

Галицька Е. В.
Професор кафедри фінансів, НаУКМА
Донкоглова Н. А.
Науковий співробітник кафедри фінансів, НаУКМА

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ІМІДЖ ВИКЛАДАЧА ВИЩОЇ ШКОЛИ

Термін «імідж» означає враження, яке особистість справляє на людей і яке фіксується в їх свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень. Імідж – поняття, яке охоплює багато характеристик, зокрема, це особливості особистості та його професійної діяльності, ерудиція, вихованість людини, особливості спілкування, поведінки та зовнішнього вигляду.

Для викладача закладу вищої освіти надзвичайне значення має його професійний рівень та, яке інтелектуальне враження він справляє на оточуючих. Насамперед, це особистісні характеристики людини, які виявляються в процесі комунікації, зокрема соціально-психологічні: комунікабельність, рефлексивність, моральні цінності, манери поведінки, терпимість до інакомислення, культура мови як вербальної, так і невербальної тощо. Особливе значення має особистісна ієрархія життєвих цінностей і чеснот, ставлення особи до власних помилок, оскільки це забезпечує бездоганність репутації будь-якої ділової людини, особливо, на наш погляд, викладача вищої школи [1, с.13].

Метою проведеного дослідження було з'ясування основних характеристик іміджу викладача вищої школи, проблеми, які виникають в освітньому процесі під час взаємодії між викладачем і студентами, що, в свою чергу, впливає на імідж викладача. Основним завданням даного дослідження було визначити чинники впливу на імідж викладача вищої школи, шляхом проведення спостереження й узагальнення його результатів, та оцінити, зазначені респондентами, основні характеристики іміджу. Було проведено вибіркоче обстеження студентів магістерської програми першого та другого року навчання спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування». Для досягнення бажаної точності результатів визначено обсяг вибірки респондентів – 46 осіб, зокрема, взяли участь в опитуванні 29 дівчат і 17 юнаків. Поряд з анкетуванням виникла необхідність проведення інтерв'ювання – виявлення позицій (ставлення) респондентів щодо кількісних чи якісних характеристик явищ або процесів. Перелік запитань, зазначених в анкеті та при проведенні інтерв'ювання, розроблено на основі навчально-методичних джерел [1, 3, 4, 5].

Аналіз відповідей на запитання анкети дав можливість визначитись щодо бачення респондентами тих якостей та рис, які повинні бути притаманними викладачам закладів вищої освіти. 97,8 % всієї сукупності респондентів вважають,

що стать викладача не має принципового значення. Щодо наявності у викладача наукового ступеня чи звання, то 76,5% юнаків та 72,4% дівчат зазначили, що їх наявність важлива, але непринципова. Бажано, вважають студенти, щоб при викладанні професійно-орієнтованих дисциплін викладач був практиком, або досконало знав специфіку і особливості тієї чи іншої професійної діяльності (фінансової, банківської, страхової тощо) та звертав увагу студентів на позитивні й негативні нюанси. Так вважають 80,4% всієї сукупності респондентів, а 60,9% - зазначили, що для них має значення наявність у викладача власних наукових статей, посібників і підручників. Особливо акцентували увагу на розробці навчально-методичних матеріалів: посібників, комплексів з різних дисциплін, методичних розробок для проведення семінарських і практичних занять.

82,4% респондентів-юнаків та 96,6% респондентів-дівчат вважають важливим застосування в освітньому процесі новітніх технологій, інформаційно-комунікативних, зокрема, мультимедіа ресурсів, телекомунікаційних мереж тощо. Але при цьому зазначають, що при викладанні окремих дисциплін не слід забувати про дошку та роздатковий матеріал.

Найбільш продуктивними, за методами викладення матеріалу, респонденти вважають інтерактивні лекції (47,8%), оскільки вони дають можливість привернути увагу аудиторії до найважливіших питань теми, заохочують студентів до висловлювання коментарів, зауважень, запитань. Але респонденти зазначають, що такі лекції ефективно проводити для студентів старших курсів, коли вони вже мають певний багаж знань. На першому та другому курсах вони відзначають важливість традиційних лекцій (23,9%), оскільки такі лекції містять конкретну інформацію про факти, події та пояснення наукових явищ і процесів, обґрунтування сутності тієї чи іншої категорії тощо. 21,8% респондентів надали перевагу проблемним лекціям, «лекція-наукова проблема» та «лекція-проблемна ситуація». Спільна лекція, котра викладається кількома лекторами, ефективна перед державними екзаменами, зазначили респонденти (6,5%). Вони вважали, що незалежно від виду лекції, викладач повинен широко використовувати засоби візуалізації, а також урахувати такі методичні аспекти викладу матеріалу: встановлення і підтримування контакту з аудиторією, досконале знання матеріалу лекції та вільний її виклад, врахування психологічних особливостей сприйняття студентами мовлення, особливо бакалаврами, тощо. 88,2% респондентів-юнаків і 89,7% респондентів-дівчат вважають доречним, коли викладач в процесі лекції чи семінару використовує гумор або історію з власного життя.

Найбільш продуктивним видом семінарського заняття, за методами його проведення, респонденти вважають семінар – «мозкова атака» (50,0%), оскільки він передбачає розв'язання невідкладних завдань протягом обмеженого часу, обговорення якнайбільшої кількості ідей та вибору найбільш ефективних. Такі заняття, на думку респондентів, передбачають пошук найкращого вирішення

проблеми, що винесена на обговорення. При цьому можна проаналізувати ту чи іншу конкретну проблемну ситуацію (кейс). 26,1% респондентів віддають перевагу семінару – «доповідь-дискусія», оскільки в процесі даного заняття можливе глибоке та ґрунтовне обговорення найважливіших проблем, висвітлених у доповідях колеґ-студентів. Семінари – «розгорнута бесіда» (13,0%) та «запитання-відповідь» (10,9%), особливо останній вид, на думку респондентів, практично виключає творче проведення семінару, не активізує мислення. При цьому, зрозуміло, що на першому та другому курсі бакалаврської програми, зазначали респонденти, такі заняття, мають більш широке використання. Ефективність семінарського заняття, на думку респондентів, залежить як від студентів, їх підготовки та активної пізнавальної діяльності, так і, в більшій мірі, від викладача. Викладач повинен зазначати мету і завдання семінару, джерела інформації, формат проведення та критерії оцінювання, а в процесі проведення семінару стимулювати співпрацю, здійснювати продумане спілкування та доброзичливий контроль.

Студенти звертають увагу на те, як викладач реагує на протилежну думку, зокрема, більшість респондентів-юнаків (94,1%) і лєвова частка респондентів-дівчат (79,3%). Студенти вважають, що якщо викладач неадекватно реагує на протилежну думку, то це може призвести до конфлікту між викладачем і студентом, до взаємного їх емоційного відчуження. Про це свідчать результати, проведеного авторами статті, дослідження у 2010 р. Респонденти зазначали, що деякі викладачі не прагнуть зрозуміти студента, не сприймають його точку зору щодо порушеного питання і вважають власний варіант його вирішення єдино правильним [2, с.5].

88,2% респондентів-юнаків і 89,6% респондентів-дівчат звертають увагу на те, як викладач спілкується зі своїми колеґами та студентами. В яких випадках застосовує активне, а в яких – пасивне слухання, наскільки їм імпонує манера спілкування того чи іншого викладача. Особливу увагу респонденти звертають на те, як викладач відповідає на запитання студентів (97,8%), чи «боїться» поставлених запитань, наскільки він кваліфіковано та аргументовано відповідає. Студенти вважають важливим контакт з викладачем у соціальних мережах (71,7%). Дуже часто виникають питання, які потребують термінового вирішення, особливо, якщо викладач – науковий керівник при виконанні курсової або дипломної роботи. Респонденти зазначали, що позитивним моментом є і те, що викладачі НаУКМА, дають відповідь на запитання студентів і за стінами університету (97,8%).

Респонденти-юнаки надають перевагу сучасному (58,8%) і класичному (29,4%) стилю одягу викладача, а респонденти-дівчата – сучасному (72,4%) і діловому (17,2%). Вони вважають, щоб викладачу створити гарне враження на студентів, необхідно приділяти увагу одягу, мати відповідну зачіску, косметику, аксесуари. Проведене авторами статті дослідження в 2011 р. щодо іміджу ділової людини засвідчило небайдужість респондентів до даних питань. Зокрема, при

обстеженні юнаки і дівчата одностайно зазначали, що зовнішній вигляд, загальний образ впливають на успіх як у діловому світі, так і в повсякденному житті. 38,9% респондентів-юнаків та 71,4% респондентів-дівчат вважали, що необхідно слідкувати за модою. Під час конференції, захисту курсових і дипломних робіт надавати перевагу діловому стилю одягу, відповідно 72,2% та 85,7% [1, с.15].

Як юнаки (88,2%), так і дівчата (89,7%) звертають увагу на манери поведінки викладача, особливо на його морально-комунікативні якості, ініціативність тощо. Відповідаючи на відкриті питання, респонденти зазначали такі основні характеристики іміджу викладача закладу вищої освіти: впевнений в собі професіонал; має любов і хист до викладацької роботи; здатний донести інформацію, зацікавити, захопити увагу студентів; вміє чітко роз'яснювати завдання та критерії їх оцінювання; об'єктивний та неупереджений; пунктуальний, відповідальний у виконанні взятих зобов'язань і даному слову; доброзичливий та відкритий у спілкуванні; комунікабельний, з почуттям гумору; здатний оцінити психологічні особливості студентів; має відповідний зовнішній вигляд.

Респонденти за п'ятибальною шкалою оцінили кожен з зазначених характеристик, а на основі середнього балу по кожній з них, було визначено відповідний ранг. Проведене дослідження засвідчило майже повну одностайність респондентів щодо більшості зазначених характеристик. Про тісний зв'язок між зазначеними ознаками свідчить і розрахований коефіцієнт кореляції рангів Спірмена (0,91). Перевірка коефіцієнта кореляції рангів на істотність зв'язку засвідчує, що зв'язок між зазначеними ознаками істотний, оскільки критичне значення коефіцієнта для рівня істотності 0,05 та 10 одиниць сукупності (0,56) менше фактичного.

Одним із завдань освітнього процесу щодо діяльності викладача є постійне, свідоме формування викладачем власного іміджу. Вважаємо, що важливість позитивного іміджу викладача вищої школи є запорукою у формуванні особистості студента, активізації його можливостей в повсякденному житті та, особливо, у діловій сфері.

Використані джерела:

1. Галицька Е.В., Донкоглова Н.А. Імідж ділової людини та чинники впливу на його формування Наукові записки НаУКМА. - 2011. – Т.120. Економічні науки. – С.12-16.
2. Галицька Е.В., Донкоглова Н.А. Природа конфліктів у вищих навчальних закладах Наукові записки НаУКМА.- 2010. – Т.107. Економічні науки. – С.3-6.
3. Галицька Е.В., Буй Т.Г., Донкоглова Н.А. Методика викладання фінансово-економічних дисциплін: Навчально-методичний посібник. – К.: НаУКМА, 2015. – 68 с.
4. Єріна А.М., Пальян З.О. Теорія статистики: Практикум. – К.: Знання, 2009. – 255 с.
5. Федулова Л.І. Методика викладання економічних дисциплін: навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. – Миколаїв: Іліон, 2011. – 372 с.