



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2021. Т. 21, вып. 4. С. 407–412

Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology, 2021, vol. 21, iss. 4, pp. 407–412

<https://soziopolit.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-4-407-412>

Научная статья

УДК 316.7

Профессиональный имидж современного преподавателя высшей школы



О. Л. Малышева

Казанский национальный исследовательский технологический университет, Россия, Республика Татарстан, 420015, г. Казань, ул. Карла Маркса, д. 68

Малышева Ольга Леонидовна, кандидат исторических наук, доцент кафедры государственного управления, истории, социологии, Olgatuz@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6422-2591>

Аннотация. В статье анализируется структура имиджа педагога высшей школы, включающего базовые компетенции, социальный статус, профессиональные компетенции, составными частями которого являются дидактические умения, концептуальная подготовка, профессиональное «Я». Рассматриваются факторы, влияющие сегодня на профессиональный имидж профессорско-преподавательского состава высшей школы: переход к компетентностно ориентированному образованию; требования российских работодателей к выпускникам вузов; коммерциализация высшего образования; специфика студенческой аудитории, представленной поколением «Z», которое в качестве источников информации предпочитает интернет-ресурсы. В статье освещается профессиональный имидж профессорско-преподавательского состава в глазах как административных структур университетов, так и студентов. На выявление последнего было нацелено пилотное исследование восприятия профессионального имиджа профессорско-преподавательского состава глазами студентов факультета промышленной политики и бизнес администрирования Казанского национального исследовательского технологического университета. Благодаря проведенному исследованию удалось установить наиболее важные характеристики, с точки зрения студентов, как внутреннего имиджа преподавателя – его профессиональных и базовых компетенций, так и значимость его внешнего имиджа.

Ключевые слова: профессиональный имидж, профессорско-преподавательский состав, профессиональные компетенции, социальный статус, Болонский процесс, коммерциализация высшего образования, поколение «Z», клиповое мышление, интерактивные технологии

Для цитирования: Малышева О. Л. Профессиональный имидж современного преподавателя высшей школы // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2021. Т. 21, вып. 4. С. 407–412. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-4-407-412>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

The professional image of a modern university lecturer

O. L. Malysheva

Kazan National Research Technological University, 68 Karl Marx St., Kazan 420015, Republic of Tatarstan, Russia

Olga L. Malysheva, Olgatuz@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6422-2591>

Abstract. The article analyzes the structure of the university lecturer image consisting of basic competencies, a social status and professional competencies – didactic skills, conceptual training, and professional-Self. The article considers the factors affecting the professional image of the universities' teaching staff, nowadays, such as: the transition to a skills-oriented education, the Russian employers' requirements for university graduates, the commercialization of higher education, and the students' audience specifics of the represented by generation "Z", preferring the Internet resources as the main information sources. The article highlights the professional image of the teaching staff both in the eyes of the administrative structures of universities and students. A pilot study of the teaching staff professional image perception as seen from the students' perspective was carried out the department of industrial policy and business administration of Kazan National Research Technological University. Due to the conducted research, it became possible to establish the most important characteristics of the internal image of a university lecturer from the students' point of view and the significance of his/her external image.

Keywords: professional image, teaching staff, professional skills and knowledge, social status, Bologna process, commercialization of higher education, generation "Z", worldwide network, clip thinking, interactive technologies

For citation: Malysheva O. L. The professional image of a modern university lecturer. *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*, 2021, vol. 21, iss. 4, pp. 407–412 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-4-407-412>

This is an open access distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)



Сформировавшись в середине 1960-х гг. в бизнес-среде, понятие «имидж» очень скоро проникло во все публичные профессии. Одной из них является профессия педагога. Несмотря на то что время вносит новые краски в имидж педагога, он включает в себя три постоянные константы:

1) базовые компетенции, которые основываются на свойствах характера, интеллектуальных, эмоциональных, коммуникативных качествах человека. Являясь фундаментом профессиональной деятельности педагога, они сложнее всего поддаются коррекции. Между тем цельный характер, по мнению К. Фишера, является величайшим умножителем человеческих способностей;

2) социальный статус, который формируется на основе полученного семейного воспитания и системы ценностей, транслируемых в семье и обществе; образования и стиля жизни, которого придерживается человек;

3) профессиональные компетенции, которые, по мнению О. В. Ярошевич, включают в себя:

– дидактические умения: коммуникативные навыки; владение современными образовательными технологиями; выстраивание оптимального взаимодействия со студенческой аудиторией; навыки решения проблемных ситуаций;

– концептуальная подготовка: профессиональная и общая эрудиция; современность знаний;

– Я-профессиональное: понимание и приверженность своей профессии; индивидуальный стиль профессиональной деятельности¹.

Взаимодействуя в процессе формирования имиджа педагога, эти компоненты, как и сам имидж, не являются статичными. Более того, совершенствование профессионального имиджа преподавателя в современных условиях – это динамичный процесс, на который влияет множество факторов.

Компетентностный подход изменил оценку эффективности как образовательной деятельности организационных структур вузов, так и каждого конкретного преподавателя. Возросла значимость так называемых *soft skills*, которые в новых ФГОС ВО 3++ прописаны в формате универсальных компетенций. Между тем значительная часть преподавателей неоднозначно относится к модернизации образовательного процесса в этом ключе, противопоставляя его традиционному образованию в пользу последнего. Речь идет о регламентировании учебного процесса посредством унифицированных рабочих программ, требования к которым меняются с завидным постоянством; рейтинговой оценки работы преподавателя, где доминантой становится наличие научных статей ВАК, РИНЦ, Scopus.

Понимая, что профессиональный имидж профессорско-преподавательского состава в глазах работодателя отличается от такового в вос-

приятии учащейся аудитории, нужно признать, что овладение этими компетенциями играют существенную роль в принятии студентами как преподавателя, так и его профессионального имиджа.

Профессиональный имидж – во многом междисциплинарное понятие, лежащее на стыке психологии, экономики и социологии. Исследования имиджа играли и играют важную роль в теории и практике PR как в бизнесе, так и в политике.

В контексте предметности социологической науки структура имиджа преподавателя вуза рассматривается нами сквозь призму понятий «социальная роль» (соответствие ожидаемого поведения ситуации взаимодействия), «модус поведения» (стиль работы) и «групповое мнение» (в данном случае оценки студентами общепринятых в академической среде педагогических компетенций преподавателя).

Социологические исследования проблемы имиджа профессуры высшей школы за рубежом проводились I. D. Currie, H. C. Finney, T. Hirschi and H. C. Selvin², K. Aldrup, U. Klussman, O. Ludtke, R. Gollner, U. Trautwein³, рядом других авторов, чей подход можно охарактеризовать как социально-психологический.

Имидж как научная проблема стала в России предметом общественного внимания и научного анализа с конца XX столетия, которые были связаны, главным образом, с проблематикой политического лидерства. Близким к изучению имиджа в социологии образования и высшей школы можно считать работы Л. И. Бойко⁴, О. Н. Козловой, М. Б. Булановой⁵, Е. А. Володарской⁶, А. С. Кокарева⁷, М. А. Лукашенко, А. А. Ожгихиной⁸, Т. И. Заславской⁹, О. И. Поповой¹⁰, Е. Ю. Сысоевой¹¹, О. В. Ярошевич¹² и др. Рассмотрение их подходов убеждает нас в необходимости изучения процессов построения имиджа преподавателя высшей школы как эффективного инструмента в учебно-воспитательном процессе вуза.

Российские работодатели в условиях рыночной экономики предъявляют серьезные претензии к высшей школе на основе логики утилитарности. Главной является оторванность теоретической подготовки студентов от практики. Фундаментальное знание все более становится «символическим капиталом».

Востребованными сегодня являются навыки самопрезентации, деловых коммуникаций, работы в команде, быстрой адаптации молодого специалиста в коллективе и к реалиям профессиональной, часто конкурентной среды, его готовность систематически повышать свою профессиональную квалификацию и организационно-управленческие навыки. Можно спорить о том, что первостепенно – теоретические знания или вышеназванные навыки. Но факт остается фактом: чтобы привить столь необходимые на рынке труда навыки, нужно, чтобы они нашли



свое достойное место в профессиональных компетенциях и имидже самого преподавателя. А это значит, что учебный процесс должен строиться не только на информации, имеющей лишь отдаленное отношение к практике, а желательнее на практическом опыте работы профессорско-преподавательского состава высшей школы. Если же этого опыта нет – то на глубоком узнавании жизненных реалий и следовании практическим требованиям к той специальности, по которой обучается студент.

Проведенное нами в марте 2021 г. пилотное исследование «Преподаватель глазами студентов» среди обучающихся Казанского национального исследовательского технологического университета (N = 400 из них 75% – граждане Российской Федерации; 25% – представители Вьетнама, Туркменистана, Узбекистана) с использованием техники балльной оценки (от 1 до 5) показало, что студенты крайне позитивно относятся к насыщенности занятий «примерами из жизни» (рис. 1).

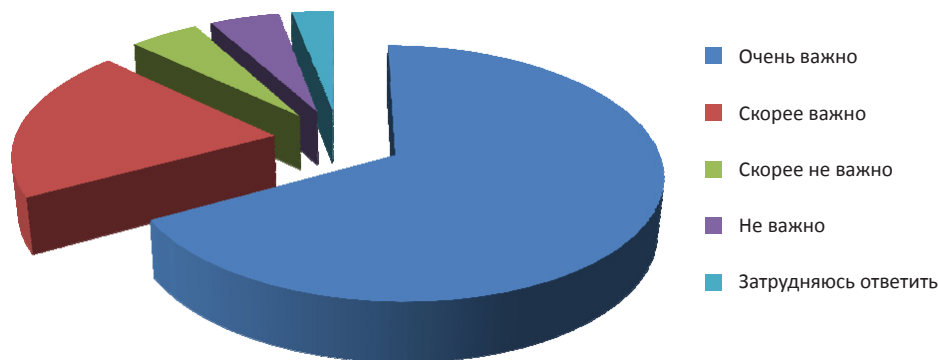


Рис. 1. Отношение студентов к примерам «из жизни» (цвет online)

Коммерциализация высшего образования усиливает конкуренцию на образовательном рынке. Абитуриенты вольны выбирать не только профессию, но и вузы, в которых на нее готовят. Имидж вуза имеет первостепенное значение. И здесь нет мелочей. Имеет значение, является ли вуз государственным; как скоро планируется аккредитация специальности, выбранной абитуриентом; как вуз представлен в информационном пространстве; какова его репутация в обществе. А репутацию составляют и качество преподавания, и имидж профессорско-преподавательского состава.

Современное медиатизированное общество предоставляет огромное количество источников информации, где преподаватель может стать слабым звеном. Поколение «Z» черпает информацию из соцсетей, видеоблогов, в YouTube. К слову, управляющий директор Google Оmid Кордестани еще в 2015 г. отмечал, что количество пользователей, у которых YouTube является стартовой страницей, ежегодно увеличивается в три раза¹³. Значит, и преподаватель должен быть на «ты» со Всемирной сетью, которая стала обыденным ареалом обитания молодежи. Игнорирование этого стиля жизни, а тем более высокомерное отношение к нему приведут лишь к неприятию педагога. Только постоянная работа над профессиональным имиджем, включающим свободное ориентирование преподавателя в мире Интернета, позволяет ему стать автори-

тетным носителем знания, а также проводником в мире интернет-ресурсов, которые зачастую являются солдатами в концентрированной войне (войне в пространстве массового сознания, которая предполагает, что предметом поражения и уничтожения являются определенные типы сознаний).

Интерактивные формы преподавания (проектное обучение, тренинги, деловые игры, решение бизнес-кейсов), которые сегодня составляют основу образовательного процесса, также выдвигают новые требования к профессиональному имиджу преподавателя: его умению вести групповую дискуссию, слыша мнение учащихся; быть модератором мозгового штурма; учить студентов навыкам презентации проектов и самопрезентации. Наши исследования среди студентов КНИТУ подтверждают данный тезис (рис. 2). Все это влияет на групповое мнение студентов о преподавателе, что непосредственно сказывается на его имидже и результативности учебного процесса.

Студенческая аудитория претерпевает существенные изменения¹⁴.

1. Приходится учитывать ценностный разрыв, с которым сталкиваются прежде всего возрастные преподаватели. В советское время наличие конфликта отцов и детей не отменяло преемственности ценностей: несколько поколений советских людей воспитывались на одних и тех же книгах, фильмах, что определяло их

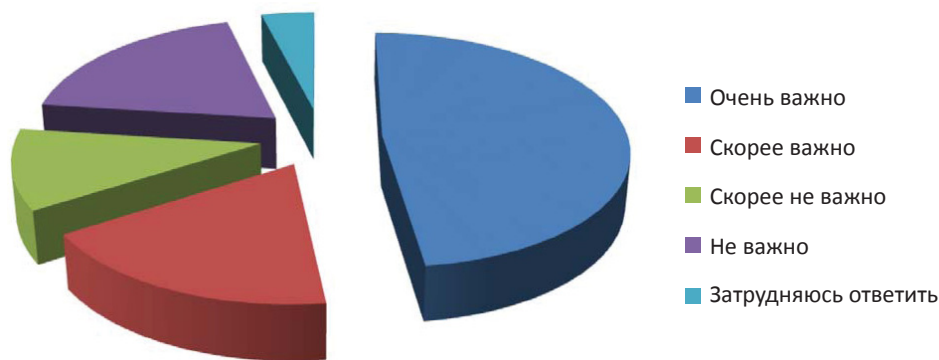


Рис. 2. Отношение студентов к активным формам обучения (бизнес-кейсы, тематические дискуссии, деловые игры и т.п.) (цвет online)

восприятие жизни. Поколение «Z» смотрело в детстве американские мультфильмы, а в юности потребляет в основном продукцию Голливуда, которая транслирует совсем иной ценностный ряд. Чаще всего студенты слабо, а иногда совсем не ориентируются в российской кинопродукции или книгах за авторством российских писателей, не говоря уж о советском культурном наследии. Преодоление этого ценностного разрыва и аккуратная коррекция ценностей учащихся – еще один компонент современного профессионального имиджа преподавателя высшей школы, который требует очень серьезной работы в этом ключе.

2. Погружение молодежи в цифровой мир, с одной стороны, привело к ее способности быстро обрабатывать информацию, с другой – уменьшает значение чтения как научной, так и художественной литературы. Так, по данным статистики, 79% молодежи предпочитают Интернет, 39% читают художественную литературу и журналы и лишь 21% – учебную литературу¹⁵. Преподаватели все чаще сталкиваются с проблемой отсутствия усидчивости и внимательности студенческой аудитории, ее неспособностью проводить глубокий логический анализ и сосредотачиваться длительное время на чем-то одном. Клиповое мышление стало данностью, и с этим тоже приходится считаться, меняя методику преподавания в сторону «крючков» в лекции – коротких и информативных видеороликов, жизненных примеров; любопытных фактов биографии ученых, общественных и государственных деятелей и т.д.

3. Коммерциализация высшего образования открыла двери казанских вузов представителям других государств, чаще всего среднеазиатских. И это тоже создает сложности в формировании профессионального имиджа преподавателя, который должен найти подход к студентам с плохим знанием русского языка, иным менталитетом, другими ценностями и настороженным восприятием российской действительности, ко-

торая в корне отличается от той, в которой они воспитывались и жили прежде. Компетенция, включающая толерантное отношение к культурным, языковым, конфессиональным различиям, работает мало. Здесь нужны искренний интерес и знание культуры, религии, которые исповедуют иностранные студенты, индивидуальный подход к ним.

Как уже отмечалось ранее, имидж преподавателя с точки зрения университетской администрации отличается от того, что включают в понятие профессионального имиджа студенты, какие его характеристики имеют для них приоритетное значение. В упомянутом выше пилотном исследовании «Преподаватель глазами студентов», проведенном нами в КНИТУ, для изучения особенностей оценки обучающимися имиджа преподавателя использовалась методика анкетирования. Были предложены вопросы относительно того, каким, по мнению студентов, должен быть «идеальный» преподаватель. Очень важными в профессиональном имидже преподавателя признаются умение выстраивать партнерские отношения с аудиторией (76%) и справедливость (68%) (рис. 3, 4). Но это не убирает на второй план значимость «владения своим предметом», которую подчеркнули 83% опрошенных студентов.

В процессе выстраивания эффективной коммуникации для студентов большое значение продолжает играть внешний облик «идеального» преподавателя. Внешний вид – это значимая часть самопрезентации преподавателя, которая может вызвать в глазах студентов как уважение, так и отторжение. По внешнему виду – предпочтениях в одежде, причёске – вполне можно судить о личностных ценностях и внутреннем имидже человека. Аккуратный, ухоженный вид преподавателя транслирует окружающим его положительную самооценку, что очень важно для молодежи. Но внешний имидж имеет и другие инструменты воздействия – невербальные. В общении 60% информации человек передает

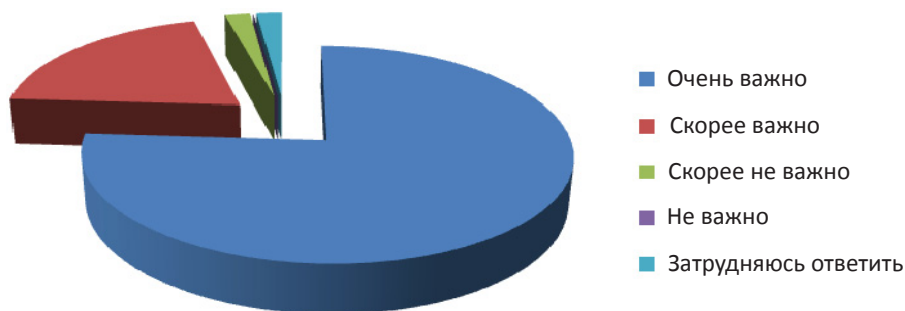


Рис. 3. Значимость партнерских отношений со студентами в имидже преподавателя (цвет online)

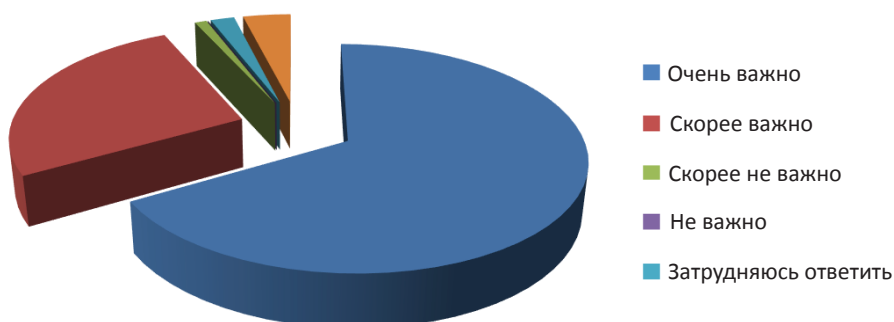


Рис. 4. Значимость справедливости в имидже преподавателя (цвет online)

через позу, жесты, выражение лица. Еще 30% общения происходит через интонации и тембр голоса. И только 10% информации воспринимается на слух¹⁶. Так что внешний вид и невербальное поведение дают сведения об эмоцио-

нальном состоянии педагога, его личностных качествах и самооценке, отношении к аудитории и т.д. (рис. 5). Они и сильнее воздействуют, так как употребляются неосознанно и воспринимаются непосредственно.

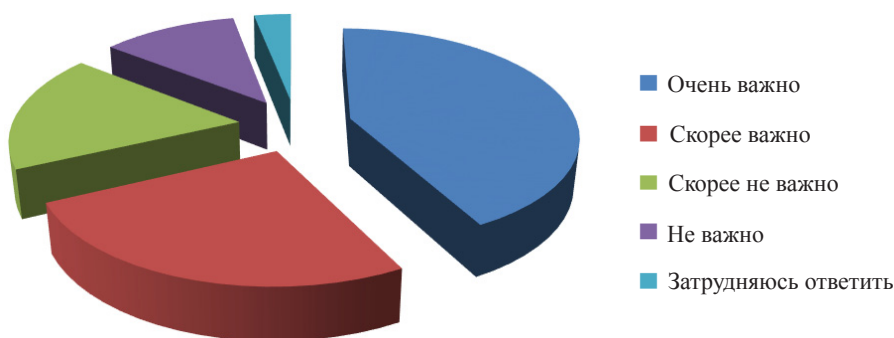


Рис. 5. Значимость внешнего вида для имиджа «идеального» преподавателя (цвет online)

Нельзя пройти мимо и такого важного компонента в имидже преподавателя вуза, как его эрудиция. Студенты это также высоко ценят (91% считают его важным и скорее важным) (рис. 6). Думается, это не удивительно, ведь вузовский преподаватель представляет высшее образование, т. е. такой уровень образования, который ассоциируется с обширными знаниями.

Анализ данных демонстрирует взаимосвязь всех компонентов имиджа преподавателя высшей школы. При этом в его профессиональных качествах очень важным признается обращение к современным методикам преподавания. Традиционно для полноценного и плодотворного взаимодействия со студенческой аудиторией очень значимыми считаются коммуникативные ком-

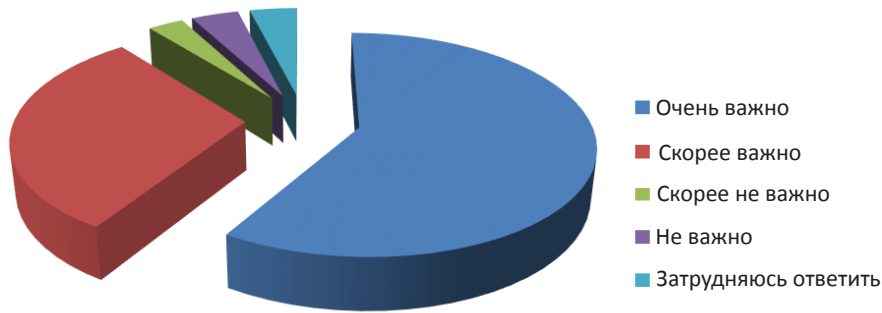


Рис. 6. Значимость эрудиции для имиджа преподавателя (цвет online)

петенции педагога. Собственно, они являются фундаментом профессионализма преподавателя. Но, как и прежде, профессиональный имидж неотделим от внешнего вида педагога, что влияет на восприятие его статуса. Не менее важным является и стиль работы преподавателя, его «поведенческий модус» (умение выстраивать партнерские отношения с группой и справедливость в оценках). Все это формирует групповое мнение студентов и способствует формированию имиджевых характеристик педагога высшей школы.

Примечания

- 1 См.: Тузиков А. Р. Высшее образование : идеологемы реформ и практика имитаций // Управление устойчивым развитием. 2020. № 1 (26). С. 60–66.
- 2 См.: Currie I. D., Finney H. C., Hirschi T., Selvin H. C. Images of the professor and interest in the academic profession // *Sociology of Education*. 1966. Vol. 39, № 4. P. 301–323. <https://doi.org/10.2307/2111916>
- 3 См.: Aldrup K., Klussman U., Ludtke O., Gollne R., Trautwein U. Student misbehavior and teacher well-being : Testing the mediating role of the teacher-student relationship // *Learning and Instruction*. 2018. Vol. 58. P. 126–136. <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2018.05.006>
- 4 См.: Бойко Л. И. Трансформация функций высшего образования и социальные позиции студенчества // Социс. Социологические исследования. 2002. № 3. С. 78–82.
- 5 См.: Козлова О. Н., Буланова М. Б. Социальный статус и имидж гуманитарной интеллигенции : иллюзии и реальность // Социс. Социологические исследования. 2001. № 11. С. 58–68.
- 6 См.: Володарская Е. А. Социально-психологическое содержание представлений о современном российском ученом // Психологический журнал. 2002. Т. 23, № 4. С. 60–65.
- 7 См.: Кокарев А. С., Николюкина Н. Б. Социальный портрет преподавателя высшей школы (на основе анализа вузов Тамбовской области) // Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. Т. 3, № 1. С. 154–161
- 8 См.: Лукашенко М. А., Ожгихина А. А. Имидж преподавателя вуза : мнения и приоритеты студентов // Высшее образование в России. 2019. Т. 28, № 1. С. 46–56. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-1-46-56>
- 9 См.: Заславская Т. И. Социетальная трансформация российского общества : Деятельностно-структурная концепция. М. : Дело, 2002.
- 10 См.: Попова О. И. Имидж преподавателя вуза : проблема трансформации в современной России : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2007.
- 11 См.: Сысоева Е. Ю. Рефлексивный анализ имидж-образующих характеристик преподавателей вуза // Азимут научных исследований : педагогика и психология. 2017. Т. 6, № 4 (21). С. 209–213.
- 12 См.: Ярошевич О. В. От имиджа преподавателя к имиджу кафедры. URL: <http://dgng.pstu.ru/conf2015/papers/51/> (дата обращения: 10.04.2021).
- 13 См.: Статистика молодежи // Vawilon : [сайт]. URL: <https://vawilon.ru/statistika-molodezhi/> (дата обращения: 30.03.2021).
- 14 См.: Тузиков А. Р., Зинурова Р. И. Социология студенчества : теоретический статус и исследовательские практики // Высшее образование в России. 2019. Т. 28, № 6. С. 40–51. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-6-40-51>
- 15 См.: Озимко К. Социология поколения Z // СОНАР 2050. URL: <https://www.sonar2050.org/publications/sociologiya-pokoleniya-z/> (дата обращения: 10.04.2021).
- 16 См.: Козлов Н. И. Невербальное общение // Психологос : энциклопедия практической психологии : [сайт]. URL: <https://www.psychologos.ru/articles/view/neverbalnoe-obschenie> (дата обращения: 02.04.2021).

Поступила в редакцию 12.04.2021, после рецензирования 27.08.2021, принята к публикации 01.09.2021
Received 12.04.2021, revised 27.08.2021, accepted 01.09.2021