

**Напрям 5. Етико-психологічні аспекти педагогічної майстерності викладача
закладу вищої освіти**

Михайленко О.В.

доцент кафедри соціальної роботи та освітніх і педагогічних наук,
кандидат педагогічних наук, доцент,
Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка
м. Чернігів, Україна

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ВИКЛАДАЧІВ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЯК ПРОБЛЕМА ПЕДАГОГІЧНОЇ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ

Фасилітаційний підхід до освіти та виховання висуває на перший план особистісний потенціал педагога, його здатність перетворювати себе, долати свої психологічні бар'єри та стереотипи, переосмислювати свої професійні стереотипи та очікування. Самореалізація в професії передбачає постійний пошук засобів, адекватних набутим знанням, досвіду, вмінням і навичкам, всьому тому, що складає професійно-особистісний портрет. Особистий імідж педагога виявляється нерозривно пов'язаним з професійним: людина сприймається, перш за все, як представник певної професійної спільноти, носій професійних якостей. Іміджування фахівця стає важливим завданням у системі професійної підготовки та перепідготовки.

В інформаційному суспільстві викладач закладу вищої освіти (ЗВО) перестає бути єдиним носієм потрібної інформації, певним чином втрачає свою інформаційну винятковість і унікальність. У сучасному світі освіта стає сферою освітніх послуг, а здобувач освіти – клієнтом, який обирає свою освітню траєкторію, тому акцент у викладанні зміщується на користь формування комунікативної та технологічної гнучкості викладача, вміння вибудовувати оптимальну та продуктивну комунікацію.

Проблема ефективності іміджу – одна з найактуальніших у сучасній педагогічній іміджелогії. Ефективний імідж викладача ЗВО вибудовується з урахуванням специфіки його діяльності та особливостей сприймаючої аудиторії. Специфіка іміджу педагога ЗВО полягає в поєднанні двох різнопланових іміджів – іміджу вченого, який акцентує аналітизм, абстрактність мислення, захопленість науковим пошуком, і іміджу педагога, орієнтованого на генерацію інформації,

організацію процесу її найкращого засвоєння, позитивність, зрозумілість, доступність, відкритість, комунікабельність.

Термін «імідж» у перекладі з англійської означає «образ», «зображення». З позиції сприйняття образу суб'єктом іміджу можна інтерпретувати, за визначенням А. Панасюка, «як сукупність як «матеріальних» («видимих») характеристик об'єкта, так й «ідеальних» («не видимих») його характеристик...» [5, с 12]. Саме в такій інтерпретації найчастіше автори і розглядають дефініцію «імідж»: з позиції того, яке враження вплинуло на зовнішнє сприйняття суб'єкта чи об'єкта.

Науковець Г. Почепцов вважає, що імідж – це знаковий замінник, що відображає основні риси портрета людини. Дослідник Т. Пархоменко пропонує називати іміджем взагалі нову реальність, процес створення якої цілеспрямовано організований і має чітко задані параметри. При цьому створена реальність часом не має нічого спільного з тим об'єктивно існуючим носієм, для якого вона створюється. Інакше кажучи, ця нова цілеспрямовано створювана суб'єктивна реальність, іменована іміджем, має символічну природу, тобто це символічна реальність [1].

У великому тлумачному словнику української мови наведене наступне визначення: «Рекламний, представницький образ кого-небудь (напр. громадського діяча), що створюється для населення» [3, с. 120].

Імідж – це штучна імітація або подання зовнішньої форми будь-якого об'єкта, особливо особи. Імідж – це уявлення про людину, товар чи інститут, який цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою публіситі, реклами або пропаганди, зазначає В. Королько. Імідж – фасадна частина образу, в якій манери (жести) і міміка виступають як найбільш виразні архітектурні елементи, додає В. Шепель [4].

Сучасна студентська аудиторія досить прагматична, раціональна, але при цьому психологічно беззахисна, потребує педагогічної підтримки, що актуалізує необхідність формування позитивного іміджу викладача ЗВО, що викликає у студентів інтерес до себе і навчальної дисципліни, довіру, повагу, симпатію, що створює атмосферу психологічної безпеки та комфорту.

Обов'язковою вимогою до професійного іміджу є його функціональність, що дозволяє вирішувати певні практичні завдання у діяльності та спілкуванні. Специфіка сучасного освітнього процесу та основні іміджеві завдання педагогічної діяльності припускають необхідність проєктування, формування та корегування професійного іміджу викладача ЗВО.

Вважаємо цілком логічною та обґрунтованою базову модель технології іміджмейкінгу, розроблену В. Шепелем і що складається з таких позицій самопрезентації: формування позитивної «Я-концепції» особистості; фейсбїлдинг – створення особи з урахуванням усіх супутніх факторів (інформування про міміку та закономірності прояву емоцій на особі); кінесіка – тілесне інформування; дизайн одягу – підбір та носіння одягу, використання аксесуарів; володіння словом – розвиненість риторичних навичок; флюїдне випромінювання – створення особистісного біоенергетичного поля; комунікативна механіка – майстерність спілкування [2].

Розвиток позитивної «Я-концепції», позитивного світосприйняття – перший етап роботи у технології іміджування педагога. Досвід спілкування з викладачами засвідчує, що однією із значущих проблем є розвиток позитивного самонастрою, вибудовування оптимістичної гіпотези власного «Я».

Позитивність викладача проявляється в позитивному відношенні до педагогічної діяльності та педагогічної професії, студенту як суб'єкту освітнього процесу і самому собі як професіоналу. В цілях оптимізації освітнього процесу, гармонізації власного «Я» і «Я» студентів, педагогу необхідно навчитися пізнавати себе, специфіку своїх емоційних станів, аналізувати причини їх появи і наслідки їх фіксації, вміти приймати себе в усьому розмаїтті когнітивних, емоційних, поведінкових проявів. Саме на етапі побудови позитивної «Я-концепції» техніки іміджування найбільш ефективні, оскільки дозволяють розкрити ресурсну зону особистості.

Практична реалізація програми іміджмейкінгу вимагає відповіді на запитання: «Якими засобами формувати імідж людини, враховуючи, що суб'єктом освіти є доросла і досвідчена людина, яка перебуває в полоні

соціальних і професійних стереотипів?». При вибудовуванні занять необхідно враховувати основні положення андрагогіки: доросла людина усвідомлює себе самостійною, самокерованою особистістю, що має запас життєвого та професійного досвіду, який стає все більш важливим джерелом освіти її самої та її колег; в основі її готовності до освіти є прагнення за допомогою навчання вирішити свої життєво важливі проблеми і досягти конкретних цілей; верховенство самостійної освіти, коли саме самостійна діяльність стає основним видом освітньої діяльності дорослих.

Вибір форм проведення занять з побудови іміджу обумовлений необхідністю не просто повідомляти знання, а організовувати процес їх присвоєння, осмислення досвіду у вправах. Найоптимальнішими і педагогічно доцільними формами іміджування є «педагогічна майстерня», «арттерапевтична майстерня» і «тренінг» як логічне поєднання теоретичного, методичного та технологічного вивчення іміджологічної та педагогічної проблеми. Саме ці форми сприяють розвитку гуманістичної та рефлексивної культури педагога, формуванню багатовекторного, комплексного погляду на проблему, розвитку мовно комунікативних умінь. Логіка побудови занять полягає в актуалізації особистого досвіду учасників – через руйнування обмежуючих професійних і особистих стереотипів до нового знання щодо предмету дослідження (сутності та специфіці особистого та професійного іміджу).

Список використаних джерел

1. Барна Н.В. Іміджологія: навч. посіб. для дистанційного навчання / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ: Університет «Україна», 2008. 217 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf.
2. Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / укл. та гол. ред. В.Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. 1728 с. URL: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0000728%5F4.
4. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір: навчальний посібник. Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. 308 с.

URL: https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3688/Diachuk_Imigologia.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

5. Хавкіна Л.М. Іміджелогія: навчально-методичний посібник. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. 64 с.