміджу педагога та прогнозування його впливу на розвиток майбутньої професійної кар'єри.

5. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІЖЕННЯ

У результаті педагогічного дослідження здійснено аналіз сутності дефініцій (іміджологія, позитивний імідж, імідж закладу вищої освіти, позитивний імідж викладача закладу вищої освіти). Представлено авторське трактування поняття «імідж» – це символічний образ суб'єкта, який характеризується динамічністю, неподільною єдністю чуттєвих і змістовних компонентів і відтворює потреби соціальної групи. Визначено основні складники іміджу в цілому і позитивного викладача вищої школи, зокрема. Здійснено прогнозування розвитку загальних і фахових компетентностей майбутніх фахівців вищої школи.

6. ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Таким чином, вивчення процесів формування іміджевого образу педагога в умовах магістерської підготовки – це важливе завдання досліджень у сфері педагогічної іміджології. Однак успішне формування його професійно-педагогічного іміджу слід здійснювати на основі впровадження змін у процес підготовки майбутніх педагогів ЗВО. Необхідність переходу до інноваційних методів навчання й виховання молоді диктує певні вимоги до іміджу педагога, зокрема, мотивує думати не лише про власні професійні інтереси, мотиви тощо, а й відповідати системі ідей, традицій, культури в епоху інтеграційного спрямування вітчизняної освіти до європейського освітнього простору.

Перспективою цього дослідження можуть бути подальші наукові розвідки щодо формування позитивного іміджу закладу вищої освіти засобами розвитку професійної компетентності викладачів.

7. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- [1] А. М. Холод, *Основы имиджологии*. Киев, Украина, 2001, 172 с.
- [2] В. М. Шепель, *Имиджология. Как нравиться людям*. Москва, Россия: Народное образование, 2002, 500 с.
- [3] The Webster's Dictionary and Thesaurus of the English language Lexicon Publications, Publicity and advertising, Press, 1993, 856 p.
- [4] Г. Г. Почепцов, *Професія: іміджмейкер*. Київ, Україна: ІМСО МО України, НВФ «Студцентр», 1998, 256 с.
- [5] Г. Т. Головченко, и В. В. Шпалинский, *Социальная психология менеджмента*. Харьков, Украина: ИВМО «ХК», 1998, 316 с.
- [6] Ю. І. Палеха, *Іміджологія*. З. І. Тимошенко, Ред. Київ, Україна: Вид-во Європ. ун-ту, 2005, 324 с.
- [7] Г. Кочергина, «Личность учителя», *Учитель*, № 3, с. 73–74, 2005.
- [8] М. Р. Варданян, «Имидж педагога как фактор здоровьесбережения субъектов образовательного процесса в основной школе», дис. канд. наук, кафедра педагогики, ГОУ ВПО Тобольский гос. пед. ин-т им. Д. И. Менделеева». Омск, Россия, 2007.
- [9] В. Г. Кремень, *Освіта і наука України. Шляхи модернізації (факти, роздуми, перспективи)*. Київ, Україна, 2003, 216 с.

IMMEDIATIVE IMPLEMENTATION AS A COMPONENT OF MASTER TRAINING IN TEACHERS IN HIGHER EDUCATION

Elena Apostle,

trainee-researcher of the department of pedagogy,
management and administration
of educational and scientific institute
of management and psychology UMO,
Kiev, Ukraine
hellen.v1510@gmail.com

Abstract. Abstract. The article is devoted to the problem of introduction of imageology as components of master's training of teachers in higher education institutions. The concept and essence of the image, imageology, pedagogical imageology are revealed. The value and technological functions of the image are considered, their short description is presented. The components of the image pedagogical skill, the quality of the teacher's professional competence influencing the main indicator of the mission of educational activity are determined – the quality of training. The article presents the concept of «image of the teacher of higher education» – this is an integral characteristic, which includes a set of external and internal, personal, individual and professional qualities of the teacher, which contributes to the effectiveness of teaching activities. The achievement of

such a harmonious set of qualities requires a teacher of consciousness of action, which in turn is impossible without reflection. On the other hand, in order to reflex their characteristics, the teacher needs to know what requirements the student audience and colleagues bring to him. It is noted that the good image of the teacher of higher education is the ability to convince others that the bearer of this image is the embodiment of the ideal qualities that they would wish to have if they were in place of this person. The image allows you to manifest the best personal and business qualities of a person, to bring comfort in everyday communication, to create an optimistic mood. The activity of a teacher, educator is impossible without his benevolent appearance and professional competence. The article argues that the components of a positive image of a teacher of higher education are both personal and professional qualities.

Keywords: image; imageology; pedagogical imageology; image functions; teacher's competence.

ВНЕДРЕНИЕ ИМИДЖЕЛОГИИ КАК КОМПОНЕНТЫ СОДЕРЖАНИЯ МАГИСТЕРСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Апостол Елена Валерьевна,

стажер-исследователь кафедры педагогики, управления
и администрирования Учебно-научного института
менеджмента и психологии
ГВУЗ «Университет менеджмента образования»,
г. Киев, Украина
hellen.v1510@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена проблеме внедрения имиджологии как компонента магистерской подготовки преподавателей в учреждениях высшего образования. Раскрыто понятие и сущность имиджа, имиджологии, педагогической имиджологии. Рассмотрены ценностные и технологические функции имиджа, дана их краткая характеристика. Определены компоненты имиджевого педагогического мастерства, качества профессиональной компетентности преподавателя, которые воздействуют на головной показатель миссии образовательной деятельности – качество обучения. В статье представлено понятие «имидж преподавателя высшей школы». Это такая интегральная характеристика, которая включает в себя совокупность внешних и внутренних, личностных, индивидуальных и профессиональных качеств педагога, способствует эффективности педагогической деятельности. Достижение такой гармоничной

совокупности качеств требует от преподавателя осознанности действий, что, в свою очередь, невозможно без рефлексии. С другой стороны, чтобы отрефлексировать свои характеристики, педагогу необходимо знать, какие требования предъявляет ему студенческая аудитория и коллеги. Отмечено, что удачный имидж преподавателя высшей школы – это способность убедить окружающих, что носитель этого имиджа является воплощением в себе идеальных качеств, которые они хотели бы иметь, если были бы на месте этого человека. Имидж позволяет проявиться лучшим личностным и деловым качествам человека, привнести в повседневное общение комфорт, создать оптимистический настрой. Деятельность педагога, воспитателя невозможна без его доброжелательной внешности и профессиональной компетентности. В статье утверждается, что составляющими позитивного имиджа педагога высшей школы является как личностные, так и профессиональные качества.

Ключевые слова: имидж; имиджелогия; педагогическая имиджелогия; функции имиджа; компетентность преподавателя.

REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] A. M. Holod, *Osnovy imidzhelologii*. Kiev, Ukraina, 2001, 172 s.
- [2] V. M. SHepel', *Imidzhelogiya. Kak nraivit'sya lyudyam*. Moskva, Rossiya: Narodnoe obrazovanie, 2002, 500 s.
- [3] The Webster's Dictionary and Thesaurus of the English language Lexicon Publications, *Publicity and advertising*, Press, 1993, 856 p.
- [4] H. H. Pocheptsov, *Profesiia: imidzhmeiker*. Kyiv, Ukraina: IMSO MO Ukrainy, NVF «Studtsentr», 1998, 256 s.
- [5] G. T. Golovchenko, i V. V. SHpalinskij, *Social'naya psihologiya menedzhmenta*. Har'kov, Ukraina: IVMO «HK», 1998, 316 s.
- [6] Yu. I. Palekha, *Imidzhohiia*. Z. I. Tymoshenko, Red. Kyiv, Ukraina: Vyd-vo Yevrop. un-tu, 2005, 324 s.
- [7] G. Kochergina, «Lichnost' uchitelya», *Uchitel'*, № 3, S. 73–74, 2005.
- [8] M. R. Vardanyan, «Imidzh pedagoga kak faktor zdorov'esberezheniya sub"ektov obrazovatel'nogo processa v osnovnoj shkole», dis. kand. nauk, kafedra pedagogiki, GOU VPO Tobol'skij gos. ped. in-t im. D. I. Mendeleeva». Omsk, Rossiya, 2007.
- [9] V. H. Kremen, *Osvita i nauka Ukrainy. Shliakhy modernizatsii (fakty, rozdumy, perspektyvy)*. Kyiv, Ukraina, 2003, 216 s.