

Г.М. Тимошко, д.пед.наук,
професор кафедри управління
навчальними закладами та
педагогіки вищої школи ДВНЗ
"Університет менеджменту освіти"
НАПН України

ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ВИКЛАДАЧА ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

***Анотація.** У статті розкрито актуальність формування позитивного професійного іміджу викладача вищого навчального закладу. Подано визначення поняття «імідж викладача вищого навчального закладу». Обґрунтовано умови розвитку іміджу викладача вищого навчального закладу, визначено механізми його формування засобами підвищення професійної компетентності.*

***Ключові слова:** імідж, професійний імідж, технологія формування іміджу, імідж викладача вищого навчального закладу, професійна компетентність викладача вищого навчального закладу.*

***Аннотация.** В статье раскрывается актуальность формирования позитивного имиджа преподавателя высшего учебного заведения. Дается определение понятия «имидж преподавателя учебного заведения». Обоснованы условия развития позитивного имиджа преподавателя высшего учебного заведения, а также особенности его формирования на основе профессиональной компетентности преподавателя.*

***Ключевые слова:** имидж, профессиональный имидж, технология формирования имиджа преподавателя высшего учебного заведения, профессиональная компетентность педагога высшей школы.*

***Abstract.** The article reveals the urgency of forming of positive professional image of teacher in high school. There are given the definition of image and the components of professional image of the teacher in the article. The author defined the mechanisms of formation.*

***Keywords:** image, professional image, the technology of forming of image of high school, the mobility of teacher of high school.*

***Постановка проблеми.** Вступ України в Болонський процес, орієнтований на підвищення конкурентоспроможності нашої країни на світовому ринку освітніх послуг, зумовив необхідність подальшої модернізації системи вищої освіти, яка повною мірою відображена у Законі України «Про вищу освіту», що з 1 липня 2014 року набув чинності та поетапно впроваджується в життя.*

Суттєві зміни в підході до розвитку вищої освіти вплинули не лише на світоглядні концепції у навчанні та вихованні студентів, але й спричинили виникнення нових потреб суспільства в освітніх послугах, які надають вищі навчальні заклади та підвищили вимоги до професійної компетентності викладацького складу.

Слід зазначити, що у ВНЗ постійно приділяється увага питанням самоосвіти та самовдосконалення, підвищення рівня професійної компетентності викладачів, враховується їх прагнення створити власний позитивний імідж через свою професію, через побудову життєвої стратегії і прогнозування подальшої професійної діяльності. Таке прагнення є аксіомою у системі професійної діяльності викладачів ВНЗ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для того, щоб успішно здійснювати навчально-виховний процес в сучасних умовах, вирішувати професійні та життєві питання, суб'єктам навчання та виховання у ВНЗ необхідно бути компетентними у своїй професійній діяльності. У науковій літературі існують різні трактування понять «компетенція», «компетентність» і «компетентнісний підхід». На думку М. Лукашенка, компетенція – це предметна галузь, у якій індивід добре обізнаний і виявляє готовність до виконання діяльності, а компетентність – інтегрована характеристика якостей особистості, яка виступає як результат підготовки випускника до виконання діяльності в певних галузях. Іншими словами, компетенція – це знання, а компетентність – уміння (дії).

Ряд авторів (І. Драч, О. Заблоцька, О. Пометун, О.Савченко) трактують компетентнісний підхід як засіб інтеграції ключових і предметних компетентностей особистості. Компетентнісний підхід, на думку В.Маслова, активно розробляється в освітньому менеджменті як методологія дослідження професійної діяльності і може бути застосований до вивчення проблем розвитку позитивного іміджу викладача вищої школи як мінімум у двох аспектах.

По-перше, він дозволяє виявити зв'язок між рівнем розвитку компетентності викладача та рівнем розвитку іміджу освітньої установи, з одного боку, створюючи імідж, з іншого – будучи його проявом. *Другий аспект* пов'язаний із позицією авторів (А. Чучалін, О. Боев, А. Кріушова), які виділили таку компетенцію, як корпоративність – якість особистості, яка виявляється і формується в організаційній взаємодії і може бути критерієм рівня розвитку позитивного іміджу викладача у вищому навчальному закладі будь-якого рівня акредитації.

З точки зору практиків, професійні компетенції – це здатність суб'єкта професійної діяльності виконувати роботу відповідно до посадових вимог. Зазначимо, що сутність професійної діяльності викладача вищого навчального закладу – це сукупність компетенцій, які дозволяють суб'єкту (викладачу навчального закладу) професійно здійснювати педагогічну діяльність у сучасних соціально-економічних умовах.

Універсалізація перетворень у галузі освіти, забезпечення професійної мобільності – все це передбачає також певну термінологічну уніфікацію. Це стосується й поняття компетентності. Крім того, необхідність введення поняття компетентності й компетентнісного підходу в освіті визначається зміною освітньої парадигми – сукупності переконань, цінностей, технічних засобів [4].

Згідно з поглядами Е. Шейна, компетентність є однією з восьми основних кар'єрних орієнтацій, що пов'язана з наявністю здібностей і талантів у певній галузі. Професіонали прагнуть визнання своїх здібностей, умінь, навичок, талантів та досягнень які мають виражатися в статусі, що відповідає їх професіоналізму і сприяє процесу творення власного позитивного іміджу.

Теорія іміджу з'явилася на Заході у 60-ті роки. Суть теорії, обґрунтованої визнаним фахівцем реклами Д. Огілві, полягала у тому, що для успішної реалізації товару значно важливіше створювати у свідомості споживача позитивний образ певного товару, аніж надавати інформацію про

окремі специфічні його властивості. У 70-ті роки теорія іміджу трансформувалася в теорію бренд-іміджу, тобто створення образу не просто окремих товарів, а цілих їх груп або товарних сімейств, об'єднаних певним товарним знаком. Цю теорію було покладено в основу технології брендингу.

Незважаючи на те, що проблема формування іміджу існувала завжди, до середини 80-х років у вітчизняній літературі їй приділялося недостатньо уваги. Це пов'язано з тим, що цей феномен вважався механізмом насадження стереотипів західного способу життя.

Наукові дослідження останнім часом перш за все спрямовані на вивчення принципів, механізмів і технологій формування іміджу держслужбовця (В.В. Дашевський, Л.В. Льдова, Є.А. Орлова і ін.), педагога (А.А. Деркач, Н.В. Кузьміна, А.К. Маркова і ін.).

Таким чином, питання формування професійного іміджу набувають все більшої значущості, оскільки саме цей феномен охоплює як внутрішні складові особистості (прагнення, інтереси, досвід), так і зовнішні аспекти діяльності фахівця (вплив на оточуючих, відтворення соціальних стереотипів, інтерактивний двобічний зв'язок із суспільством).

Розгляд професійного іміджу викладача вищої школи як чинника ефективної професійної діяльності призводить до необхідності більш глибокого аналізу поняття «імідж». Поняття «імідж» в останні роки міцно увійшло до словника сучасної людини. Імідж – (у перекладі з англ. – «образ») – це цілісне уявлення про об'єкт, яке залишається у свідомості людей, в їх пам'яті.

У зарубіжних наукових джерелах поняття «імідж» співвідносять із такими поняттями, як «Я-концепція», «Я-образ», дослідженням яких займались Р. Бернс, У. Джемс, А. Маслоу та інші. В основі даних понять знаходиться не що інше, як образ, уявлення. Зв'язок «Я-концепції» та особистісного іміджу розглядали О. Боровський, Б. Зейгарник, Ч. Кулі, Л. Мар'яненко, М. Мольц та інші науковці. На їхню думку, розвиток «Я-концепції» є значним етапом внутрішньої психічної роботи щодо створення

технології особистості, персональної привабливості, прийняття себе, налаштування на позитивне ставлення до себе і оточуючих [1, 33-34].

Проблема формування іміджу також знайшла відображення в багатьох роботах сучасних науковців, зокрема М. Апраксина, В. Беніна, О. Бекетова, Л. Волович, О. Газмана, Н. Гузій, В. Горчакова, П. Гуревич, Л. Жарикова, О. Калюжного, Ф. Кузіна, Кузьміної, Г. Почепцова, Г. Сагач, В. Слатьоніна, Л. Соколової, В. Шепеля, В. Черепанової, І. Щуркової та інших. Проте незважаючи на значну увагу вчених у галузі педагогіки до означеної проблеми, все ж окремі її кардинальні питання залишаються нерозв'язаними.

Мета статті – виявити та науково обґрунтувати складові формування позитивного іміджу викладача вищої школи на засадах їх професійної компетентності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретичний аналіз наукової літератури засвідчив: по-перше, оскільки інноваційна практика функціонування ринку освітніх послуг на рівні вищої школи значно випереджує розвиток наукової теорії управління ним, то кваліфікаційні вимоги до випускників, які здебільшого визначають її цілі, зміст і форми організації, до теперішнього часу не передбачають оволодіння ними діяльністю щодо створення позитивного професійно-педагогічного іміджу; по-друге, сама проблема формування професійно-педагогічного іміджу викладача та його вплив на імідж вищого навчального закладу є на часі.

З точки зору педагогіки, імідж - цілеспрямовано сформований, інтегральний образ, обумовлений відповідністю внутрішніх і зовнішніх якостей суб'єкта, призначений забезпечити гармонійний взаємовплив цього суб'єкта з навколишнім світом. Являючи собою систему взаємопов'язаних характеристик фахівця, імідж стає засобом вирішення особистих і професійних проблем.

Відомий дослідник в галузі іміджології В. Шепель під іміджем вбачає образ людини, його «Я» представлений світу [10, 11]. Як бачимо, автор співвідносить поняття «імідж» з поняттям «образ». Автор підкреслює

цілеспрямованість створення образу, що включає в себе як зовнішні, так і внутрішні характеристики особистості і спрямованого на вирішення особистих і професійних задач.

Сучасний імідж є складовою культури ділового спілкування. В ньому зацікавлені представники будь-якої публічної професії, у тому числі й педагогічної. Разом з тим не всі педагоги мають уявлення про те, як сформувати свій індивідуальний імідж.

Індивідуальний імідж як динамічна характеристика, яка знаходиться в постійній взаємодії суб'єкта – власника іміджу – з оточенням (соціальним, природним, культурним), формується і розвивається в процесі професійної діяльності та безперервного самовдосконалення, а значить і підвищення рівня професійної компетентності.

Імідж викладача є гармонійною сукупністю зовнішніх і внутрішніх характеристик, а його формування – поетапний і довготривалий процес, ефективність створення якого зумовлена рядом умов. Насамперед, це наявність у викладачів інтересу до себе і до світу, усвідомлення ними необхідності формування позитивного іміджу; прояв власної активності викладача у роботі над своїм іміджем. Не менш важливими є знання вимог студентської аудиторії до особистості та діяльності викладача; оволодіння педагогом прийомами самопізнання і самооцінювання, а також навичками самопрезентації і проектування індивідуального іміджу; дотримання принципу різноманіття форм і методів роботи з формування і корекції іміджу.

На думку вітчизняних дослідників (О.Казанічер та І. Посохової) імідж освітньої установи — як емоційно забарвлений образ закладу, часто свідомо сформований, має цілеспрямовано задані характеристики та покликаний впливати на конкретні групи соціуму, а також припускає рішення ряду завдань:

1) вивчення громадської думки всередині навчального закладу з метою з'ясування задоволеності ним викладачами, студентами, батьківською громадськістю;

2) поширення розвитку інноваційних процесів, — розробки, впровадження та використання педагогічних нововведень. При цьому презентація інноваційних процесів може виступати як характеристика життєдіяльності навчального закладу та, при порівняльному аналізі, як перевага даного закладу перед іншими;

3) забезпечення висвітлення подій у діяльності навчального закладу — установа ефективного зворотного зв'язку із зовнішнім середовищем;

4) розробка інформаційного матеріалу, що має бути доступний, зрозумілий, відбивати позитивні зміни у життєдіяльності навчального закладу, демонструвати досягнення, отримані у процесі змін.

Важливою складовою позиціонування позитивного іміджу ВНЗ є позитивний імідж і професійна компетентність керівника вищого навчального закладу освіти вітчизняні та зарубіжні дослідники розглядають як складну динамічну систему, що утворена з таких компонентів:

– знання державного законодавства про освіту й виховання молоді; з педагогіки, психології й основ педагогічної майстерності; змісту навчальних програм і підручників навчального закладу;

– обізнаність із Законами України про освіту, наказами й інструкціями Міністерства освіти і науки України;

– уміння виділяти головні проблеми та концентрувати зусилля колективу на їхнє розв'язання; заохочувати педагогів оволодівати мистецтвом навчання та виховання, передовим педагогічним досвідом; створювати доброзичливий психологічний клімат у педагогічному й студентському колективах;

– досконале володіння мистецтвом управління та керівництва сучасним вищим навчальним закладом;

- прогнозування розвитку вищого навчального закладу в нових соціально-економічних умовах розвитку України.

Розглянувши деякі підходи до визначення ключових компетентностей, необхідних і сучасному керівникові-професіоналу, і викладачеві вищого навчального закладу можна виділити сім (на наш погляд) базових, тобто ключових компетентностей:

- *Соціально-особистісна компетентність* викладача ВНЗ характеризує його як повноцінного члена суспільства, який активно бере участь у соціальному житті; володіє вмінням створювати позитивну ситуацію в навчальному процесі, знаходить позитивні сторони кожного колеги і студента, враховує інші точки зору, впевнений, орієнтується в різних сферах життя, має відповідну професійну самооцінку, позитивний настрій.

- *Педагогічна компетентність* характеризується володінням та застосуванням навичок педагогічної майстерності, цілепокладання, планування, прогнозування, залучення адекватних методів, способів навчання та виховання.

- *Інформаційна компетентність* викладача ВНЗ характеризується вмінням ефективно обробляти інформацію, вирішувати професійні задачі з використанням комп'ютерних технологій, які стали невід'ємною частиною сучасного суспільства та мають істотний вплив на процеси навчання.

- *Організаційна компетентність* – це компетентність, яка є складовою організаційної культури викладача в установленні суб'єктно – суб'єктних відносин; включає готовність до співпраці, вміння організовувати інформаційну основу діяльності педагогів та студентів, уміння створювати ситуацію успіху щодо організації та забезпечення якості навчально-виховного процесу.

- *Комунікативна та емоційна компетентності* проявляються в професійно значимому педагогічному спілкуванні, здібностях емоційно-вольової сфери.

– *Інтелектуальна компетентність* викладача характеризується здібностями розв’язувати складні, нестандартні управлінські та педагогічні задачі життєдіяльності людини та потребує від викладача -професіонала високого рівня розумових пізнавальних та інтуїтивних здібностей.

Всі вищезазначені компетентності викладачів ВНЗ, безумовно, сприяють формуванню та розвитку їх власного позитивного професійного іміджу, а значить і іміджу вищого навчального закладу в цілому.

Проаналізувавши шляхи формування та розвитку позитивного іміджу ВНЗ у шести регіонах України, можна зробити висновок про необхідність формування іміджу викладача засобами його професійної компетентності. На наше переконання шлях формування позитивного іміджу викладача , засобами професійної компетентності включає:

– створення концепції розвитку професійної компетентності викладача ВНЗ як комплексу положень, що дають цілісне уявлення про формування його професіоналізму і визначають методологію і організацію педагогічної діяльності ;

– надання системного характеру процесу формування та розвитку удосконалення організаційно-педагогічній діяльності шляхом розвитку організаційної культури викладачів;

– індивідуалізацію роботи на основі діагностичного оцінювання особистісно-професійного потенціалу викладачів;

– психологічний супровід діяльності викладача;

– використання різних форм роботи (як традиційних, так і інноваційних) з розвитку організаційної культури викладачів;

– створення рефлексивного середовища, що сприяє розвитку суб’єктів навчання та виховання;

– забезпечення матеріально-технічних та інформаційних можливостей для розвитку організаційної діяльності;

– створення умов для самоменеджменту викладачів ВНЗ.

Позитивний імідж викладача ВНЗ - явище надзвичайно цікаве для педагогіки вищої школи у світлі нових вимог, які висуваються до педагога та студента в демократичному суспільстві, де на першому місці стоять гуманістичні цінності: цінність особистості, її моральних норм і вільного розвитку.

Таким чином, імідж людини є те, що орієнтоване на сприйняття іншими людьми в його безпосередньому оточенні та адресоване ним як повідомлення про свій статус, професійну роль, унікальні риси і якості особистості. Цілеспрямовані наукові дослідження на сучасному етапі надали можливість виокремити нову галузь педагогічної науки – педагогічну іміджологію, яка має на меті вивчення закономірностей та сутності процесів формування педагогічного іміджу в контексті професійної соціалізації фахівців у сфері освіти та професії іміджмейкера.

Соціологи розглядають імідж як зовнішній образ, який створює суб'єкт з метою викликати певне враження, відношення інших людей до себе [9, 97].

Психологи сприймають імідж: як цілеспрямовано сформований образ особистості, що виділяє певні ціннісні характеристики, покликаний справити емоційно-психологічний вплив на кого-небудь; як сукупність зовнішніх і внутрішніх характеристик особистості, яка формується в процесі саморозвитку і соціалізації, спілкування і діяльності, містить систему ролей, які людина грає у своєму житті, доповнюється рисами характеру, інтелектуальними особливостями, зовнішніми даними, одягом та ін. [7, 134-135].

Таким чином, в філософії, соціології і психології імідж розглядається як складний феномен, який об'єднує різноманітні фактори (спадковість, середовище виховання, особистісна активність людини), це інтегрована цілісність біогенних, соціогенних та психогенних елементів.

Створення іміджу педагога-викладача – довготривалий і складний процес. В. М. Шепель виокремлює три групи якостей, наявність яких дає уявлення про суть іміджу [11].

Перша група містить якості комунікативного характеру: комунікабельність як здатність легко встановлювати контакт із людьми; емпатію як можливість співпереживати іншим; рефлексивність, яка уможливує розуміння іншої людини; красномовність як складова вербального впливу. Все це безпосередньо стосується "вміння і бажання подобатися" та свідчить про комунікативну компетентність особистості.

До другої групи входять характеристики особистості як наслідок її освіти і виховання – моральні цінності, психічне здоров'я, володіння набором людинознавчих технологій.

До третьої групи належать знання, пов'язані з життєвим і професійним досвідом особистості, тому компетентність у цій царині можуть забезпечити позитивний імідж людини. Особливо це стосується педагога, якого молоді люди трактують не тільки як носія знань, а й як мудру в життєвому сенсі людину.

Створення іміджу – це підкреслення особистої індивідуальності, свідомого вибору певного образу. У педагогіці імідж розглядається як емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу педагога-вихователя в свідомості вихованців, колег, соціального оточення. Причому при формуванні іміджу, реальні якості об'єднуються з тими, які приписує педагогові оточення.

За даними М. Піскунова [6, 5-9] окремі якості є найбільш значущі для професійної педагогічної діяльності. До них можна віднести: ввічливість, вдумливість, вихованість, ерудованість, передбачливість, уважність, витримку, гнучкість поведінки, гуманність, щирість, діловитість, дисциплінованість, скромність, тактовність, культуру мови, прагнення до самовдосконалення, почуття гумору та інші.

За своєю сутністю це всі ідеальні ціннісно-особистісні особливості людини. Тому важливо погодитись з авторами у тому, що всі вони є значущими для формування іміджу педагога. Можна припустити, що серед них провідними виступають: культура мови, гнучкість поведінки,

справедливість, почуття гумору, відповідальність, передбачливість, впевненість, емоційна стійкість, емпатійність, самоконтроль.

В педагогічній діяльності позитивний імідж викладача – це умова, засіб становлення індивідуальності обох суб'єктів навчання. Таким чином, імідж в сучасній науці розглядається як відносно постійна категорія. Визначаючи, яким повинен бути індивідуальній імідж викладача вищого навчального закладу, здатного реалізувати завдання становлення особистості студента та враховуючи зазначене вище, відмітимо, що *це має бути компетентний педагог, високоморальна особистість з гуманістичними рисами, які виявляються в його поведінці, вчинках, мові, в професійній діяльності, зовнішньому вигляді, вмінні спілкуватися та ін..*

Подальші дослідження потребують суттєвих перетворень, наукової інтерпретації і практичних дій в розробці системи роботи з формування позитивного професійного іміджу викладача вищого навчального закладу на засадах підвищення рівня професійної компетентності.

Висновки. Ми розглянули далеко не всі аспекти створення позитивного іміджу викладача засобами підвищення рівня їх професійної компетентності. Підсумовуючи вищесказане, зазначимо: по-перше, позитивний імідж викладача ВНЗ, в основу якого покладена, насамперед, професійна компетентність є ключем до успіху у викладацькій діяльності. По-друге, імідж це позиціонування професійної компетентності, яке надає креативні можливості для кожного. Правильно сформований позитивний імідж працює на викладача і на імідж навчального закладу, сприяє формуванню конкурентоспроможності ВНЗ в сучасну історичну добу і в майбутньому.

Використані джерела:

1. Архипова С. Іміджеві та самоактуалізуючі характеристики у професійній діяльності педагога / Архипова С., Ніколаєску І. // Імідж сучасного педагога. – 2009. – № 2-3. – С. 33-34.

2. Берд П. Поддай себя! Эффективная тактика улучшения вашего имиджа / П. Берд; пер. с англ. Т. А. Сиваковой. – М.: Амалфея, 1997. – 208 с.
3. Володарская Е. А. Социально-психологический анализ научной школы в имиджелогии // Имиджелогия-2005: феноменология, теория, практика: Материалы Третьего международного симпозиума / Е. А. Володарская. – М.: РИЦ АИМ, 2005. – С. 40-42.
4. Захаренко Г. В. Тайм-менеджмент / Г. В. Захаренко. – СПб. : ПИТЕР, 2004. – 126 с.
5. Кон И. С. В поисках себя: Личность и ее самосознание / И. С. Кон. – М.: Политиздат, 1984. – 335 с.
6. Пискунов М. С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования // Мониторинг и стандарты в образовании / М. С. Пискунов. – 1999. – № 5. – С. 5-9.
7. Руденко О. В. Підвищення компетентності працівників освіти у спілкуванні / О. В. Руденко // Наукові записки інституту психології імені Г. С. Костюка в 3-х томах. – Т. 3. – За ред. академіка С. Д. Максименка. – К. : Главник, 2005. – С. 477-482.
8. Сучасний словник іншомовних слів / Уклали: О. І. Скопенко, Т. В. Цимбалюк. – К.: Довіра, 2006. – 789 с.
9. Філіппова І. Ю. Психолого-педагогічне навчання як спосіб корекції Я-образу вчителя // Практична психологія та соціальна робота / І. Ю. Філіппова. – К., 2005. – № 4. – С. 12-19.
10. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – 814 с.
11. Шепель В. М. Имидж // Воспитание школьников / В. М. Шепель. – 1997. – № 1. – С. 40-44.
12. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния/ Шепель В.М. – М., 1997.