

ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА

Статья посвящена проблеме формирования имиджа преподавателя вуза. Автор раскрывает потенциал имиджологии как психолого-педагогической дисциплины, рассматривает специфику профессионального имиджа преподавателя вуза, анализирует технологию имиджирования, основные методы и формы обучения взрослых.

Ключевые слова: имиджология, профессиональный имидж преподавателя вуза, технология формирования имиджа преподавателя вуза, методы и формы обучения взрослых.

Фасилитационный подход к образованию и воспитанию выдвигает на первый план личностный потенциал педагога, его способность преобразовывать себя, снимать свои психологические барьеры и стереотипы, переосмысливать свои профессиональные стереотипы и ожидания. Самореализация в профессии предполагает постоянный поиск средств, адекватных приобретаемым знаниям, опыту, умениям и навыкам, – всему, что составляет профессионально-личностный портрет. Личный имидж педагога оказывается непрерывно связанным с профессиональным: человек воспринимается, прежде всего, как представитель профессионального сообщества, носитель профессионального качества. Имиджирование специалиста становится важной задачей в системе профессиональной подготовки и переподготовки.

Имиджология как новая отрасль научно-прикладного знания, возникшая на стыке философии, психологии, культурологии, теории моды и других дисциплин, является научной дисциплиной и требует четкого и точного определения ее предметной области. По мнению основателя имиджологии В.М. Шепеля, предметом имиджологии является изучение воздействия внешнего облика человека на психику и поведение людей. Г.Г. Почепцов представляет имиджологию как науку о «феномене массовой коммуникации». Вместе с тем имиджология как психология образа отличается от традиционных общепсихологических подходов, реализованных в трудах А.Н. Леонтьева, Б.Ф. Ломова, С.Д. Смирнова прежде всего тем, что процесс формирования имиджа почти всегда нагружен эмоционально и мотивационно, так как речь идет о действенном образе, управляющем поведением человека. Поэтому развитие имиджологии должно быть направлено на раскрытие общего, особенного и единичного в онтологии всех видов имиджей. Область формирующейся имиджологии включает в себя не только поиск основных закономерностей онтологии имиджей, но и включает в себя ряд практико-ориентированных направлений: имидждиagnostiku, имиджконсультирование, имиджмейкинг (технологии построения и управления имиджем), имиджпрогностику. Востребованность и включенность имиджологического знания в широкий контекст современного образования позволяет также говорить об имиджпросвещении и имиджологическом образовании.

* © Сысоева Е.Ю., 2011

Сысоева Елена Юрьевна (sysoev@giperium.ru), кафедра теории и методики профессионального образования Самарского государственного университета, 443011, Российская Федерация, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1.

В информационном обществе преподаватель вуза перестает быть единственным носителем нужной информации, теряет свою информационную исключительность и уникальность. В современном мире образование становится сферой образовательных услуг, а студент – клиентом, выбирающим свою образовательную траекторию, поэтому акцент в преподавании смещается в пользу формирования коммуникативной и технологической гибкости преподавателя, умения выстраивать оптимальную и продуктивную коммуникацию.

Проблема эффективности имиджа – одна из самых актуальных в современной педагогической имиджологии. Эффективный имидж преподавателя вуза выстраивается с учетом специфики его деятельности и особенностей воспринимающей аудитории. Специфика имиджа преподавателя вуза заключается в сочетании двух разнонаполненных имиджей – имиджа ученого, акцентирующего аналитизм, абстрактность мышления, увлеченность научным поиском, и имиджа педагога, ориентированного на генерацию информации, организацию процесса ее наилучшего усвоения, позитивность, понятность, открытость, коммуникабельность.

Как показывают результаты исследований (С.Л. Братченко), для современного студенчества свойственны следующие психологические установки: крайне низкий уровень веры в себя, в возможность самому найти выход из проблемных ситуаций; неверие в свои ресурсы, силы, способности; плохое знание себя и своих особенностей, что проявляется в показной самоуверенности, авторитарности, безапелляционности; ярко выраженная ориентация на более простые, быстрые и легкие решения, нежелание углубляться в суть проблемы и готовность удовлетвориться поверхностным взглядом; почти тотальное предпочтение интеллектуальных, рациональных способов работы с проблемами, средств понимания себя, других людей и конкретных ситуаций, с одной стороны, и столь же явная недооценка, а часто и игнорирование собственных эмоциональных, интуитивных ресурсов – с другой; преувеличенный и неадекватный пиетет перед словом (особенно – печатным) и пренебрежение чувствами, переживаниями. Таким образом, современная студенческая аудитория достаточно прагматична, рациональна, но при этом психологически беззащитна, нуждается в педагогической поддержке, что актуализирует необходимость формирования позитивного имиджа преподавателя вуза, вызывающего у студентов интерес к себе и предмету изложения, доверие, уважение, симпатию, создающего атмосферу психологической безопасности и комфорта.

Обязательным требованием к профессиональному имиджу является его функциональность, позволяющая решать определенные практические задачи в деятельности и общении. Специфика современного образовательного процесса и основные имиджевые задачи педагогической деятельности предполагают необходимость проектирования, формирования и корректирования профессионального имиджа преподавателя вуза.

Считаем вполне логичной и обоснованной базовую модель технологии имидж-мэйкинга, разработанную В.М. Шепелем и состоящую из следующих позиций самопрезентации: формирование позитивной «Я-концепции» личности; фейсбилдинг – создание лица с учетом всех сопутствующих факторов (информирование о мимике и закономерностях проявления эмоций на лице); кинесика – телесное информирование; дизайн одежды – подбор и ношение одежды, использование аксессуаров; владение словом – риторическая оснащенность; флюидное излучение – создание личностного биоэнергетического поля; коммуникативная механика – мастерство общения [2].

Развитие положительной «Я-концепции», позитивного мировосприятия – первый этап работы в технологии имиджирования педагога. Опыт общения с преподавателями на курсах повышения квалификации показывает, что одной из значимых проблем

является развитие позитивного самонастроения, выстраивание оптимистической гипотезы собственного «Я». Позитивность преподавателя проявляется в позитивном отношении к педагогической деятельности и педагогической профессии, студенту как субъекту образовательному процессу и самому себе как профессионалу. В целях оптимизации учебно-воспитательного процесса, гармонизации собственного «Я» и «Я» студентов педагогу необходимо научиться познавать себя, специфику своих эмоциональных состояний, анализировать причины их появления и последствия их застревания, уметь принимать себя во всем разнообразии когнитивных, эмоциональных, поведенческих проявлений, помогать себе, работать над преобразованием своих состояний. Именно на этапе построения позитивной «Я-концепции» техники имиджирования наиболее эффективны, так как позволяют раскрыть ресурсную зону личности.

Практическая реализация программы имиджмейкинга требует ответа на вопрос «Какими средствами формировать имидж человека, учитывая, что образовательным субъектом является взрослый и опытный человек, находящийся в плену социальных и профессиональных стереотипов?». При выстраивании занятий необходимо учитывать основные положения андрагогики: взрослый человек осознает себя самостоятельной, самоуправляемой личностью, обладает запасом жизненного (бытового) профессионального опыта, который становится все более важным источником обучения его самого и его коллег; в основе его готовности к обучению лежит стремление с помощью учебы решить свои жизненно важные проблемы и достичь конкретных целей; главенство самостоятельного обучения, когда именно самостоятельная деятельность становится основным видом учебной деятельности взрослых. Названные принципы диктуют «эмансипаторское учение» (К.Х. Флексиг, Х.Д. Халлер, ФРГ), направленное на демократизацию процесса обучения. При таком обучении слушатель имеет возможность сам влиять на ход занятий (допустим, включать свой личный опыт в поле обсуждения какой-либо психолого-педагогической или имиджевой проблемы); на выбор его методов и форм (некоторые тренинговые упражнения не принимаются слушателями, что вызывает необходимость гибко варьировать различные способы подачи материала).

Выбор форм проведения занятий по построению имиджа обусловлен необходимостью не просто сообщать знания, а организовывать процесс их присвоения, осмысления опыта в упражнениях. Самыми оптимальными и педагогически целесообразными формами имиджирования являются «педагогическая мастерская», «арттерапевтическая мастерская» и «тренинг» как логическое сочетание теоретического, методического и технологического изучения имиджологической и педагогической проблемы. Именно эти формы способствуют развитию гуманитарной и рефлексивной культуры педагога, формированию объемного взгляда на проблему, доминантности как качества личности, развитию речекоммуникативных умений. Логика построения занятий заключается в актуализации личного опыта участников — через разрушение сдерживающих профессиональных и личных стереотипов к новому знанию о предмете исследования (сущности и специфике личного и профессионального имиджа). Вопросы рождаются по ходу занятий в рабочей аудитории; ведущий (мастер) является равноправным участником, имеющим право на свою точку зрения, медиатором и фасилитатором в группе, проблематизатором в ситуации дискуссии. Условия для групповой работы предполагают широкий простор для творческих форм презентации, большое количество аксессуаров, информационных источников, включая видео- и аудиотехнику.

Образовательным результатом являются открытие и присвоение учебного знания; становление ценностно-смысловых отношений к знанию, процессу обучения, погружение в разнообразные формы деятельности — поисковую, коммуникативную, твор-

ческую, рефлексивную. Важным и принципиальным организационным моментом педагогической мастерской по формированию имиджа является отсутствие оценочности ведущего, даже положительно подбадривающей. Вместо нее на стадии рефлексии формируются адекватная самооценка, развернутая экспертная характеристика. Ценностным новообразованием является обнаружение незнания слушателей («инсайт роста»). Личностная зрелость и поведенческая гибкость ведущего позволяют решать сложные задачи имиджирования участников группы

Групповые формы работы способствуют снятию психологических зажимов, препятствующих обучению взрослых людей: обнаружение дефицита тех или иных умений не только у себя, но и других людей формирует позитивное отношение к самому процессу имиджмейкинга. Интерактивные технологии способствуют формированию ответственности индивида за результаты образования, пониманию партнерской позиции и принятию ее.

Техники арт-терапии (коллаж, рисунок, работа с готовыми художественными произведениями, маскотерапия) обладают неисчерпаемым потенциалом для формирования позитивного имиджа преподавателя. Арт-терапия, используя язык визуальной, пластической или аудиальной экспрессии, является необходимой в тех ситуациях, где вербальный способ коммуникации невозможен или нежелателен. Арт-терапия направлена на поиск творческих решений проблемы, способствует развитию креативных способностей личности, то есть апеллирует к самости, внутренним силам человека. Применение арт-терапевтических методов предполагает понимание того, что главное свойство искусства – это передача уникальности человеческого опыта. Являясь средством фиксации человеческого опыта, искусство не обладает качеством обязательности, морализаторства, навязчивости, оно не дидактично. Арт-терапевтическая мастерская создает уникальные условия для погружения преподавателя в пространство игры, творчества. Когда взрослый человек играет, он сознательно оказывается в детстве. Не имеет значения, что он лично вкладывает в само понятие «детство», но это целиком ресурсная зона, то есть зона развития человека, ведь ребенок по определению имеет право не знать, не понимать, ошибаться, а это и есть ресурс и поле для новых возможностей в познании себя и окружающих [1, с. 18].

Арт-терапевтические техники позволяют материализовать и детализировать какой-либо феномен, например, организацию, взаимоотношения, идеальный или отрицательный имидж специалиста и др. Участники тренинга помещают этот феномен в «плоть», имеют возможность исследовать, изменять его, а вместе с ним и свое отношение к нему. Кроме того, участники тренинга «выводят на поверхность» свое видение ситуации, предмета или явления. В процессе выполнения задания у участников происходит большая внутренняя работа, связанная не только с поиском художественных средств изображения своего представления о рассматриваемом предмете, но также и с исследованием этого предмета, определением своего отношения к нему и порой своего места в нем. Детальный анализ собственных работ позволяет участникам видеть ранее скрытые от них области, выводить на уровень осознания важные концептуальные моменты, оценивать имеющиеся ресурсы, получать ценную информацию. Особый интерес участники проявляют к рисуночным техникам «я реальное», «я идеальное», «личный и профессиональный герб», к коллажной технике «идеальный имидж преподавателя вуза», конструирование маски «я в профессиональном сообществе». Причем интерпретация творческих работ производится автором.

Формирование позитивного профессионального имиджа педагога является одним из перспективных путей достижения вершин профессионализма при условии, что имидж является органичным для своего носителя и подтверждается реальными профессиональными достижениями. Однако процесс формирования имиджа преподава-

теля вуза возможен при соблюдении определенных организационных, психолого-педагогических условий и, прежде всего, при четком определении структуры и доминантных компонентов данного феномена.

Библиографический список

1. Колошина Т.Ю., Трусь А.А. Арт-терапевтические техники в тренинге: характеристики и использование: практическое пособие для тренера. СПб.: Речь, 2010. 189 с.
2. Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния. М.: Народное образование, 2002. 576 с.

*E.Ju. Sysoeva**

TECHNOLOGY OF FORMATION OF A HIGHER SCHOOL TEACHER'S PROFESSIONAL IMAGE

The article describes problems of formation of a higher school teacher's professional image. The author reviews the potential of imagelogy as psychological and pedagogical discipline, discovers the main point and special character of the higher school teacher's professional image, analyses the technology of imagemaking, the main methods and forms of the adults' teaching.

Key words: imagelogy, higher school teacher's professional image, technology of imagemaking, methods and forms of adults' teaching.

* *Sysoeva Elena Jurievna* (sysoev@giperium.ru), the Dept. of Theory and Methods of Professional Education, Samara State University, Samara, 443011, Russian Federation.