



Ирина Владимировна Тарасова, кандидат психологических наук,
доцент кафедры социальной педагогики и психологии,
Астраханский государственный университет, г. Астрахань

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА ВУЗА

В статье рассматриваются результаты исследования, нацеленного на повышение имиджа вуза через демонстрацию разных способов презентации преподавателя, их форм публичной активности, которые зависят от уровня профессионального самовыражения преподавателей. Автором рассмотрены внешне имиджевый, социально-профессиональный, творчески преобразующий уровни профессионального самовыражения преподавателей и персонально ориентированный, организационно-ориентированный и неориентированный способы презентации преподавателя, их формы публичной активности. Применены методы исследования: сравнительный анализ психолого-педагогических источников, интернет-источников, сайтов вузов и показателей имиджа вузов, включённое наблюдение за профессиональным самовыражением преподавателей, контент-анализ учебно-методических и научных работ преподавателей вузов, анкетирование и опрос преподавателей вузов, анализ заданий-ситуаций для оценки уровня профессионального самовыражения преподавателей вузов. Опросники были направлены на выявление уровней профессионального самовыражения преподавателей вуза. Результаты опросов были подсчитаны с помощью коэффициента корреляции рангов Спирмена r_s .

Теоретически обоснованы и эмпирически подтверждены разные способы презентации преподавателя, их формы публичной активности — персонально ориентированные, организационно-ориентированные, неориентированные, и внешне имиджевый, социально-профессиональный, творчески преобразующий уровни профессионального самовыражения преподавателя вуза.

Выявленные связи между уровнем профессионального самовыражения преподавателей и их способами презентации, формами публичной активности позволяют изучить и скорректировать профессиональное самовыражение преподавателя вуза, а также построить систему повышения имиджа вуза.

Рассмотренные результаты исследования важны как для повышения эффективности деятельности преподавателей, так и для повышения имиджа вуза в целом.

Ключевые слова: вуз, имидж вуза, аномия, преподаватель, внешне имиджевый, социально-профессиональный, творчески преобразующий уровни профессионального самовыражения, персонально ориентированный, организационно-ориентированный и неориентированный способы презентации, публичная активность.

Введение

В современном российском обществе складывается тенденция к большему проявлению рыночной психологии и в результате к соответствующим маркетинговым подходам ко всему, даже к образованию и обучению подрастающего поколения. Директор школы и колледжа, образовательного комплекса, ректор вуза — это менеджер в образовании, который ставит своей целью организацию создания, продвижения и предоставления образовательных и дополнительных услуг родителям, школьникам, студентам и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации [8]. Таким образом, образовательное учреждение в широком смысле «работает» под задачи маркетинга, которые состоят в определении и удовлетворении человеческих и общественных потребностей. Но главным лицом в этом процессе — ведущим заказчиком — становится клиент (родители, школьники, студенты), которые «всегда правы», с одной стороны; а с другой — заказывают услуги, не являясь профессионалами в сфере образования, не разбираясь в педагогике, психологии, технологии преподавания [6–7].

Этот опасный уклон и отрицательная ориентация приводят к негативным последствиям как для личности учащегося и

его родителей или представителей, самих педагогов, так и для всего общества в целом [9]. Если личность школьника, студента формируется в условиях «Я плачу или платят мои родители, значит, всё должно быть так, как я сказал» ведёт к однобокости и ущербности, порой доходя до полной аномии (от французского слова *anomie* — отсутствие норм, организации, в свою очередь, происходит от греческого слова *anomia* — отрицание закона). Она выражает отношение индивидов к нормам и моральным ценностям социально-политической системы, в которой они существуют. Термин «аномия» был введён Э. Дюркгеймом [3], рассматривающим аномию как постоянное и нормальное состояние индустриального общества. Он связывал указанное понятие с пограничной жизненной ситуацией: уже не нормы, но ещё и не патологии. Аномия — это ситуация, при которой определённое лицо проявляет недостаточное уважение к основным социальным нормам данной социальной системы или стремится усмотреть в этих нормах определённую утрату их обязательности для себя.

В ситуации перевода образования в разряд услуг государство и общество ослабляют свой контроль за всей системой образования, а также за поведением индивидов. Как писал Э. Дюркгейм, это происходит в эпохи промышленных, эко-



номических и социально-политических кризисов — занятая собой и собственными проблемами государственная машина на время самоустраняется от решения насущных социокультурных, духовно-нравственных задач. В условиях аномии существенно расширяются возможности для свободных волеизъявлений, в том числе для тех из них, что выходят за пределы цивилизованной нормативности. Распространяются эгоистические умонастроения, пропадает должное уважение к моральным, нравственным и правовым нормам, возрастает число самоубийств и преступлений. В XX веке Р.К. Мертон при исследовании дисфункциональных состояний общественных систем, возникающих в результате обострения социальных противоречий, указал на значительный рост числа индивидов, которые для решения своих жизненных задач и достижения имеющихся целей склонны использовать средства, ведущие к успеху кратчайшим путём и не требующие больших физических, интеллектуальных и других затрат со стороны личности. Используется аномия в нескольких смыслах, что означает:

- такое состояние общества, при котором его членами утрачена значимость социальных норм, от чего высока вероятность отклоняющегося и саморазрушительного поведения, вплоть до самоубийства;
- отсутствие эталонов, стандартов сравнения себя с другими людьми, позволяющих оценить своё положение и выбрать образцы поведения, что ставит индивида в неопределён-

ное положение, лишая идентификации с социальной группой;

- несоответствие, разрыв между универсальными целями и ожиданиями, одобряемыми в данной социально-политической системе, и социально приемлемыми, санкционированными средствами их достижения, что стимулирует незаконные пути достижения этих целей [3].

В качестве предотвращения развития такой неприглядной ситуации в образовании представляется следующий вариант маркетингового подхода в образовании, который будет рассмотрен на примере высшего образования [5, 10].

Цель исследования — рассмотрение в качестве источника формирования имиджа вуза профессиональное самовыражение преподавателя вуза.

Гипотеза исследования заключается в предположении, что различные уровни профессионального самовыражения преподавателей вуза могут быть реализованы с помощью разных способов презентации преподавателя, их форм публичной активности, что может влиять на динамику имиджа вуза.

Задачи исследования — рассмотреть различные уровни профессионального самовыражения и разные способы презентации преподавателя, их формы публичной активности, выявить взаимозависимость способа презентации преподавателя и уровня профессионального самовыражения преподавателя.

Методы исследования — сравнительный анализ психолого-педагогических источников, интернет-источников,

сайтов вузов и показателей имиджа вузов, включённое наблюдение за профессиональным самовыражением преподавателей, контент-анализ учебно-методических и научных работ преподавателей вузов, анкетирование и опрос преподавателей вузов.

Методика исследования

Программа исследования была посвящена изучению имиджа вузов, публичной активности преподавателей, их профессионального самовыражения и включала несколько этапов. Первый этап — изучение профессионального самовыражения преподавателей вузов. В исследовании приняли участие 68 преподавателей, имеющих опыт работы более 15 лет, и 67 преподавателей, имеющих опыт работы до 5 лет. Данные выборки не уравнивались по возрасту, полу, направленности (профилю) образования, наличию учёной степени и учёного звания. Все участники исследования работали в российских вузах: Астраханском государственном университете, Академии при Президенте Российской Федерации, Российском государственном университете правосудия, Православном Свято-Тихоновском гуманитарном университете, университете «Синергия» и др.

Второй этап — изучение персонально ориентированного, организационно-ориентированного и неориентированного способов презентации преподавателя, их форм публичной активности и активности преподавателей в различных средах массовой информации.

Третий этап — сопоставление и анализ результатов первого и второго этапа.

В качестве инструментария были использованы: самооценочный опросник профессионального самовыражения преподавателя вуза, беседы, анализ заданий-ситуаций для оценки уровня профессионального самовыражения преподавателей вузов. Опросники были направлены на выявление уровней профессионального самовыражения преподавателей вуза. Результаты опросов были подсчитаны с помощью коэффициента корреляции рангов Спирмена r_s [11].

Организация исследования заключалась в проведении исследования сайтов вузов и преподавателей вузов, опросов, бесед и занятий при реализации программы повышения квалификации преподавателей высшей школы в 2014–2017 гг., обучении аспирантов в рамках курсов программы «Преподаватель-исследователь» в 2016–2017 гг., при обучении по программе дополнительного образования «Преподаватель высшей школы» в 2014–2017 гг.

Профессиональное самовыражение преподавателя вуза определено как поиск и утверждение личностной позиции, целей самопознания и самоутверждения, продумывание ведущих способов организации личностной сферы жизнедеятельности, что позволяет сформировать систему представлений личности о самой себе и презентовать образ своего «Я», раскрыть себя в деятельности и общении с другими людьми (И.В. Тарасова [13]).

Профессиональное самовыражение выступает как интегрирующий и систе-



мообразующий компонент самосознания, влияет на приобретение знаний и умений, на личностное развитие человека, определяет успешность деятельности и субъективную удовлетворённость ею. С другой стороны, профессиональное самовыражение личности зависит от того, как сформирован образ «Я», насколько адекватна самооценка, как соотносены континуумы способов и результатов самореализации с собственными ожиданиями, уверенностью в себе и своей компетенции. Оно связано с ценностными и смысложизненными ориентациями личности, выраженностью мотивации достижения [12].

С позиции преподавателя — профессиональное самовыражение связано в первую очередь со своим самоопределением, стремлением найти свой путь, своё место в жизни, найти себя среди других, что является основной потребностью человека и сутью человеческого способа существования в мире [15]. Эта позиция привлекательна для студентов и общества в целом и может выступить «рекламным ходом» для вуза, так как увлечённый преподаватель влияет как на приобретение знаний и умений студентов, так и на их личностное развитие, определяя в будущем успешность деятельности и субъективную удовлетворённость ею.

Более того, на современном уровне развития общества, с развитием Интернета и компьютерных технологий выбор вуза определяется будущими студентами и их родителями многоаспектно, зависит от рейтинга вуза, уровня и качества преподавания, личности каждого препода-

вателя, его профессионально-педагогического опыта и знаний [1–2, 4].

Поэтому на современном этапе развития вузовского образования важно использовать все возможные способы презентации преподавателей как скрытые формы рекламы вуза, которые невозможны без определённого уровня их профессионального самовыражения [14].

Любые способы презентации раскрывают преподавателя для общества, преподаватель активно через них работает с членами общества.

Способы презентации преподавателей могут быть *персонально ориентированными, организационно ориентированными и неориентированными*.

Организационно-ориентированные способы презентации открывают преподавателя обществу как члена конкретной организации — вуза, и тем самым образ преподавателя взаимно связывается с имиджем конкретного вуза.

Персонально ориентированные способы презентации предполагают «работу» преподавателя только на себя, не связывая себя с вузом или другой организацией.

К этим двум группам способов презентации преподавателей относятся следующие формы:

- онлайн-лекции и онлайн-обучение для обучающихся на сайтах вуза;
- онлайн-лекции и онлайн-консультирование для населения на сайтах вуза;
- вебинары и вебсеминары по актуальным вопросам и интересным проблемам для всего населения;

- выступления на телевидении, радио и других ресурсах (интернет-каналы).

Данные формы презентации свойственны в основном более молодым преподавателям и некоторым опытным, которые уверены в себе и являются активными участниками прямых эфиров телепередач.

По нашему исследованию, 67% преподавателей, имеющих более 15 лет опыта работы в вузе, отказываются от публичных форм презентации по разным причинам: несоответствующий, по их мнению, внешний вид, личностные особенности (например, излишняя требовательность к своему уровню коммуникативной компетентности, заниженная самооценка). То есть им характерны *неориентированные* способы презентации преподавателя, которые могут быть как безличными из-за нежелания преподавателя быть популярной персоной, или из-за невладения современными способами презентации. Так же преподаватель может быть не ориентирован вообще на любую презентацию из-за признания неважности данного вида деятельности либо других приоритетов в своей жизнедеятельности — увлечение творчеством, зарабатыванием материальных средств и др.

Если преподаватели не хотят быть публичной личностью, но при этом у них есть желание участвовать в каких-либо презентациях, им можно порекомендовать выступления в форме письменных публикаций в средствах массовой информации — журналах, на сайтах и в блогах, выпускать монографии и книги, участвовать в очных и заочных конференциях.

Результаты и обсуждение

Главным итогом исследования является выявление трёх уровней профессионального самовыражения преподавателей вуза — *внешне имиджевый, социально-профессиональный, творчески преобразующий* и соответствие им различных способов презентаций или форм публичной активности — *персонально ориентированный, организационно ориентированный и неориентированный*.

Оказалось, что существуют сильные корреляционные связи между следующими уровнями профессионального самовыражения преподавателя вуза и способом презентации вуза соответственно: *внешне имиджевым уровнем и персонально ориентированным способом презентации* (коэффициент корреляции рангов Спирмена $r_s = 0,856$); *социально-профессиональным уровнем и организационно-ориентированным способом презентации* ($r_s = 0,872$), *творчески преобразующим уровнем и неориентированным способом презентации* ($r_s = 0,863$) (табл. 1). Данные коэффициенты по шкале Чеддока [11] характеризуются как высокие сильные (тесные) связи.

Умеренные связи установлены между следующими уровнями *профессионального самовыражения и способом презентации* соответственно, *социально-профессиональным уровнем и персонально ориентированным способом* ($r_s = 0,369$), *внешне имиджевым уровнем и организационно-ориентированным способом* ($r_s = 0,382$), *творчески преобразующим уровнем и персонально ориентированным способом* ($r_s = 0,373$).



Таблица 1

Значение коэффициентов корреляции уровней профессионального самовыражения и способов презентации преподавателя вуза ($p < 0,05$)

Уровни профессионального самовыражения преподавателя	Способы презентации преподавателей		
	Персонально ориентированный	Организационно-ориентированный	Неориентированный
Внешне имиджевый	0,856	0,382	-0,714
Социально-профессиональный	0,369	0,872	-0,729
Творчески преобразующий	0,373	-0,721	0,863

Отрицательные связи и отсутствие каких-либо закономерностей определены между следующими уровнями профессионального самовыражения и способом презентации, соответственно: *внешне имиджевым* уровнем и *неориентированным* способом ($r_s = -0,714$) *социально-профессиональным* уровнем и *неориентированным* способом ($r_s = -0,729$), *творчески преобразующим* уровнем и *организационно-ориентированным* способом ($r_s = -0,721$).

Таким образом, в современной информационной среде возможны различные формы публичной активности для преподавателя с разным уровнем профессионального самовыражения.

Выводы

Главный итог исследования — это рассмотрение различных уровней профессионального самовыражения преподавателей и разных способов презентации преподавателя, их форм публичной активности, выявление взаимосвязи

способа презентации преподавателя и уровня профессионального самовыражения преподавателя.

Важнейшим выводом исследования выступает следующее. Выявленные результаты связи уровней профессионального самовыражения преподавателей вуза с их способами презентации преподавателя, их формами публичной активности позволяют изменить имидж вуза не за счёт введения клиенториентированного подхода в образование, а путём грамотного формирования способа презентации преподавателя, его форм публичной активности в зависимости от уровня профессионального самовыражения преподавателей.

Заключение

Резюмируя итоги исследования взаимосвязи уровней профессионального самовыражения преподавателей и способа презентации преподавателя, его форм публичной активности, можно прийти к выводу о важности для имид-

жа вуза изучения вопроса выявления как уровней профессионального самовыражения преподавателей, так и их способов презентации и форм публичной активности.

Это важно, во-первых, для повышения имиджа вуза и его конкурентоспособности. Во-вторых, это значимо для самих преподавателей в качестве формирования и коррекции способов презентации преподавателей, их форм публичной активности. В-третьих, решение поставленной цели — рассмотрение в качестве источника формирования имиджа вуза профессионального самовыражения преподавателя вуза позволит скорректировать уровень профессионального самовыражения преподавателей вуза, тем самым скорректировать профессиональные деформации и повысить эффективность их профессиональной деятельности, а также личностно-профессиональ-

ное развитие. Это позволит также улучшить подготовку студентов, магистрантов и аспирантов, тем самым быть более конкурентоспособным в современном обществе.

Практические рекомендации могут быть предложены каждой группе преподавателей, выделенных по уровню профессионального самовыражения и способам презентации. Практические рекомендации могут быть построены и по формированию новых способов презентации преподавателей, их форм публичной активности.

В качестве перспектив исследования представляется важным изучить зависимость повышения имиджа вуза и от других показателей личностно-профессионального развития преподавателей, а также предложить и разработать другие способы презентации преподавателя, их формы публичной активности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антопольский А.А., Поляк Ю.В. Об исследовании публикационной активности учёных (На примере членов Российской академии образования) // Информационные ресурсы России. — 2011. — № 1. — С. 11–16.
2. Антопольский А.А., Поляк Ю.В., Усанов В.А. О российском индексе веб-сайтов научно-образовательных учреждений // Информационные ресурсы России. — 2012. — № 4. — С. 2–7.
3. Афанасьев В.С. Эволюция концепции аномии в социологии девиантного поведения // Рубеж (альманах социальных исследований). — 1992. — № 2. — С. 69–81.
4. Гагарин А.В. Деятельность личности в информационно-образовательной среде: теоретико-методологические аспекты // Акмеология. — № 3(43). — 2012. — С. 31–37.
5. Гагарин А.В. Образовательная рефлексия в профессиональной подготовке бакалавров психологии // Акмеология. — № 3. — 2013. — С. 54–59.
6. Москаленко О.В. Потенциал некоторых психодидактических приёмов в преподавании учебных дисциплин в высшей школе // Акмеология. — 2015. — № 2. — С. 248–256.
7. Москаленко О.В. Возможности психодидактических приёмов и методов в организации учебного процесса высшей школы // Образовательные технологии. — 2015. — № 4. — С. 72–89.



8. *Москаленко О.В.* К проблеме субъекта карьеры (кто эффективнее построит свою карьеру: Чацкий или Молчалин?) // Мир психологии. — 2012. — № 3. — С. 260–266.
9. *Москаленко О.В., Назаров Т.А.* Пути коррекции «студенческого инфантилизма» // Акмеология. — 2015. — № 3. — С. 128–129.
10. *Москаленко О.В.* Психодидактика высшей школы: проблемы и поиск путей их решения. — М.: Нестор-История. — 2016. — 173 с.
11. *Наследов А.Д.* Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных. — СПб.: Речь, 2004. — 392 с.
12. *Тарасова И.В.* Критерии и показатели профессионального самовыражения преподавателя вуза // Акмеология. — 2017. — С. 78–82.
13. *Тарасова И.В.* Содержание концепта «Профессиональное самовыражение преподавателя вуза» // Акмеология. — 2016. — № 4 (60). — С. 72–78.
14. *Тарасова И.В.* Психологическая культура профессионального самовыражения преподавателей высшей школы // Акмеология. — 2016. — № 1 (57). — С. 98.
15. *Тарасова И.В.* Профессиональное самовыражение преподавателей и студентов как актуальная проблема высшей школы / Мировое культурно-языковое и политическое пространство: инновации в коммуникации: сб. науч. тр. / под общ. ред. Л.К. Раицкой, С.Н. Курбаковой, Н.М. Мекеко. — М.: МГИМО, 2015. — С. 296–306.