

Имидж преподавателя вуза: мнения и приоритеты студентов

Лукашенко Марианна Анатольевна – д-р экон. наук, проф., завкафедрой корпоративной культуры. E-mail: mlukashenko@synergy.ru

Ожгихина Анастасия Александровна – канд. экон. наук, декан факультета спортивного менеджмента. E-mail: aozhgikhina@synergy.ru

Университет «Синергия», Москва, Россия

Адрес: 105318, г. Москва, Измайловский вал, 2

Аннотация. В свете преобразований, происходящих в жизни современного общества, в том числе и в сфере высшего образования, проблема создания имиджа преподавателя приобретает всё большую практическую и теоретическую значимость. Цель работы – выявить, как преподаватель вуза воспринимается сегодня студентами, какие составляющие его имиджа они считают наиболее значимыми и приоритетными. Для этого в работе проведено экспериментальное исследование мнений студентов в отношении имиджа современного преподавателя и проанализированы его результаты. Метод исследования заключался в проведении письменных и устных опросов, а также опросов в социальных сетях. По результатам анализа в статье рассмотрены ключевые характеристики имиджа современного педагога высшей школы и даны рекомендации по технологии формирования положительного имиджа. Показано, что доминирующими характеристиками имиджа являются профессионализм и экспертность преподавателя в конкретной предметной области, его педагогическая компетентность как способность реализовывать продуктивный образовательный процесс и эмоциональный интеллект. Статья содержит множество практических примеров, иллюстрирующих правомерность студенческих приоритетов в части имиджевых характеристик преподавателей.

Ключевые слова: имидж, имиджелогия, имидж преподавателя вуза, имидж педагога, профессиональный имидж, деловой имидж, характеристики имиджа, слагаемые имиджа, элементы имиджа

Для цитирования: Лукашенко М.А., Ожгихина А.А. Имидж преподавателя вуза: мнения и приоритеты студентов // Высшее образование в России. 2019. Т. 28. № 1. С. 46-56.

DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-1-46-56>

Введение

Во все времена задача высшего образования сводилась к поиску, адаптации нового научного знания и передаче этого знания ученикам. Учёные проводили исследования, публиковали результаты, обучали студентов. Преподаватель вуза имел внятный имидж учёного, оратора, учителя. Соответствующими были и требования, предъявляемые к нему руководством вуза. С развитием академического капитализма и нового менеджериализма [1], когда вуз стал рассматриваться как образовательная корпорация, с одной

стороны, и дистанционных образовательных технологий, с другой стороны, требования к преподавателю значительно изменились. От преподавателя потребовалось умение разрабатывать инновационные образовательные программы, повышающие конкурентоспособность вуза на рынке образовательных услуг, умение работать в новых технологических средах, способность записывать видеокурсы и создавать обучающий контент для дистанционного обучения. Далее от преподавателя потребовался практический опыт в той предметной области, к которой отно-



Рис. 1. Агрегированная ролевая модель современного преподавателя вуза
 Fig. 1. Aggregated role model of a modern university professor

силась преподаваемая дисциплина. Вначале этого настоятельно требовали обучающиеся по программам профессиональной переподготовки, а затем – органы управления образованием. Вузы стали привлекать к преподавательской деятельности специалистов-практиков, которые, в свою очередь, были отнюдь не всегда способны научить тому, что прекрасно знали и делали, и тем более не готовы заниматься методической работой. Она также стала прерогативой преподавателей и в условиях значительной бюрократизации данного вида деятельности начала занимать львиную долю их времени. Наконец, было признано, что главным показателем эффективности вузов является научная деятельность, и от преподавателей потребовалась активная публикация научных статей. Индекс цитирования стал страшным сном преподавателя. Таким образом, ролевая модель современного вузовского преподавателя в самых общих чертах выглядит следующим образом (Рис. 1).

Обратим внимание на следующие моменты. Во-первых, на рисунке представлена агрегированная ролевая модель, где каждая её составляющая может быть декомпозирована. Таким образом, мы получим более детальные характеристики портрета современного преподавателя. Это целесообразно исполь-

зовать при расчёте коэффициента личной эффективности преподавателя [2] либо при выстраивании в вузе модели компетенций профессорско-преподавательского состава [3]. Но из декомпозиции данных составляющих, во-первых, остаётся неясным, насколько репрезентативным данный портрет окажется с точки зрения заинтересованных сторон. Во-вторых, из данной модели следует, что составляющие портрета преподавателя нерелевантны и даже противоречивы. Это не означает, что преподаватель не может быть и методологом, и учёным, и педагогом. Сегодня каждый преподаватель занимается всеми видами деятельности, вопрос в её эффективности. Потому что если на разработку учебно-методического материала у преподавателя уходит огромное количество времени и всё равно результат не впечатляет, то, возможно, на кафедрах следовало бы идти по пути специализации и распределять нагрузку в соответствии с более выраженными профессиональными компетенциями и индивидуальными предпочтениями. В-третьих, остаётся вопрос, достаточно ли в принципе данных составляющих, в полной ли мере они соответствуют восприятию всех заинтересованных сторон. К примеру, научная и методическая составляющие интересны и важны руководителям, но вряд ли играют существенную роль для студентов. А

ведь исходя не только из менеджериальной концепции, но и из концепции академического профессионализма, ключевым интересантом в вузе как был, так и остаётся студент. Между тем его отношение к вузовской профессуре, по мнению ряда учёных, весьма неоднозначное [4; 5].

В далёких 70-х годах группа студентов-первокурсников стала поздравлять преподавателя с Днём учителя. В ответ на это он произнес: «Спасибо, но я не учитель, я – преподаватель». Не вдаваясь в этимологию данных понятий, предположим, что за возражением стояло желание подчеркнуть более высокий статус вузовского преподавателя относительно школьного учителя. Между тем Е.В. Балацкий отмечает: «Наши опросы показывают, что в студенческой среде доминирует “синдром училки”, т.е. подавляющее большинство студентов относится к профессорам как к обычным школьным учителям; никто не воспринимает их как специалистов высшего класса, ни для кого они не являются образцами поведения, никто не рассматривает “профессорскую” модель жизненного успеха. Фактически профессор для студентов – это та же школьная учительница, только в вузе; ни о каком повышенном уважении нет речи. Более того, опыт показывает, что многие студенты, встречая по-настоящему умного и знающего преподавателя вуза, не стесняются задавать ему сакраментальный вопрос: что Вы здесь (т.е. в вузе) делаете? По их мнению, умному и талантливому человеку не место в университете; он должен идти делать карьеру либо на государственной службе, либо зарабатывать большие деньги в бизнесе. В противном случае умный профессор вызывает недоумение и даже некоторую настороженность. Можно считать характерным восклицание одного студента ГУУ, узнавшего о том, что изложенная на лекции теория является разработкой самого лектора: “Так Вы, оказывается, ещё и учёный?” Профессор-исследователь в глазах современного студента – это нонсенс» [5].

Ситуация осложняется ещё и тем, что в связи с тотальной «цифровизацией» разрыв поколений сегодня приобрел просто невероятный размах и не может не отражаться на проблеме «отцов и детей» – в нашем случае на взаимоотношениях «учитель – ученик», «преподаватель – студент». Проблема разрыва поколений существовала во все времена. Например, когда через три года после окончания вуза один из авторов статьи вошёл как преподаватель в студенческую аудиторию, во время дискуссии ему был задан вопрос: «А как ваше поколение смотрит на данную ситуацию?». Три года означали разрыв поколений уже в 1980-х гг. Сегодня, когда разработана кластеризация поколений, в которой выделяются беби-бумеры, поколения X, Y (миллениумы), Z (хоумлендеры)¹, и обоснованы принципиальные различия в мироощущении каждого из них, проблемы взаимоотношений между обучающим и обучающимся, их искренности, доверительности, наконец, эффективности приобретают всё более острый характер.

Что же, с точки зрения студентов, должно быть главным в вузовском преподавателе? Кем он должен быть? Каким он должен быть? Что ценится выше всего, а на что студенты не обращают внимания? Предметом данного исследования стал имидж преподавателя вуза в глазах студентов. Но прежде чем мы перейдем к рассмотрению предмета нашего исследования, необходимо остановиться на составляющих имиджа с точки зрения учёных, занимающихся данной проблематикой.

Несмотря на то что понятие «имидж» имеет глубокие корни, в России термин «имиджелогия» появился сравнительно недавно. Он был введен в научный оборот только в 1990 г. В.М. Шепелем, ставшим ведущим российским экспертом по данной проблеме. С его точки зрения, имиджелогия – это наука и искусство нравиться людям, а базовая модель технологии имиджирования состоит из следующих позиций самопрезентации: «Я-концепция»,

¹ Проект «RuGenerations – российская школа Теории поколений». URL: <https://rugenations.ru/>

Таблица 1

Характеристика имиджа преподавателя по убыванию уровня значимости для студентов

1	Экспертность (профессионализм в предметной области)
2	Умение объяснять просто, доступно, наглядно
3	Саморегуляция и стрессоустойчивость (не нервничает, не повышает голос и т.п.)
4	Практическая направленность занятия
5	Этика и культура, нравственность (честность, порядочность)
6	Индивидуальность
7	Экологичность (соблюдение тайминга, договорённостей, реагирование на просьбы)
8	ИТ-компетентность
9	Внешний вид преподавателя (деловой стиль одежды, опрятность)
10	Активность в социальных сетях

фейсбилдинг, кинесика, дизайн одежды, владение словом, флюидное излучение, коммуникативная механика [6]. Профессор А.Ю. Панасюк под имиджем человека понимает мнение об этом человеке у группы людей в результате сформированного в их психике образа этого человека, возникшего вследствие прямого их контакта с этим человеком или вследствие полученной об этом человеке информации от других людей; по сути, имидж человека – это то, как он выглядит в глазах других людей, или – что одно и то же – каково о нём мнение других людей [7]. Видение как учёных, так и бизнес-практиков отражает не только разностороннюю значимость имиджа для пользы и результативности дела, которым занимается конкретный человек, но и его распространение на организацию, к которой относится данный человек, а иногда и на всю сферу деятельности. Вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ В. Дмитриев отмечает, что подготовку кадров и внедрение новых образовательных технологий для малого и среднего предпринимательства надо начинать с формирования положительного имиджа предпринимателя, причём вести данную работу надо как среди школьников, так и в вузах, и в колледжах². Существует прямая

связь между персональным и корпоративным имиджем. Так, имидж предпринимателя способствует повышению конкурентоспособности его компании и формированию бренда, ориентируясь на который в компанию стремятся прийти талантливые сотрудники [8]. Поэтому для высшего учебного заведения найти ответы на вопросы, касающиеся имиджа преподавателя, архиважно, поскольку преподаватель – это персонификация вуза. И то, как воспринимается сегодня преподаватель вуза студентами, образует его имидж у ключевого интересанта. Далее имидж преподавателя распространяется на имидж образовательного учреждения, формирует его в глазах общественности. А имидж вуза, в свою очередь, способствует формированию позитивного имиджа российской системы высшего образования в целом.

Что думает студент о преподавателе – каким он должен быть?

Целью настоящего исследования стал анализ студенческой оценки имиджа преподавателя. Материалом для исследования послужило анонимное анкетирование 175 студентов 3–5-х курсов Московского финансово-промышленного университета «Синергия» и других московских вузов, а также студентов программ магистратуры различных направлений подготовки. Для проведения опроса была разработана анкета, состо-

² Дмитриев В. Сегодня важно формировать положительный имидж предпринимателя. 21 апреля 2017. URL: <http://fedpress.ru/personal-view/1776550>

ящая из нескольких блоков. В первом блоке опрашиваемым необходимо было ранжировать характеристики имиджа преподавателя от 1 до 10. Результаты анализа представлены в *таблице 1*.

Как видно, студенты первостепенное значение придают профессиональным, экспертным знаниям педагога высшей школы. На втором месте характеристика, относящаяся к педагогическим навыкам, и в первую очередь – к владению педагогическими технологиями. Немаловажным фактором является поведенческий аспект, связанный с саморегуляцией, решением конфликтных ситуаций во время проведения занятий. Наименее значимыми факторами для студентов стал внешний вид преподавателя и его активность в социальных сетях.

Про социальные сети в анкете был выделен отдельный блок вопросов. Выяснилось, что 30% студентов ищут информацию о преподавателях в социальных сетях, 42% подписываются на посты своих преподавателей и регулярно их читают. На вопрос, какая информация наиболее интересна, мнения распределились таким образом: профессиональные советы/рекомендации – 64%; новости профессиональной деятельности преподавателя – 27%; информация из личной жизни – 9%.

Следующий блок вопросов был посвящён различным элементам имиджа современного преподавателя. Самыми значимыми составляющими имиджа педагога, на взгляд студентов, являются презентации к лекции и ведение им научно-исследовательской деятельности. При этом только треть студентов считает, что на имидж оказывает влияние наличие учёной степени и звания. Такую же оценку получили такие элементы, как персональный сайт, блог, авторский учебник. Самым незначимым для студентов является такой фактор, как наличие публикаций в социальных сетях и в СМИ.

В блоке вопросов, посвящённых харизме преподавателя, студентам предлагалось выбрать пять наиболее значимых характери-

стик. Результаты этого выбора следующие: способность увлечь своей предметной областью; глубокое знание предметной области; чувство юмора; способность выстраивать взаимопонимание; ораторское мастерство. По мнению студентов, 37% преподавателей до сих пор не задумываются о формировании собственного имиджа, т.е. их имидж формируется спонтанно. Далее рассмотрим ключевые характеристики имиджа преподавателя и как они формируются.

Профессионализм и экспертность

как доминирующие составляющие имиджа

В начале 1990-х гг. одному из авторов данной статьи понадобилось подготовить несколько лекций по рекламе. Книги отечественных авторов ещё не были изданы, зарубежный опыт переносить на российские реалии было неинформативно... И автор, преподаватель вуза, устроился на фирму рекламным агентом, предупредив, что это на короткий срок, благо руководители были знакомыми. Понял, как организованы бизнес-процессы и разработал короткий практико-ориентированный курс, состоящий из реальных кейсов. Та же технология была использована при создании курса по PR – в основу легли «шишки, набитые автором» при реализации PR-проектов в вузе. Прошло много лет. При полном изобилии литературы на эту тему любимыми фрагментами лекций по PR по-прежнему остаются «набитые шишки» – образно, легко понять, запомнить, усвоить сложный теоретический материал, отталкиваясь от практики.

Одна из проблем сегодняшнего преподавания заключается в том, что в аудитории сидят работающие студенты, причём нередко имеющие пусть небольшой, но реальный опыт в будущей специальности. И они прекрасно различают, делятся с ними прочитанными в учебниках знаниями или предьявляют реальный опыт. Последнее важно в отношении практически любой темы занятия. Помним, как слушатели покидали занятия по скоротению со словами: «Какой смысл

её (преподавателя) слушать? Она сама не скорочитала, не скорочитает и скорочитать не будет!»

Мы не призываем преподавателей идти в бизнес. Существуют стажировки, форумы и конференции, на которых можно послушать бизнес-практиков. Наконец, существуют бизнес-издания, в которых практики делятся опытом. В одном консалтинговом агентстве была введена в практику утренняя 30-минутка чтения газеты «Ведомости» не только для консультантов, но и для всех менеджеров. Практика, вполне достойная для переноса в практику вузов, – для того чтобы обучение соответствовало современным реалиям, надо быть хотя бы в курсе них.

Владение новыми образовательными технологиями – просто, доступно, наглядно

В нашем вузе проходит ежегодный конкурс на лучшего, по мнению студентов, преподавателя вуза. Призовые места регулярно достаются преподавателям, практикующим на занятиях деловые игры, case studies, storytelling и другие формы деятельностного обучения. На этих занятиях реализуется образовательная концепция продуктивного обучения, когда студенты самостоятельно «открывают новые знания» в процессе интересной совместной деятельности.

Необходимость применения новых образовательных технологий неоднократно обсуждалась на страницах данного журнала и в других изданиях [9–11]. При этом важно иметь в виду два аспекта образовательных инноваций. Первый – это distant (open, blended) education, образование с использованием ИКТ, онлайн-обучение в самых разнообразных формах, будь то вебинары или проведение занятий в режиме видеоконференцсвязи [12]. Второй – геймификация, проведение занятий в форме тренингов и деловых игр. На тех дисциплинах, где это уместно, разумеется. Учёные отмечают, что проектная деятельность не только значительно повышает эффективность обучения, но и меняет сами взаимоотношения студен-

тов и преподавателей, которые становятся более доверительными и партнёрскими [13].

Проблема заключается в том, что сегодня у преподавателя в аудитории появился конкурент, которого нельзя недооценивать. Это мобильный телефон. Если с ним интереснее, значит, конкурентная борьба завершилась победой гаджета. Можно запретить использование мобильного телефона, но остаются планшет и ноутбук, на которых можно работать во время занятия, причём весьма продуктивно. Работать над проблематикой, обозначенной на занятии, или заниматься совсем иной, далёкой от изучаемой дисциплины деятельностью. И не всегда с этим можно что-то сделать. Так, работая на корпоративном тренинге и получив чёткую установку руководителей программы обучения запретить использование ноутбуков на тренинге, мы попытались ввести соответствующий запрет. В ответ на это было сказано: «Если я пропущу что-то из вашего материала, мне не будет ничего, а если я упущу важную сделку из-за тренинга, у меня будут очень серьёзные проблемы». Ситуация понятна, и поведение обучающегося оправданно, но чаще предпочтение отдаётся не решению бизнес-задач, а общению, серфингу по Интернету и т.п.

Поэтому столь большое значение сегодня придаётся способности преподавателя увлечь студента, сделать материал занятия интересным и понятным, а форму его подачи – захватывающей.

Эмоциональный интеллект в преподавательской деятельности

Студент, опоздавший на вечерние занятия, сидит и жуёт сухарики. Преподаватель делает замечание. Студент категорично заявляет, что он после работы, голодный и должен хоть что-нибудь поесть. Преподаватель, а за ним и вся группа нервно вступают в дискуссию, обстановка накаляется...

Для формирования позитивного имиджа преподаватель должен проявлять спокой-

ствии, уверенность в себе, способность справиться с любой конфликтной ситуацией, которых, к сожалению, немало в его деятельности. Студенты опаздывают, нарушают дисциплину, «сидят в телефонах», не всегда адекватно ведут себя на занятиях – все эти ситуации отражают процессы, происходящие не только в отечественной системе образования, но и в современном мире как таковом [14]. И они требуют реакции педагога высшей школы, которая должна быть адекватной, конструктивной и справедливой. Демонстрация психического равновесия является мощным фактором стрессоустойчивости. Для её развития будут полезны как психологические практики, так и внимание к опыту работы коучей и бизнес-тренеров со сложными возрастными группами, если преподавателю представляется унизительным обратиться к технологиям саморегуляции, отработанным педагогами в общеобразовательной школе. И самое простое, но очень действенное средство для работы над саморегуляцией – сознательное создание осанки и мимики уверенного и спокойного человека [15].

Пример 1. *Одна коллега сделала головокружительную карьеру в образовании благодаря важной черте характера. Любые задания и просьбы она выполняла молниеносно, от кого бы они ни исходили. И при этом максимально качественно. С ней хотели работать все, поскольку взаимодействовать было легко, удобно и комфортно.*

Пример 2. *На преподавателя поступила жалоба от студентов. Эссе, которое требовалось написать, было написано студентами рукописно в своих рабочих тетрадях. Преподаватель потребовал перепечатать и сдать на листах А4. Студенты пошли жаловаться...*

Вышеприведенные примеры иллюстрируют коммуникативную компетентность/некомпетентность и затрагивают проблему экологичности. Как известно, под экологичностью понимается способность какого-либо процесса не оказывать побочного нега-

тивного влияния. Процесс взаимодействия с преподавателем не должен порождать потери ресурсов – временных или энергетических. Такая характеристика имиджа формируется в том числе благодаря развитию коммуникативных компетенций и культуры коммуникации. Коммуникативная компетентность проявляется, например, в привычке просматривать почту дважды в день и не задерживаться с ответом; в умении четко и конкретно прописывать задания, которые должны быть выполнены, определять, как и в какой форме; при возникновении конфликтных ситуаций применять конструктивный подход и находить компромиссное, ресурсосберегающее решение.

Какую роль в формировании имиджа играет внешний вид преподавателя?

В середине 90-х в известном московском вузе бухгалтерский учёт и аудит преподавала весьма необычный профессор. Она носила исключительно деловые костюмы, но их цвет всегда был вопиюще ярок. Аксессуары соответствовали. Например, к ультрамариновому костюму полагались такие же туфли на высоченной шпильке (она была небольшого роста), парик жгучей брюнетки и ярко-синие тени на веках. Образ дополнялся малиновыми румянами и такой же помадой. Другой вариант – костюм плотно-жёлтого цвета, тени такого же цвета и ярко-рыжий парик. Иногда аксессуары были контрастного цвета, но неизменно невероятно яркими. Маленькая, демонстрирующая сильный загар и бурную энергию в любое время года, она напоминала птичку-колибри. Однажды в вуз должны были приехать эксперты с проверкой, и менеджеры информировали об этом преподавателей. Услышав новость, она решительно сказала: «Не волнуйтесь, всё будет хорошо, я оденусь понаряднее...» Не дослушав, менеджеры с округлившимися глазами воскликнули: «Как, ещё наряднее?» ... Это был специалист не просто высокого, а высочайшего класса. Тишина, которая стояла

в аудитории, когда она читала лекции, мог позавидовать любой стикер. На её занятия студенты ложились, её отмечали во всех рейтингах как одного из лучших преподавателей, её мнение имело безусловный авторитет у коллег и руководства. Она была строга и авторитарна. Внешний вид не делал её ни смешной, ни безрассудной в профессиональной преподавательской среде.

Следовательно, имидж преподавателя формируют иные факторы, нежели внешний вид? Ведь и студенты, мнение которых изучалось, отвели ему едва ли не последнюю роль. Однако не всё так просто, ибо в нашем случае внешность профессора неизменно вызывала лёгкую оторопь у незнакомого человека, породила когнитивный диссонанс и переносилась на имидж образовательного учреждения. Деловой внешний вид преподавателя ассоциируется с порядком в вузе, опрятность и аккуратность в одежде переносится в сознании интересантов на его профессионализм, а элегантность и стиль в числе других являются факторами благоприятного эмоционального фона. Последнее, как показано исследователями, способствует эффективности процесса обучения [16]. В этом и кроется неизменная важность такого критерия имиджа, как внешний вид. «Встречают по одежке» никто не отменял, и первое впечатление о вузе (подчёркиваем, о вузе, а не только о преподавателе) формируется именно благодаря тому, как выглядят его преподаватели.

Таким образом, проведённое нами исследование убедительно показывает, что неоднозначное отношение студентов к преподавателю вуза в большинстве своем является следствием либо его недостаточного профессионализма, либо его недостаточной педагогической квалификации, не позволяющей ему увлечь и зажечь студентов ни содержанием преподаваемой дисциплины, ни применяемыми образовательными технологиями. Мы не рассматриваем здесь профессиональное выгорание, при котором самому преподавателю его дисциплина ста-

новится неинтересна. Очевидно, что в этом случае увлечь его будет практически невозможно. Студент очень точно воспринимает преподавателя через доминирующие характеристики его имиджа, следовательно, профессиональный имидж – это важная компетенция каждого преподавателя, являющаяся результатом его целенаправленной работы и саморазвития, причём прежде всего – как эксперта в предметной области и квалифицированного педагога. Профессиональный имидж является инструментом педагогического влияния и условием эффективной и продуктивной образовательной деятельности современного педагога высшей школы.

Литература

1. *Абрамов Р., Груздев И., Терентьев Е.* Тревога и энтузиазм в дискурсах об академическом мире: международный и российский контексты // Новое литературное обозрение. 2016. № 2 (138). URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2016/2/trevoga-i-entuziazm-v-diskursah-ob-akademicheskomi-mire-mezhduna.html>
2. *Алавердов А.Р.* Парадоксы в подходе к оплате труда преподавателей частных вузов: кто на кого должен равняться? // Высшее образование в России. 2018. Т. 27. № 3. С. 70–84.
3. *Баранова И.П.* Применение компетентностного подхода в системе высшего образования // Педагогика и психология образования. 2014. № 4. С. 37–42.
4. *Алавердов А.Р.* Эволюция стратегических подходов к мотивации научно-педагогических работников // Высшее образование в России. 2015. № 5. С. 45–53.
5. *Балацкий Е.В.* В поисках академической ренты // Капитал страны. Федеральное Интернет-издание 12.4.14. URL: http://kapital-rus.ru/articles/article/v_poiskah_akademicheskoi_renty/
6. *Имиджелогия. Как нравиться людям /* Под ред. В.М. Шепеля. М.: Народное образование, 2002. 576 с.
7. *Панасюк А.Ю.* Формирование имиджа: Стратегия, психотехники, психотехнологии. М.: Омега-Л, 2007. 266 с.
8. *Громова Н.В.* HR-брендинг в обеспечении конкурентоспособности компаний // Со-

- временная конкуренция. 2016. Т. 10. № 1(55). С. 124–132.
9. Лукашенко М.А. Между школой и бизнесом: что может взять на вооружение высшее образование? // Высшее образование в России. 2016. № 5. С. 33–41.
 10. Балацкий Е.В. Новые тренды в развитии университетского сектора // Мир России. 2015. № 4. С. 72–98.
 11. Рубин Ю.Б., Алексеева Е.В., Леднев М.В., Можжухин Д.П. Обучение предпринимательству: пути укоренения в вузовском сегменте российского образования // Современная конкуренция. 2017. № 1. С. 30–57.
 12. Роботова А.С. Преподаватель-гуманитарий в режиме e-Learning: «волнения души» // Высшее образование в России. 2017. № 3 (210). С. 43–51.
 13. Sarab M.F. Teaching in the Restorative Window: Authenticity, Conviction, and Critical-Restorative Pedagogy in the Work of One Teacher-Leader // Harvard Educational Review: Spring 2018. Vol. 88. No. 1. P. 103–125. URL: <https://doi.org/10.17763/1943-5045-88.1.103>
 14. Aldrup K., Klussman U., Ludtke O., Gollner 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. URL: <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2018.05.006>
 15. Сульчинская Э.Э. Психологическое здоровье преподавателей высшей школы: индивидуальный и организационный аспекты // Прикладная психология: основные проблемы, перспективы и новые направления: Учеб. пособие / Под ред. О.И. Каяшевой, М.Б. Позинной. СПб.: НИЦ АРТ, 2018. С. 56–63.
 16. Bellocchi A., Ritchie S.M., Tobin K., King D., Sandhu M., Henderson S. Emotional climate and high quality learning experiences in science teacher education // Journal of Research in Science Teaching. First published: 18 August 2014. URL: <https://doi.org/10.1002/tea.21170>

Статья поступила в редакцию 20.11.18

Принята к публикации 15.12.18

Image of a University Professor: Students' Views and Priorities

Marianna A. Lukashenko – Dr. Sci. (Economics), Prof., Head of Department of Corporate Culture, e-mail: mlukashenko@synergy.ru

Anastasiya A. Ozhgikhina – Cand. Sci. (Economics), Prof., Head of Faculty of Sport management, e-mail: aozhgikhina@synergy.ru

Moscow University for Industry and Finance “Synergy”, Moscow, Russia

Address: 2, Izmaylovskiy val str., Moscow, 105318, Russian Federation

Abstract. In the light of transformations, which happen in the contemporary society in general and in the higher education sphere in particular, the practical and theoretical significance of the problem of University professor image making is growing. The purpose of this paper is to find out what today's students think about their professors, which parts of their images students find the most important and prioritized. To this end, an experimental research of student's opinions about university professor's image was carried out. This paper provides the analysis of its results. The method of research consisted of oral and written interviews, as well as interviews in social networks. The analysis resulted in considering key features of the image of a contemporary university professor and in giving recommendations on the technology of positive image making. The paper shows that the dominant features of the image are professors' professionalism and expertise in a specific subject area, their pedagogical competence as an ability to implement productive educational process and an emotional intelligence. The paper contains many practical examples which show the legitimacy of students' priorities in part of image features of their professors.

Keywords: image, imageology, university professor's image, pedagogue's image, professional image, business image, features of professor's image, components of image, elements of image

Cite as: Lukashenko, M.A., Ozhgikhina, A.A. (2019). [Image of a University Professor: Students' Views and Priorities]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. Vol. 28. No. 1, pp. 46-56. (In Russ., abstract in Eng.)

DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2018-27-12-46-56>

References

1. Abramov, R., Gruzdev, I., Terentiev, E. (2016). [Anxiety and Enthusiasm in Discourses about the Academic World: International and Russian Contexts]. *Novoe literaturnoe obozrenie* [New Literary Review], No. 2(138) Available at: <http://magazines.russ.ru/nlo/2016/2/trevoga-i-entuziazm-v-diskursah-ob-akademicheskomi-mire-mezhduna.html> (In Russ.)
2. Alavardov, A.R. (2018). [Paradoxes in the Approach to Faculty Remuneration in Private Universities]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. Vol. 27. No. 3, pp. 70-84. (In Russ., abstract in Eng.)
3. Baranova, I.P. (2014). [The Use of Competence-Based Approach in Higher Education]. *Pedagogika i psikhologiya obrazovaniya* [Pedagogy and Psychology of Education]. No. 4, pp. 37-42 (In Russ.)
4. Alavardov, A.R. (2015). [Evolution of Strategic Approaches to Motivation of the University Teaching Staff]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. No. 5, pp. 45-53. (In Russ., abstract in Eng.)
5. Balatskiy, E.V. (2014). [In Search of the Academic Rent]. *Kapital strany. Federal'noe onlain izdanie* [The Capital of the Country. Federal Online Media]. 04.12. Available at: http://kapital-rus.ru/articles/article/v_poiskah_akademicheskoi_renty/ (In Russ.)
6. Shepel, V.M. (Ed) (2002). *Imidzbelogiya. Kak nravit' sya lyudyam* [Imageology. How to Make People Like You]. Moscow: Narodnoe obrazovanie Publ., 576 p. (In Russ.)
7. Panasyuk, A.U. (2007). *Formirovaniye imidzba: Strategiya, Psikhotekhniki, psikhotekhnologii* [Image Formation: Strategy, Psychotechnics, Psychotechnologies]. Moscow: Omega-L Publ., 266 p. (In Russ.)
8. Gromova, N.V. (2016). [HR-Branding in Ensuring Competitiveness of a Company]. *Sovremennaya konkurentsia = Journal of Modern Competition*. Vol. 10. No. 1 (55), pp. 124-132. (In Russ., abstract in Eng.)
9. Lukashenko, M.A. (2016). [Between School and Business: What Can Higher Education Add to Its Arsenal?]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. No. 5, pp. 33-41. (In Russ., abstract in Eng.)
10. Balatskiy, E.V. (2015). [New Trends in Developing the University Sector]. *Mir Rossii* [The World of Russia]. No. 4, pp. 72-98. (In Russ.)
11. Rubin, Yu.B., Alekseeva, E.V., Lednev, M.V., Mozhzhukhin, D.P. (2017). [Teaching Entrepreneurship: The Ways of Entrenching in the University Segment of Russian Education]. *Sovremennaya konkurentsia = Journal of Modern Competition*. No. 1, pp. 30-57. (In Russ., abstract in Eng.)
12. Robotova, A.S. (2017). [Teacher-Humanist in e-Learning Mode: "Worries of Soul"]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. No. 3 (210), pp. 43-51. (In Russ., abstract in Eng.)
13. Sarah, M.F. (2018). [Teaching in the Restorative Window: Authenticity, Conviction, and Critical-Restorative Pedagogy in the Work of One Teacher-Leader]. *Harvard Educational Review*: Spring. Vol. 88. No. 1, pp. 103-125. Available at: <https://doi.org/10.17763/1943-5045-88.1.103>
14. Aldrup, K., Klusman, U., Ludtke, O., Gollner, R., Trautwein, U. (2018). Student Misbehavi-

- or and Teacher Well-Being: Testing the Mediating Role of the Teacher-Student Relationship. *Learning and Instruction*. Vol. 58, pp.126-136. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2018.05.006>.
15. Sulchinskaya, E.E. (2018). [Psychological Health of University Professors: Individual and Organizational Aspects]. In: Kayasheva, O.I. and Pozina, M.B. (Eds). *Prikladnaya psikhologiya: osnovnyye problemy, perspektivy i novye napravleniya* [Applied Psychology: Main Problems, Perspectives and New Directions: Training Manual]. St. Petersburg: NIC ART Publ., pp. 56-63. (In Russ.)
16. Bellocchi, A., Ritchie, S.M., Tobin, K., King, D., Sandhu, M., Henderson, S. (2014). [Emotional Climate and High Quality Learning Experiences in Science Teacher Education]. *Journal of Research in Science Teaching*. First published: 18 August 2014. Available at: <https://doi.org/10.1002/tea.21170>.

*The paper was submitted 20.11.18
Accepted for publication 15.12.18*

 НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА LIBRARY.RU	Science Index РИНЦ-2016	Общественная экспертиза	
	Место в общем рейтинге	Место в общем рейтинге	Средняя оценка
УСПЕХИ ХИМИИ	1	7	3,831
УСПЕХИ ФИЗИЧЕСКИХ НАУК	3	2	3,910
ВОПРОСЫ ФИЛОСОФИИ	6	8	3,827
ФОРСАЙТ	14	361	3,155
СОЦИС	27	32	3,690
ВОПРОСЫ ОБРАЗОВАНИЯ	29	319 (4)	3,199
ПИСЬМА В ЖУРНАЛ ЭКСПЕРИМЕНТ. И ТЕОР. ФИЗИКИ	56	1	3,918
ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ	62	558 (6)	3,008
ПЕДАГОГИКА	173	90 (1)	3,532
ВЕСТНИК МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	224	924 (10)	2,765
ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА	290	514 (5)	3,036
ИНТЕГРАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ	383	818 (8)	2,820
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ	388	177 (2)	3,365
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ СЕГОДНЯ	712	783 (7)	2,844
ИНЖЕНЕРНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ	902	1045 (11)	2,704
УНИВЕРСИТЕТСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ: ПРАКТИКА И АНАЛИЗ	1062	900 (9)	2,776
ALMA MATER	1278	299 (3)	3,223