

future psychologist as a representative of the інтелігенції. identifies specific discipline, contributing to the development of the qualities of an intellectual.

Стаття надійшла до редакції 28.11.2012

УДК 378:37.032

*Игнатюк О.А.
Харьков, Украина*

СТРУКТУРА И УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

Постановка проблемы и актуальность исследования. В настоящее время высшее образование претерпевает преобразования в связи с тенденцией в Европейском союзе иметь общие подходы к образованию и созданию Европейского пространства высшего образования. Это предъявляет новые требования к участникам образовательного процесса, к их социальной и профессиональной деятельности. В связи с переходом на новые стандарты особое внимание уделяется профессионализму личности, достижению ею высокого статуса, развитию информационной и личностной культуры, инновационного творческого мышления.

Сегодня, когда образование воспринимается обществом как одна из высоких ценностей жизни, возрастает значимость профессиональной деятельности, а также имидж самого педагога. Важное место в системе образования принадлежит преподавателям. Именно от их профессиональной подготовки и соответствия современным требованиям будет зависеть будущее высшего образования. Преподаватель своим примером формирует новый стиль поведения, который бы положительно удовлетворял требованиям актуального этапа социального развития, что ведет к исследованиям таких проблем, как имидж личности преподавателя ВУЗа.

Анализ научных трудов по проблеме исследования показывает, что современные исследователи говорят о значимости личностного имиджа педагога, акцентируя внимание на необходимости понимания педагогом того, что его положительный образ играет важную роль в педагогическом процессе. Эти аспекты находят свое отражение в научных трудах А.Н. Алексюка, И.Д. Бега, А.И. Гуры, В.Н. Гриневой, И.А. Зязюна, Н.Б. Евтуха, Е.Н. Ионовой, В.А. Кан-Калика, В.А. Кудина, В.И. Лозовой, Л. М. Митиной, Е.Н. Пехоты, И.Ф. Прокопенко, А.Г. Романовского, С.Я. Ромашиной, Л.С. Рыбалкой, С.А. Сысоевой, О.В. Сухомлинской, Т.И. Сущенко, А.В. Сущенко, С.Д. Якушевой и других.

Цель статьи состоит в изучении условий и путей формирования имиджа преподавателя. В этой связи видим выполнение следующих заданий: во-

первых, определение сути понятия «имидж» вообще и как это понятие трансформируется относительно «имиджа преподавателя»; во-вторых, установление основных элементов, формирующих имидж преподавателя; в-третьих, выявление условий формирования имиджа преподавателя.

Основное содержание работы. Проведенный анализ литературных источников [3-5,9,10 и др.] по проблеме исследования показал, что понятие "имидж" широко используется в самых разных областях знаний: социологии, психологии, политологии, антропологии, акмеологии, культурологии и других науках. А введение в педагогический словарь понятия «имидж» не дань моде. Педагог, выстраивающий индивидуальную траекторию личностного роста, выходит на лидерские позиции, обеспечивая эффективность и качество своей профессиональной деятельности.

В середине 90-х годов появились первые серьезные отечественные разработки по имиджированию, посвященные *психологическим аспектам формирования имиджа* (Р.Ф. Ромашкина, Е.В. Гришунина, П.С. Гуревич, В.М. Шепель и др.). *Имидж будущего педагога* исследовали М.А. Апраксина, Н.А. Тарасенков, В.Н. Черепанова, Е.В. Емельянова и др.; *государственного деятеля* — И.В. Веретенникова, Н.А. Кузнецова, Е.А. Орлова, В.В. Шуваева и др.; факторы эффективности *политического имиджа* — Т.Г. Анистратенко, И.Э. Белоусовой, Л.В. Постниковой и др.; *руководителя* — Ю. Андреевой, С. А. Амантаевой, А. А. Бирюковой и др.; *имидж персональный* — Е.В. Емельяновой, О.А. Пикулевой, Э.Б. Теймуровой и др.; *профессиональный имидж* изучали Ю.В. Андреева, Л.Г. Попова, Н.В. Тарасенко, А.А. Бирюкова; *имидж как феномен интeрcубъeктного взаимодействия* — Е.Б. Перельгиной.

В отличие от самого понятия «имидж», которое сформировалось недавно, имидж, как явление общественной жизни, существовал, вероятно, на всех этапах развития человеческого общества. Косвенным подтверждением того, что забота о подобающем имидже была присуща человеку в разные эпохи, могут служить сохранившиеся прозвища исторических лиц: Ричард Львиное Сердце, Ярослав Мудрый, Иван Грозный, Филипп IV Красивый.

Каждая эпоха создает некий набор типических имиджей, в которых выражает свою сущность. Так, немецкий исследователь XIX века Э. Фукс подчеркивал, что общество отражает себя «не только в идеологиях, философии, науке, системах права, ... но и в правилах поведения и в своих представлениях о телесной красоте...» [11, с. 34].

Имидж является результатом сознательной работы. Особенно это касается ситуации, где имидж является частью профессионального успеха. В этой связи большой интерес для современной имиджологии представляет теория основоположника гуманистической психологии А. Маслоу, который создал иерархию базовых человеческих потребностей. Мы согласны с мнением ученого, который считал, что каждый человек нуждается в устойчивой и, как пра-

вило, високої оцінці власних достоїнств, необхідності кожному одобрення оточуючих і можливості поважати самого себе.

А. Маслоу [7] виділяв потребу людини в репутації або в престижі, які розуміються як повага оточуючих, завоювання статусу, уваги, визнання заслуг, слави. При цьому досягнення всіх цих соціально значимих категорій неможливо без створення адекватного, позитивного оцінюваного іміджу, що відповідає очікуванням і представленням оточуючих.

Проблеми соціальної ідентифікації розглядав і З. Фрейд [2], зв'язуючи це явище з протиставленням любові до власної групи і агресії по відношенню до інших, діленням людей на «своїх» і «не своїх», прагненням бути відомим для своїх і прийнятним в їх колах.

Короткий словник сучасних понять і термінів трактує *імідж*, як (образ, фасадна частина особистості, її зовнішній ефект) — цілеспрямовано формований образ (якого-будь особи, явища, предмета), призначений виконувати емоційно-психологічне вплив на когось в інтересах популяризації, реклами і т. п. [3].

Імідж — це розповідь про себе, символ, який без слів говорить оточуючим про те, на якій ступені суспільної сходи ви стоїте, до якого кола професій належите, який ваш характер, темперамент, смак, ваші фінансові можливості [8].

Слід зазначити, що якщо перенести це визначення в педагогічну сферу діяльності, то *імідж вчителя* можна визначити як певний сукупний образ, що відкриває найбільш характерні для нього риси: компетентність, психосоціальну культуру, особливості образу життя і поведінки і др. [3, 4, 6, 10].

Компетентність вчителя визначає ступінь його підготовленості до різних видів діяльності. Це, свого роду «знання в дії», ознаки яких можна помітити в діловому і соціальному поведінці людини. До особливостей образу життя і поведінки вчителів і студентів можна віднести риси їх ділового поведінки: ініціативні, виконавчі, інертні, особливості ділової і культурної мобільності, життєві інтереси і способи їх реалізації. А саму компетентність вчителів ВНЗ можна охарактеризувати з точки зору того обсягу і класу навичок і умінь, якими вони володіють, їх рівня, досвіду і т. д. [6, 9, 11].

Імідж вчителя ВНЗ включає представлення про наміри, мотиви, здібності, установки, ціннісні орієнтації і психологічні риси вчителя на основі сприйняття відкритих для спостереження рис, таких як зовнішність, психосоціальна культура, особливості вербального і невербального поведінки, соціальне поведінка і інші параметри його діяльності. До особливостей вербального і невер-

бального поведения относят мимику, жестикуляцию, контакт глаз и, наконец, речь, которая характеризуется тембром, тоном, артикуляцией, произношением, направленностью, степенью эмоциональной эмпатии и др. [8].

Параметры не основной деятельности составляют: социальное происхождение, этапы его профессиональной карьеры, семейное и дружеское окружение, интересы, мнения, социальная активность вне работы (спорт, хобби, манера отдыхать и проводить отпуск). В настоящее время западные имиджмейкеры придают особое значение заполнению данной информационной ячейке. Ведь имидж строится не на абстрактных понятиях, а на небольших, но убедительных фактах из жизни личности.

Имидж сегодня является важным аргументом для принятия множества социальных решений. При этом основная часть взаимодействий строится не на сущностном познании другого, а на основе имиджа, акцентируя на публичном взаимодействии. Ибо владение имиджевым механизмом важно, прежде всего, для людей публичных профессий: политиков, журналистов, телеведущих, но главным образом педагогам поскольку занятие (лекция, урок) является источником информации, поставщиком культурных кодов, а также социализацией личности, как преподавателя, так и обучающегося.

В целом, качества, которые формируют имидж преподавателя можно разделить на две группы. Первую группу формируют **профессиональные качества**, к которым относят, например, высокую квалификацию, ответственность и добросовестность, аккуратность и пунктуальность в работе и другие. Вторая группа - характеризует **личностные качества**, как например, толерантность, альтруизм, интеллигентность, проницательность, находчивость, креативность, контактность, дружелюбие, терпеливость, упорство в достижении цели, тактичность, уравновешенность, преданность, умение работать в команде, опрятность и чистоплотность и др.

Авторы в работах [5, 10] отмечают, что изначально имидж личности может быть как **положительным**, который выражается в положительных качествах личности, (*требовательность, строгость, понимания, сострадания, эрудиция, честность, доброта, толерантность, чуткость и другие*), так и **отрицательным**, который выражается в таких качествах, как *грубость, враждебность, высокомерие, нервозность и агрессивность*. Конечно, всегда необходимо стремиться максимально развить в себе положительные качества и устранить отрицательные.

Таким образом, стоит отметить важность следующих тезисов: *во-первых*, имидж преподавателя высшей школы является гармоничной совокупностью внешних и внутренних характеристик, составляющих его структуру, включает типичные и индивидуальные черты и определяет готовность и способность преподавателя к взаимодействию с субъектами образовательного пространства; *во-вторых*, структура имиджа является основой для построения

динамической модели имиджа преподавателя, включающей в себя ядро имиджа (природный компонент), внутренний уровень (личностный, профессиональный, поведенческий компоненты) и внешний уровень (визуальный, аудиальный, кинестетический компоненты), при доминирующем влиянии профессионального компонента.

Система профессионального и последипломного образования уделяет достаточно внимания повышению квалификации преподавателей вуза, его профессиональной компетентности. Но формирование педагога как гармонически развитого субъекта, у которого качества ума удачно сочетаются с физической развитостью, внешней привлекательностью, хорошими манерами, обладающего адекватной самооценкой, часто остается вне поля деятельности образовательных учреждений, тогда как последнее часто становится детерминантом формирования успешной профессиональной деятельности. В этом заключаются основные противоречия, которые обуславливают важность глубокого научного анализа и изучения особенностей имиджа преподавателя и условий его формирования [1].

Если считать, что имидж преподавателя – это такая интегральная характеристика, которая включает в себя совокупность внешних и внутренних индивидуальных, личностных, индивидуальных и профессиональных качеств педагога, которая способствует эффективности педагогической деятельности, то достижение такой гармоничной совокупности качеств требует от преподавателя осознанности действий, что в свою очередь невозможно без рефлексии. С другой стороны, чтобы отрефлексировать свои характеристики, педагогу необходимо знать какие требования предъявляет ему студенческая аудитория и коллеги.

Нельзя не согласиться с мнением исследователя А.А. Калюжного [5], который отмечает, что наиболее важными элементами построения педагогического имиджа являются следующие. *Во-первых*, создание имиджа является только дополнением, а не заменой педагогической деятельности. *Во-вторых*, следует обращаться к созданию педагогического имиджа задолго до начала педагогической деятельности. *В-третьих*, в основе коммуникации должен быть простой язык, а рассматриваемые проблемы должны иметь значение для каждого. *В-четвертых*, обязательно необходимы эксперты со стороны. При использовании данных элементов педагогической техники, прежде всего, необходима его стратегическая направленность.

Вполне очевидно, что преподавателю необходимо не столько развить умение предъявлять себя, сколько умение видеть и оценивать себя и других. Важно осознать то, что целью развития и формирования имиджа преподавателя является не воспитание актера или педагога в маске, а преподавателя с качествами актера, творца, которые должны проявляться в зависимости от решаемых педагогических задач.

Развитию коммуникативной толерантности и формированию позитивного имиджа педагога способствует знание и выполнение «заповедей общения». Ведь, *особенности построения отношений* с людьми – главное в любой деятельности, а тем более в педагогической. Для этого необходимо: *во-первых*, совершенствовать свои взаимоотношения с окружающими людьми, строить их на взаимопонимании и доверии; *во-вторых*, общаясь с человеком, не стоит заикливаться на достижении ваших конкретных целей и задач; *в-третьих*, будучи преподавателем нужно уметь не превратиться в чиновника, для которого программа, план занятия – главное, не стоит забывать, что учащийся, его интересы, стремления, его настоящее и будущее – вот смысл работы педагога; *в-четвертых*, необходимо учиться видеть в каждом человеке, то, что выгодно отличает его от других, ту «изюминку», которая делает его уникальным, неповторимым. Помните, что каждый человек уникален и к каждому необходим свой подход; *в-пятых*, необходимо научиться видеть себя как бы со стороны, глазами других людей. Анализировать, как вы вели себя во время общения с ними, стремиться поставить себя на место того человека, с которым общаетесь; *в-шестых*, стараться чаще улыбаться людям. Улыбка располагает окружающих людей, создает благоприятный эмоциональный настрой, вызывает у других стремление общаться с вами; *в-седьмых*, необходимо развивать свой внутренний духовный мир, таланты и способности.

Подытожим, творческая, духовно богатая личность всегда привлекает других людей, особенно когда все это сопрягается с чуткостью, способностью понимать окружающих. В результате формирования имиджа у каждого педагога создается индивидуальный, только ему присущий стиль педагогической деятельности.

Остановимся на рассмотрении условий формирования имиджа.

Формирование имиджа преподавателя – поэтапный процесс, эффективность создания которого обусловлено рядом условий. К их числу следует отнести: развитие у преподавателей интереса к себе и к миру; осознание преподавателем необходимости формирования позитивного имиджа; проявление собственной активности преподавателя при работе над своим имиджем; знание требований студенческой аудитории к личности и деятельности преподавателя; выявление начального уровня развития качеств, составляющих позитивный имидж преподавателя; овладение педагогом приемами самопознания и самооценивания, а также навыками самоимиджирования и проектирования индивидуального имиджа; соблюдение принципа систематичности при формировании имиджа; соблюдение принципа многообразия форм и методов работы по формированию и коррекции имиджа.

Эффективному формированию имиджа преподавателя ВУЗа способствует использование в этом процессе типологии имиджа преподавателей, по-

звolyающей определить наиболее подходящий типаж и реализовать или изменить свой первичный имидж [10].

Исследуя проблему формирования имиджа преподавателя, следует отметить тот факт, что он неотделим от имиджа самого ВУЗа.

Формирование эффективного имиджа высшего учебного заведения и его поддержание влияет не только на усиление позиций на локальном рынке образовательных услуг, но и в целом позволяет свидетельствовать об уровне развития образования в регионе и в стране, что в значительной мере сказывается на имидже образования. И хотя, с одной стороны, большинство государственных вузов имеют определенный имидж и репутацию, построению имиджа редко уделяется внимание, а ведь это подвижная система, которую необходимо развивать и поддерживать, адаптировать к изменяющимся условиям.

При формировании эффективного имиджа, необходимо четко осознавать в каком направлении работать, т.е. конкретизировать какой тип имиджа разрабатывать. В этом случае, необходимо понять из каких элементов состоит имидж вуза. Определить его структуру. Рассмотрим структуру имиджа вуза, дополняя ее представлениями, которые возникают у общественности относительно ее элементов. В структуре имиджа вуза Н.К. Моисеева [6] выделяет 9 составляющих компонент. Выбор этого подхода связан с тем, что он дифференцирует структуру на элементы и позволяет выявить представления аудитории о каждом компоненте, определить проблемы и предложить возможные корректировки. Ограниченность подхода, заключается в том, что имидж не рассматривается сразу как целое, он дифференцирован, могут возникать противоречия между представлениями компонентов имиджа.

1. Имидж образовательной услуги – представления людей относительно уникальных характеристик, которыми, по их мнению, обладает услуга. Дополнительные услуги (атрибуты) – это то, что обеспечивает ВУЗу отличительные свойства. *Представления:* качество образования, новые специальности, специализации, степень после окончания ВУЗа, стоимость услуги, уровень зарубежных связей.

2. Имидж потребителей образовательных услуг включает информацию о стиле жизни, общественном статусе и некоторых личностных (психологических) характеристиках потребителей. В данном случае, необходимо рассматривать не представления, а реакцию и оценку потребителей относительно имиджа ВУЗа.

3. Внутренний имидж организации – это представления преподавателей и студентов о ВУЗе. Основными детерминантами внутреннего имиджа являются культура организации и социально психологический климат. *Представления:* система духовных ценностей, наличие групп КВН и других творческих групп, театра, технологичность образования, инновационность, финансовая устойчивость, возможность получения высокой заработной платы, стипендии.

4. Имидж ректора ВУЗа и научного совета включает представления о способностях, установках, ценностных ориентациях, психологических характеристиках, внешности.

5. Имидж персонала – это собирательный, обобщенный образ преподавательского состава. *Представления*: профессиональная компетентность: мобильность, аккуратность в выполнении должностных обязанностей, точность выполнения работы, информированность, профессиональная подготовка; культура: коммуникабельность (приветливость в общении, улыбочивость), правильность речи, социально-психологические характеристики преподавателей;

6. Имидж формируется на основе прямого контакта с преподавателем ВУЗа. При этом каждый сотрудник рассматривается как «лицо» ВУЗа, по которому судят об университете в целом.

7. Социальный имидж организации – представления широкой общественности о социальных целях и роли вуза в экономической, социальной и культурной жизни общества. *Представления*: бесплатное обучение детей инвалидов методом дистанционных технологий, сирот, отсрочка от армии, взаимодействию с другими структурами социальной системы общества, к примеру, со школами: заключение договоров о приеме медалистов, проведение вступительных экзаменов в школе.

8. Визуальный имидж организации – представления об организации, основанные на зрительных ощущениях, фиксирующих информацию об интерьере корпусов, лекционных аудиториях, фирменной символике организации. Фирменный стиль является главной составляющей осязаемого имиджа вуза, он является основой при разработке философии университета, при создании внутреннего и личного имиджа. К визуальному имиджу можно отнести и интернет-представительство, когда ВУЗ позиционирует себя с помощью сайта. *Представления*: символика ВУЗа имеет давнюю традицию и хорошо запоминаема и известна. На сайте ВУЗа можно найти полную информацию о ВУЗе, качественно выполненный сайт.

9. Бизнес-имидж организации – представления об организации как о субъекте деловой активности. В качестве составляющих бизнес-имиджа ВУЗа выступает деловая репутация, знаменитые выпускники, докторантуры, аспирантуры, инновационные технологии, разнообразие факультетов, новые специальности, скорость реагирования на изменение.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Проведенные исследования показали, что имидж преподавателя – это такая интегральная характеристика, которая включает в себя совокупность внешних и внутренних индивидуальных, личностных, индивидуальных и профессиональных качеств педагога, которая способствует эффективности педагогической деятельности. Основными элементами, формирующими имидж преподавателя, являются его профессиональные и личностные качества. Поэтому для формирования позитивного

имиджа преподавателю следует развивать в себе внешние и внутренние, личностные и профессиональные качества, которые способствуют эффективности педагогической деятельности.

На формирование имиджа преподавателя влияет ряд условий, среди которых: осознание преподавателем необходимости формирования позитивного имиджа; проявление активности при работе над имиджем; знание требований к личности и деятельности преподавателя; овладение приемами формирования позитивного имиджа; систематичность при формировании имиджа.

Список литературы: 1. *Баринов В.А.* Стратегический менеджмент: Учебник / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. – М.: ИНФРА-М, 2006, – 236с. 2. *Богданов Е.Н.* Психологические основы «Паблик рилейшнз» /Е.Н. Богданов, В.Г. Зазыкин. – СПб.: Питер, 2003. – 208 с. 3. *Васюкова И.А.* Словарь иностранных слов. – М.: АСТ-ПРЕСС, 1998 – 640 с. 4. *Исенко С.П.* Имидж современного педагога / С.П. Исенко // Методист: Научно-методический журнал. – 2006. – № 8. – с. 24-31. 5. *Калюжный А.А.* Педагогическая имиджелогия: Учебное пособие для студентов вузов /А.А. Калюжный. – Алматы: Гылым, 2004. – 200 с. 6. *Крылов А.Н.* Влияние имиджа на качество учебного процесса в вузе / Управление качеством учебного процесса в вузе: Проблемы и перспективы. – М.: Издательство Национального института бизнеса, 2006. – 352 с. 7. *Маслоу А.* Мотивация и личность /А.Маслоу. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с. 8. *Пайнс Э.* Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач– СПб: Питер, 2000. – 514 с. 9. *Панасюк А.Ю.* Имидж. Энциклопедический словарь /А.Ю. Панасюк. – М.: РИПОЛ Классик, 2007. – 768 с. 10. *Панасюк А.Ю.* Формирование имиджа: Стратегия, психотехники, психотехнологии / А.Ю. Панасюк. – М.: Омега-Л, 2007. – 266 с. 11. *Фукс Э.* История нравов / Фукс Э. – М.: Русич, 2010. – 544 с.

Bibliography (transliterated): 1. Barinov V.A. Strategicheskij menedzhment: Uchebnik / V.A. Barinov, V.L. Harchenko. – М.: INFRA-M, 2006, – 236s. 2. Bogdanov E.N. Psihologicheskie osnovy «Pablik rileyshnz» /E.N. Bogdanov, V.G. Zazykin. – Spb.: Piter, 2003. – 208 s. 3. Vasjukova I.A. Slovar' inostrannyh slov. – М.: AST-PRESS, 1998 – 640 s. 4. Isenko S.P. Imidzh sovremennogo pedagoga / S.P. Isenko // Metodist: Nauchno-metodicheskij zhurnal. – 2006. – № 8. – s. 24-31. 5. Kaljuzhnyj A.A. Pedagogicheskaja imidzhelogija: Uchebnoe posobie dlja studentov vuzov /A.A. Kaljuzhnyj. – Almaty: Gylym, 2004. – 200 s. 6. Krylov A.N. Vlijanie imidzha na kachestvo uchebnogo processa v vuzе / Upravlenie kachestvom uchebnogo processa v vuzе: Problemy i perspektivy. – М.: Izdatel'stvo Nacional'nogo instituta biznesa, 2006. – 352 s. 7. Maslou A. Motivacija i lichnost' /A.Maslou. – SPb.: Evrazija, 1999. – 478 s. 8. Pajns Je. Praktikum po social'noj psihologii / Je. Pajns, K. Maslach– SPb: Piter, 2000. – 514 s. 9. Panasjuk A.Ju. Imidzh. Jenciklopedicheskij slovar' /A.Ju. Panasjuk. – М.: RIPOL Klassik, 2007. – 768 s. 10. Panasjuk A.Ju. Formirovanie imidzha: Strategija, psihotehniki, psihotehnologii / A.Ju. Panasjuk. –

М.: Omega-L, 2007. – 266 s. 11. Fuks Je. Istorija npravov / Fuks Je. – М.: Rusich, 2010. – 544 s.

Игнатюк О.А.

СТРУКТУРА И УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

Статья посвящена проблеме личностно-профессионального развития и совершенствования педагога. В центре внимания исследования находится анализ различных подходов к определению понятия «имидж педагога». В работе приводятся основные элементы, формирующие имидж преподавателя и условия его формирования.

Игнатюк О.А.

СТРУКТУРА ТА УМОВИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ВИКЛАДАЧА

Статтю присвячено проблемі особистісно-професійного розвитку та самовдосконалення педагога. У центрі уваги дослідження знаходиться аналіз різноманітних підходів до визначення поняття «імідж викладача». У праці наводяться основні елементи, які формують імідж викладача та умови його формування.

Ignatyuk O.

STRUCTURE AND CONDITIONS OF FORMATION OF IMAGE OF THE TEACHER

The article is devoted to a problem of the person-professional development and perfection of the teacher. At the centre of attention of research there is an analysis of the various approaches to definition of concept " image of the teacher ". The basic elements forming image of the teacher and a conditions of its formation are resulted in article.

Стаття надійшла до редакції 28.09.2012

УДК 378.004

*Подригало М. А., Чаплигін О.
К.,
м. Харків, Україна*

ДЕЯКІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ФАХІВЦЯ ВИЩОЇ КВАЛІФІКАЦІЇ

Попри складнощі, які переживає сучасна українська вища школа, як завжди актуальною є підготовка кадрів вищої кваліфікації. Молоді науковці,