

А.А. Маймакова¹
Г.М. Бураканова¹
С.В. Алиева²

¹Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
²Северо-Кавказский институт Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Пятигорск, Россия
(E-mail: asse_may@mail.ru, galiyab@mail.ru, svet_al55@mail.ru)

Виртуальный имидж преподавателя высшей школы как фактор формирования моральных установок у студенческой молодежи

Аннотация. В данной статье представлены результаты социологического исследования, проведенного среди студентов казахстанского высшего учебного заведения, на основании которого были определены имиджеобразующие критерии виртуального имиджа преподавателя и показано их влияние на моральные установки студенческой молодежи. Установлено, что одним из наиболее значимых направлений повышения престижа и авторитета профессии является позитивный имидж преподавателя высшей школы. Особенную актуальность данный вопрос приобрел в связи с ситуацией, возникшей на фоне пандемии коронавирусной инфекции COVID-19, и вынужденным переходом на дистанционное обучение. Анализ феномена имиджа казахстанских и зарубежных исследований позволил дать определение сущностного содержания понятия «имидж», определить критерии структурных компонентов, составляющих имидж, идентифицировать функции имиджа преподавателя в образовательной среде. Изученные технологии формирования позитивного имиджа преподавателя позволили авторам разработать собственную технологию создания виртуального позитивного имиджа преподавателя высшей школы.
Ключевые слова: преподаватель, имидж, студенческая молодежь, моральные установки, технология формирования позитивного имиджа.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-6895-2022-138-1-684-693>

Введение

Вопрос о формировании позитивного имиджа преподавателя высшей школы в эпоху развития информационного общества стоит особенно остро. Стремительное развитие сети Интернет, социальных медиа, блогов, мобильных приложений и пр. приводит к тому, что современный преподаватель перестает быть исключительным носителем информации и ее единственным источником. Пандемия COVID-19 и вызванный ею каран-

тин потребовали принятия мер для снижения рисков распространения коронавирусной инфекции во всех сферах жизнедеятельности людей. В сфере образования такой мерой явился экстренный перевод процесса обучения в онлайн-формат с применением информационно-коммуникативных технологий [1]. Преподаватели должны были активно изучать и осваивать интернет-ресурсы Microsoft Teams, Zoom и др. Новейшие интерактивные технологии будущего вошли в повседневную реальность и стали ее частью.

Цифровизация и трансформация образовательной среды в сфере услуг потребовали присутствия у преподавателя высшей школы системного мышления, ориентированности на студента как основного потребителя образовательных услуг, мультиязычности и мультикультурности, креативности, умения управлять проектами и работать в условиях неопределенности. Помимо прочего, преподаватель должен обладать «гибкими» и «жесткими» навыками (soft-skills, hard-skills), свидетельствующими о его эффективности.

Эти аспекты, несомненно, стали новым вызовом для преподавателей высшей школы и потребовали от них готовности продемонстрировать новые компетенции и навыки в своей деятельности. Процесс формирования целостного профессионального имиджа преподавателя приобрел первостепенное значение, поскольку он является необходимым атрибутом профессиональных и социальных отношений, влияя на восприятие преподавателя обществом.

Постановка проблемы

Информационное общество предъявляет новые коммуникативные и нравственные требования к имиджу преподавателя высшей школы: с одной стороны, добиться признания и понимания студенческой аудитории, а с другой – сохранить и передать тот высокий стандарт нравственной культуры, который отличает преподавателя от представителей других профессий.

Актуальность рассматриваемого вопроса заключается, помимо прочего, в том, что изучению понятия педагогического имиджа, различных проявлений имиджевых характеристик личности педагогов и учителей средней школы посвящено множество исследований, тогда как специфике имиджа преподавателя высшей школы, изучению характеристик, определяющих его имидж как позитивный, негативный или нейтральный, посвящено не так много работ. Виртуальный имидж преподавателей высшей школы рассматривается опосредованно, через ведение персональных

страниц в социальных сетях или применение информационно-коммуникативных технологий в своей деятельности.

Таким образом, современный имидж преподавателя высшей школы является собой его вклад в формирование качественно новой образовательной и цифровой среды. Определить набор и важность имиджеобразующих характеристик, которыми должен обладать современный преподаватель, нам помогло исследование, проведенное среди студентов высшей школы. Изучив широкий круг теоретических источников, посвященных феномену имиджа, основываясь на результатах собственного исследования, мы разработали технологию формирования виртуального позитивного имиджа преподавателя высшей школы.

Под профессиональным имиджем нами понимается образ индивидуума, определяемый его профессиональными характеристиками. Такими качествами исследователи Л.К. Аверченко, Г.М. Залесов, Р.И. Мокшанцев, В.М. Николаенко [2] считают профессиональную компетентность, нравственную надежность, гуманитарную образованность (знания в сфере мировой культуры, общечеловеческих ценностей и т.д.), коммуникативную привлекательность, а также использование психологических техник.

В широком смысле феномен имиджа, его проявление изучали В. Шепель, Г. Почепцов, А. Маркова, Л. Донская и пр. Как отдельную сферу педагогическую имиджеологию исследовали А. Калюжный, В. Кан-Калик, Е. Пасов, В. Черепанова, Е. Ямбург и др. В этих исследованиях авторы делают упор скорее на внешних проявлениях личности педагога, чем на его индивидуальном стиле преподавания.

Понятие «имидж» означает впечатление, которое человек производит в обществе; это совокупность внешних и внутренних качеств личности. Казахстанский исследователь А. Калюжный определяет имидж как комплексное представление о человеке, которое складывается в результате полученных впечатлений от внешнего вида, поведения, менталитета и прочих факторов [3]. В то же время российский имиджеолог В.Черепанова считает, что «ин-

индивидуальный имидж – это целенаправленно сформированный интегральный, целостный, динамичный феномен, обусловленный соответствием и взаимопроникновением внутренних и внешних индивидуальных, личностных и индивидуальных качеств субъекта, призванный обеспечить гармоничное взаимодействие субъекта с природой, социумом и самим собой» [4].

Зарубежные исследователи N. Bennet, J. Heimlich, E. Norland, C. Campbell, H. Kryszevska, A. Grasha, D. Brown рассматривают имидж как стиль преподавания [5-9]. По мнению этих исследователей, каждый преподаватель обладает определенным набором качеств, делающих его имидж неповторимым. P. Eggen, D. Kuachak, P. Lightbown, N. Spada, H. Guangwei называют имидж преподавателя важным фактором, определяющим результаты обучения [10-12]. Н. Puchta, M. Rinvoluceri считают, что анализируя собственный имидж, преподаватель сможет откорректировать такие свои качества, которые затрудняют взаимодействие со студентами [13].

Изучая компоненты, образующие имидж преподавателя, исследователи выделяют их в отдельные категории. К примеру, А. Калужный, рассматривая структуру имиджа преподавателя высшей школы, описывает четыре группы характеристик: внешний облик, вербальные и невербальные средства общения, внутреннее соответствие образу профессии или внутреннее «Я» [3]. В. Шепель выделяет три категории личных качеств. Первую группу образуют качества, которые позволяют нравиться людям: коммуникабельность, эмпатичность, красноречивость, рефлексивность. Ко второй группе относятся те качества, которые свидетельствуют о высоком уровне образования и воспитания личности: нравственные ценности, психическое здоровье, владение технологиями межличностного общения и упреждения конфликтов. Третью категорию составляют характеристики, свидетельствующие о личном и профессиональном опыте [14].

В. Бойко, отмечая сложность структуры имиджа, предлагает рассматривать имидж

как целостность, в которую входят следующие компоненты:

1) аудио-визуальная культура личности – насколько грамотна и приятна речь, какова манера держаться, во что и как одет человек, какая у него прическа и пр.;

2) стиль поведения – иными словами, разные аспекты поведения личности: профессиональный, интеллектуальный, эмоциональный, нравственный, коммуникативный, этический, эстетический;

3) внутренняя философия, система ценностей человека – что он думает о жизни, о выполняемом деле, о людях, с которыми имеет дело, каковы его нравственные принципы;

4) атрибуты, подчеркивающие статус и притязания личности – мебель в офисе, машина, домашние животные и пр.;

5) психогигиенический «Я-образ» – притягательный психогигиенический образ партнера, то есть человек внешне и внутренне спокоен, активен, в хорошем настроении, доброжелателен, оптимистичен, миролюбив [15].

По мнению имиджеологов, широта применения имиджа обуславливает его нацеленность на выполнение разных функций. К примеру, И. Симонова, изучая вопросы формирования имиджа субъектов высшей школы, утверждает, что в самом общем смысле имидж выполняет аксиологическую функцию, предполагающую ценностный обмен между участниками коммуникации. Конкретные социальные и нормативные представления, а также внешний вид и поведение в процессе коммуникации контролирует регулятивная функция. Функция самопрезентации ответственна за создание имиджа, тогда как выделить именно те качества человека, которые произведут впечатление на окружающих людей и сохранятся в их сознании, поможет функция организации внимания. Фиксацию созданного образа в общественном сознании посредством отбора наиболее выделяющихся качеств субъекта осуществляет функция привлечения и организации внимания. Также имидж выполняет адаптивную функцию, обеспечивающую сопоставление

личных ожиданий субъекта общения с корпоративными требованиями. За создание психологического комфорта во время взаимодействия с окружающими людьми и рост чувства собственной значимости отвечает психологическая функция. Функция социально-символического опознавания обеспечивает готовность индивидуума к взаимодействию в обществе, определению коммуникативных партнеров и самоопределению. Коммуникативная функция имиджа нацелена на обмен информацией между субъектами общения, а личностно-возвышающая функция придает субъекту ощущение успешности, значимости, востребованности, стимулирует у окружающих стремление подражать ему [16].

Казахстанские исследователи А. Мынбаева и А. Жаманкулова выделяют иные функции педагогического имиджа:

- социально-информационная функция – информирование общества, общественности о личности педагога или организации образования;
- воспитательная функция – воспитание молодого поколения на личном примере педагога;
- профессиональная функция – позитивный педагогический имидж способствует развитию профессии и совершенствованию профессиональной подготовки кадров, созданию позитивного образа профессии в обществе;
- мотивационная функция – мотивирует педагога к саморазвитию и самореализации, что обеспечивает ему материальный достаток и достойные условия труда;
- развивающая функция – непосредственно способствует развитию и самореализации личности; развитию самооценки личности, рефлексии; формированию его новых компетентностей, повышению педагогического мастерства педагога, получению новых достижений и наград [17].

Таким образом, проведенный нами анализ работ казахстанских и зарубежных имиджологов, направленный на определение сущностного содержания понятия «имидж», идентификацию критериев соответствия той или иной категории компонентов имиджа,

определение функций имиджа в образовательной среде позволяет нам сформулировать характеристики, образующие имидж преподавателя высшей школы.

Под внешними компонентами имиджа преподавателя подразумеваются такие внешние проявления, как поддержание определенного (делового) стиля в одежде, вербальные и невербальные характеристики взаимодействия, оформление пространства вокруг себя. Иными словами, это та картина, которая возникает в сознании, когда мы видим и воспринимаем преподавателя, а также тот образ, который запечатлен в нашей памяти после взаимодействия с преподавателем. Внешними проявлениями являются мимика, походка, манера поведения, жесты, одежда, прическа преподавателя и пр.

Внутренними компонентами имиджа преподавателя являются личностные качества, ценности, мировоззрение, межкультурная и межличностная восприимчивость и эмпатия, установки на диалог и понимание, мультиязычность, мультикультурность, «гибкие» и «жесткие» навыки (soft-skills, hard-skills). К категории внутренних компонентов также относятся эрудиция преподавателя, его интересы, хобби и творческий потенциал.

Волевые качества, темперамент, эмоции преподавателя являют собой процессуальный аспект имиджа, тогда как его ценностный аспект составляют жизненная позиция человека, его ценностные установки и приоритеты. Профессиональный аспект имиджа включает в себя наработанный теоретический и практический опыт преподавателя, его авторские методики, публикации, отзывы студентов и коллег о его профессиональной компетентности, а также свидетельства его профессиональных достижений (награды, премии).

Крайне важна целостность имиджа преподавателя, при которой его внешние проявления соответствуют внутренним установкам преподавателя, его характеру и взглядам. Имидж преподавателя высшей школы может восприниматься обществом как позитивный, негативный и нейтральный [18].

Термин «позитивный» означает, что тот облик, который принимает преподаватель,

обладает в общественном мнении социально-приемлемыми качествами. Позитивный имидж важен для преподавателя, поскольку он проецируется на формирование моральных установок у студентов, то есть их предрасположенность к определенному типу восприятия других людей.

Негативный (отрицательный) имидж отражает, соответственно, социально-негативные характеристики образа преподавателя. Он означает неадекватное, неверное, ложное отражение внешнего и внутреннего образа преподавателя в общественном сознании. По мнению М. Варданын, негативный имидж преподавателя действует угнетающе на студентов, провоцируя у них быструю утомляемость, нервные срывы и вспышки агрессии [19].

Нейтральный имидж – это невыразительность внешних и внутренних качеств личности преподавателя, их отсутствие в общественном мнении. В реальности нейтрального имиджа не бывает, поскольку имидж отражает качественные характеристики личности и оценивается через противоположные категории: «позитивный – негативный», «положительный – отрицательный», «плохой – хороший». Но как понятие, на наш взгляд, термин «нейтральный имидж», как еще не сформированный, не законченный, не «ставший» имеет право на существование. Он может быть нейтральным, неявным, но в любом случае он воздействует на эмоционально-чувственный пласт личностного восприятия. Имея элементы искусства в своем составе, имидж воспринимается на чувственном уровне отражения и обязательно должен «нравиться – не нравиться», иначе говоря, в восприятии имиджа «товарищей нет», хотя объективно критерием оценки являются конкретно-исторические нормы нравственного и эстетического восприятия [20].

Понятно, что в зависимости от исторической эпохи, господствующих нравственных и эстетических представлений одни и те же качества личности педагога будут восприниматься в различной системе оценок.

Результаты и обсуждение

Нами было проведено социологическое исследование, цель которого заключалась в определении студенческой молодежью имиджеформирующих качеств преподавателя высшей школы в современных социокультурных условиях и их влияния на моральные установки молодых людей. Респондентами явились студенты «Торайгыров университета» (прим. – государственный вуз, расположенный в г. Павлодар, Республика Казахстан). Всего в исследовании приняли участие 100 студентов всех курсов.

Для достижения поставленной цели перед студентами была поставлена задача: подготовить краткое эссе на тему «Идеальный образ преподавателя на дистанционном обучении». Далее, при помощи контент-анализа содержания текстов эссе, мы выделили и ранжировали основные имиджеобразующие характеристики виртуального имиджа преподавателя следующим образом:

1) по мнению 15,4% студентов, в имидже преподавателя важно стремление постоянно повышать уровень своего развития образования. Преподаватель, чьи знания находятся только лишь в рамках преподаваемого предмета, становится неинтересен для студентов и вызывает в них опасения, что качество их профессиональной подготовки находится под угрозой;

2) 17,5% студентов уважают в преподавателе адекватную требовательность, поскольку это качество педагога помогает им основательно готовиться к занятиям и, следовательно, усваивать учебный материал, что позитивно сказывается на создании у них профессиональных компетенций;

3) здоровое чувство юмора у преподавателя оценивают 23,2 % респондентов, поскольку оно помогает снять напряжение учебного процесса, а значит, способствует формированию благоприятной рабочей атмосферы в процессе обучения;

4) 31,1% студентов считают, что преподаватель должен быть справедлив, объективен и беспристрастен в оценке знаний вне зависи-

мости от того, какие отношения у него складываются со студентами в момент обучения;

5) 32,3% респондентов считают коммуникативность важным элементом идеального облика преподавателя, отмечая, что она мотивирует к учебе и способствуют лучшему усвоению изучаемого материала;

6) несмотря на преимущественно дистанционный формат обучения в последнем году, 45,8% студентов считают значимым внешний вид преподавателя, оценивая его аккуратность, опрятность в одежде, сдержанность в макияже, умение выглядеть соответственно случаю;

7) для 56,3% студентов важна профессиональная компетентность преподавателя, к которой они относят уверенное знание материала, ясность, доступность его изложения, приведение наглядных примеров из опыта собственной профессиональной деятельности;

8) важным качеством личности преподавателя большинство студентов (63,6%) считают доброжелательность, отсутствие проявлений агрессии и раздражительности по отношению к студентам и коллегам;

9) переход от традиционного обучения к онлайн-формату привел к тому, что самым главным качеством преподавателя высшей школы 71,4% студентов считают умение использовать информационно-коммуникативные технологии в процессе обучения, интерактивные лекции, видеопрезентации и пр.

Таким образом, анализ мнений студентов продемонстрировал тот факт, что имидж преподавателя служит фактором, определяющим их отношение к учебному предмету и влияющим на формирование у них профессиональных компетенций. Результаты исследования показали, что, несмотря на дистанционное обучение, уровень требований молодых людей к личностно-профессиональным характеристикам преподавателя остается довольно высоким. Учет результатов подобных исследований в образовательном процессе высшей школы позволит, на наш взгляд, повысить престиж и авторитет преподавателя среди студенческой молодежи, создать благо-

приятные условия для межличностного взаимодействия и, как следствие, повысить качество подготовки будущих специалистов.

На сегодняшний день существует ряд разнообразных технологий формирования имиджа, которые могут использовать как начинающие, так и опытные преподаватели высшей школы. В зависимости от окружающих обстоятельств, субъектов образовательного процесса, времени и прочих условий эти технологии меняются.

По мнению В. Шепель, создание имиджа – это последовательное выполнение шести мини-технологий. К ним относятся: 1) подтверждение стартовых условий освоения технологии; 2) «строительство» внешности; 3) «коммуникативная механика»; 4) «флюидное излучение»; 5) отработка риторических приемов; 6) сведение всех мини-технологий в одно целое [21].

В основе технологии создания имиджа Л. Браун лежит идея о колоссально возросшем, особенно в последние годы, влиянии средств массовой информации. На основании этого при формировании имиджа она предлагает учитывать такие факторы, как внешний вид, голос, публичные выступления, общение с представителями прессы, поведение перед телеэкраном, поддержание постоянной формы [22].

Д. Скотт, предлагая собственную технологию, выделяет три основных этапа создания имиджа:

- 1 этап – возникновение имитационного эскиза образа, складывающегося в воображении на основе наблюдений, изучения литературных источников, взглядов и суждений окружающих;

- 2 этап – формирование ролевого образа, практическое вживание преподавателя в воображаемый образ;

- 3 этап – создание настоящего «жизненного» образа, соответствующего воображаемой модели; слияние личности преподавателя с созданным образом, начинающим существовать как реальность.

Несмотря на то, что эта технология касается внутренних компонентов имиджа, подоб-

ным образом нужно выбирать и критерии внешних характеристик имиджа, чтобы привести к единству форму и содержание. То есть преподавателю необходимо продумать свой внешний облик, чтобы подчеркнуть и общечеловеческие ценности, и профессиональные достоинства [22].

Изучив теоретические подходы к формированию структуры и содержательных компонентов имиджа преподавателя, сравнив и проанализировав перечисленные методики создания позитивного облика педагога, с учетом современной социокультурной обстановки в мире, мы предлагаем следующую технологию формирования виртуального позитивного имиджа преподавателя высшей школы, состоящую из нескольких последовательных этапов:

- 1 этап – идентификация подготовленности преподавателя высшей школы к реализации своей профессии, то есть определения его способностей, личностно-профессиональных качеств, жизненного и профессионального опыта и пр.;
- 2 этап – сравнение реального облика преподавателя с эталонным образом;
- 3 этап – усовершенствование таких внешних характеристик имиджа преподавателя, как мимика, прическа, одежда, макияж, жестикация, походка и пр.;
- 4 этап – совершенствование информационно-коммуникативных навыков, в том числе повышение уровня владения информационными ресурсами и техническим обеспечением,

овладение ораторским искусством, техникой ведения дискуссий и переговоров и пр.;

- 5 этап – отработка поведенческих навыков, в том числе культуры поведения, умения оставлять о себе положительное впечатление, мастерства решения педагогических задач, умения избегать конфликтов или решать конфликтные ситуации и пр.;

- 6 этап – формирование здорового образа жизни и исключение либо сведение к минимуму вредных привычек.

Заключение

Таким образом, формирование позитивного имиджа преподавателя в современных социокультурных условиях является важной мерой, способствующей укреплению репутации, повышению престижа и авторитета высшей школы в целом и, как следствие, положительному влиянию преподавателей на студентов как в виртуальном, так и оффлайн пространстве. Образ преподавателя, его виртуальный имидж являются одними из факторов, формирующих моральные установки студенческой молодежи, они имеют силу воспитывающего влияния на молодых людей, поскольку личный пример обладает самой мощной воспитательной силой. Имидж современного преподавателя высшей школы – это сложное интегративное образование, в котором внешние и внутренние компоненты личности гармонично сочетаются с профессиональными компетенциями педагога.

Список литературы

1. United Nations Policy Brief: Education during COVID-19 and beyond [Электрон. ресурс]. – 2020. – URL: https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-08/sg_policy_brief_covid-19_and_education_august_2020.pdf (Accessed: 15.01.2021)
2. Удальцов М.В. Психология управления. – Новосибирск: ИНФРА-М. – 1999. – 149 с.
3. Калужный А.А. Психология формирования имиджа учителя. – Москва: Владос. – 2004. – 224 с.
4. Черепанова В.Н. Введение в педагогическую имиджологию: учебное пособие. – Тюмень: ТюмГНГУ. – 2008. – 336 с.
5. Bennet N. Teaching styles and pupil progress. – Boston: Harvard University Press. – 1976. – 203 p.
6. Heimlich J., Norland E. 1994. Teaching style: Where are we now? // New directions for adult and continuing education. – 2002. – P.40–56.

7. Campbell C., Kryszewska H. Towards teaching. – Oxford: Heinemann. – 1995. – 86 p.
8. Grasha A. Teaching with style: a practical guide to enhancing learning by understanding teaching and learning styles. – Pittsburgh: Alliance Publishers. – 1996. – 385 p.
9. Brown D. Principles of language learning and teaching. – New York: Pearson-Longman. – 2007. – 347 p.
10. Eggen P., Kuachak D. Strategies for teachers. Teaching content and thinking skills. – Boston: Allyn and Bacon. – 1996. – 346 p.
11. Lightbown P., Spada N. How Languages are Learned. – Oxford: Oxford University Press. – 1999. – 252 p.
12. Guangwei, H. U. Teaching and Learning a Second Language. A Guide to Recent Research and Its Applications //Asian Journal of English Language Teaching. – 2004. – Vol. 14. – P.151–156.
13. Puchta H., Rinvolucris M. Multiple intelligences in EFL exercises for secondary and adult students. – Rome: Hebling languages. – 2005. – 158 p.
14. Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния. – Москва: Юнити. – 1994. – 320 с.
15. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост: учебное пособие. – Новосибирск: ИНФРА-М. – 1999. – 146 с.
16. Симонова И.Ф. Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в культурно-образовательном пространстве вуза: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05. – Санкт-Петербург: С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. – 2014. – 237 с.
17. Mynbayeva A.K., Zhamankulova A. Image of the teacher and the teacher of the university: a comparative aspect // KazNU Bulletin. «Pedagogical science» series. – 2012. – №2 (36). – P. 10-15.
18. Бураканова Г.М., Ахметов А. Имидж страны и государственной службы. – Астана: Академия государственного управления при Президенте РК. – 2007. – 195 с.
19. Варданын М.Р. Имидж педагога как фактор здоровьесбережения субъектов образовательного процесса в основной школе. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Омск. – 2007. – 23 с.
20. Бураканова Г.М., Изтелеуова Л.И. Имиджология: учебное пособие. – Астана. – 2011. – 171 с.
21. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям. – Москва: Народное образование. – 2002. – 407 с.
22. Жердева И.С. Методика формирования имиджа преподавателя высшей школы // Духовность личности: методология, теория и практика. – 2016. – № 4 (73). – С. 48-61.

А.А. Маймакова¹, Г.М. Бураканова¹, С.В. Алиева²

¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразиялық ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

²Ресей Федерациясы Президентінің жанындағы Ресей халық шаруашылығы және мемлекеттік басқару академиясының Солтүстік Кавказ институты, Пятигорск, Ресей

Студенттік жастардың моральдық ұстанымдарын қалыптастыру факторы ретінде жоғары мектеп оқытушысының виртуалды имиджі

Аңдатпа. Бұл мақалада қазақстандық жоғары оқу орнының студенттері арасында жүргізілген әлеуметтік зерттеудің нәтижелері ұсынылған, оның негізінде оқытушының виртуалды имиджінің имидждік өлшемдері анықталып, олардың студент жастардың моральдық ұстанымдарына әсері көрсетілген. Мамандықтың беделі мен беделін арттырудың маңызды бағыттарының бірі жоғары мектеп оқытушысының оң имиджі екендігі анықталды. Бұл мәселе covid-19 коронавирустық инфекция пандемиясының аясында туындаған жағдайға және қашықтықтан оқытуға мәжбүрлі көшуге байланысты ерекше өзекті болды. Қазақстандық және шетелдік зерттеулер имиджінің феноменін талдау «имидж» ұғымының маңызды мазмұнын анықтауға, имидж құрайтын құрылымдық компоненттердің өлшемдерін анықтауға, білім беру ортасында оқытушы имиджінің функцияларын сәйкестендіруге мүмкіндік берді. Оқытушының оң имиджін қалыптастырудың зерттелген технологиялары авторларға жоғары мектеп мұғалімінің виртуалды оң имиджін құрудың өзіндік технологиясын жасауға мүмкіндік берді.

Түйін сөздер: оқытушы, имидж, студент жастар, моральдық ұстанымдар, позитивті имидж қалыптастыру технологиясы.

A.A. Maimakova¹, G.M. Burakanova¹, S.V. Aliyeva²

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

²North Caucasian Institute of the Russian Academy of National Economy and Public Administration
under the President of the Russian Federation, Pyatigorsk, Russia

Virtual image of a high school teacher as a factor in the formation of moral attitudes among students

Abstract. This article presents the results of a sociological study conducted among students of a Kazakh higher educational institution on the basis of which the image-forming criteria of the virtual image of a teacher were determined and their influence on the moral attitudes of students is shown. It is established that one of the most significant ways to increase the prestige and authority of the profession is a positive image of a high school teacher. This issue has acquired particular relevance in connection with the situation that arose against the background of the COVID-19 coronavirus pandemic and the forced transition to distance learning. The analysis of the phenomenon of the image of Kazakh and foreign studies allowed to define the essential content of the concept of «image», to determine the criteria of the structural components that make up the image, to identify the functions of the image of a teacher in the educational environment. The studied technologies of forming a positive image of a teacher allowed the authors to develop their own technology for creating a virtual positive image of a higher school teacher.

Keywords: teacher, image, student youth, moral attitudes, technology of forming a positive image.

References

1. United Nations Policy Brief: Education during COVID-19 and beyond [Electronic resource]. – 2020. Available at: https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-08/sg_policy_brief_covid-19_and_education_august_2020.pdf (Accessed: 15.01.2021)
2. Udaltsov M.V. Psihologija upravljenja [Management psychology] (INFRA-M, Novosibirsk, 1999, 149 p.)
3. Kalyuzhnyi A.A. Psihologija formirovaniya imidzha uchitelja [Psychology of teacher image formation] (Vlados, Moscow, 2004. 224 p.).
4. Cherepanova V.N. Vvedenie v pedagogicheskuyu imidzhologiyu : uchebnoe posobie [Introduction to pedagogical imageology: a textbook] (TyumFNGU, Tyumen, 2008, 336 p.).
5. Bennet N. Teaching styles and pupil progress (Harvard University Press, Boston, 1976, 203 p.).
6. Heimlich J., Norland E. 1994. Teaching style: Where are we now?, New directions for adult and continuing education, 40–56 (2002).
7. Campbell C., Kryszewska H. Towards teaching (Heinemann, Oxford, 1995, 86 p.).
8. Grasha A. Teaching with style: a practical guide to enhancing learning by understanding teaching and learning styles (Alliance Publishers, Pittsburgh, 1996, 385 p.).
9. Brown D. Principles of language learning and teaching (Pearson-Longman, New York, 2007, 347 p.).
10. Eggen P., Kuachak D. Strategies for teachers. Teaching content and thinking skills (Allyn and Bacon, Boston, 1996, 346 p.).
11. Lightbown P., Spada N. How Languages are Learned (Oxford University Press, Oxford, 1999, 252 p.).
12. Guangwei, H. U. Teaching and Learning a Second Language. A Guide to Recent Research and Its Applications, Asian Journal of English Language Teaching, 14, 151-156 (2004).
13. Puchta H., Rinvoluceri M. Multiple intelligences in EFL exercises for secondary and adult students (Hebling languages, Rome, 2005, 158 p.).
14. Shepel V.M. Imidzhologija: sekreti lichnogo obajaniya [Imageology: secrets of personal charm] (Unity, Moscow, 1994, 320 p.).
15. Averchenko L.K. A.K. Imidzh i lichnostnyi rost [Image and personal growth]. Textbook] (INFRA-M, Novosibirsk, 1999, 146 p.).
16. Simonova I.F. I.F. Formirovanie imidzha specialista socialno-kulturnoi sfery v kulturno-obrazovatel'nom prostranstve vuza: dissertacija [Formation of the image of a specialist in the socio-cultural sphere in the cultural

and educational space of the university: dissertation] 13.00.05 (Saint Petersburg State University of Culture and Arts, Saint-Petersburg, 2014, 237 p.).

17. Mynbayeva A.K., Zhamankulova A. Image of the teacher and the teacher of the university: a comparative aspect, Bulletin of KazNU. «Pedagogical science» series, 2 (36), 10-15 (2012).

18. Burakanova G.M., Ahmetov A. Imidzh strani i gosudarstvennoy sluzhbi [Image of the country and public service] (Academy of Public Administration under the President of the Republic of Kazakhstan, Astana, 2007, 195 p.).

19. Vardanyan M.R. Imidzh pedagoga kak faktor zdoroviesberezheniya subiektov obrazovatel'nogo protsessa v osnovnoi shkole: avtoreferat dissertatsii [The image of a teacher as a factor of health saving of subjects of the educational process in the primary school: abstract of the dissertation] (Omsk, 2007, 23 p.).

20. Burakanova G.M., Izteleuova L.I. Imidzhelogiya: uchebnoe posobie [Imageology: a textbook] (Astana, 2011, 171 p.).

21. Shepel V.M. Imidzhelogiya. Kak nraivitsja ljudjam [Imageology. How to please people.] (Narodnoe obrazovanie, Moscow, 2002, 407 p.).

22. Zherdeva I.S. Metodika formirovaniya imidzha prepodavatelya vysshei shkoly [Methods of forming the image of a high school teacher], Duhovnost lichnosti metodologiya, teoriya i praktika [Personality spirituality: methodology, theory and practice], 4 (73), 48-61 (2016).

Сведения об авторах:

Маймакова А.А. – автор для корреспонденции, докторант специальности «Социология», Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, ул. А.Янушкевича, 6, Нур-Султан, Казахстан.

Бураканова Г.М. – доктор социологических наук, профессор кафедры социологии, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева им. Л.Н. Гумилева, ул. А.Янушкевича, 6, Нур-Султан, Казахстан.

Алиева С.В. – доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента и предпринимательского права Северо-Кавказского института Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, ул. Дунаевского, 5, Пятигорск, Россия.

Maimakova A.A. – Corresponding author, Ph.D. student in Sociology, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 6 Yanushkevich str., Nur-Sultan, Kazakhstan.

Burakanova G.M. – Doctor of Sociological sciences, Professor of the Department of sociology, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 6 Yanushkevich str., Nur-Sultan, Kazakhstan.

Aliyeva S.V. – Doctor of Sociological sciences, Professor, Head of the Department of management and entrepreneurial Law of the North Caucasian Institute of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, 5 Dunayevsky str., Pyatigorsk, Russia.