

наведеному фрагменті автор надає факти стосовно впровадження графіку вимкнення електроенергії, а також називає дані стосовно країн, які підтримують Україну в часи скрути та втрати електроенергії. Ця інформація в статті британського видавництва дозволяє читачам мати краще уявлення про справжній стан життя українців під час російської агресії. В деяких фрагментах статей ми спостерігаємо поєднання всіх трьох стратегій для підсилення ефективності повідомлення статті. Наприклад: “As of Sunday evening, stabilisation blackouts continue in Kyiv and six regions. Ukraine's president, Volodymyr Zelenskiv, said. Describing the situation as “really difficult” he said more than 4.5m Ukrainians – mostly in Kyiv and the surrounding region – were without electricity” [8]. В проілюстрованому уривку стратегія етосу демонструється завдяки цитуванню слів Президента України Володимира Зеленського, що переконує читачів, що ситуація є дійсно складною, якщо про це говорить лідер держави. Персуазивну стратегію логосу ми зафіксуємо в наданні статистичних даних для ознайомлення читачів видання про кількість людей без електрики в Києві. Завдяки опису ситуації як “дуже складної” застосовується стратегія пафосу з метою викликання емоцій співчуття та співпереживання в читачів статей іноземного видання.

Отже, механізмами реалізації персуазивного впливу на свідомість читачів слугують персуазивні стратегії, які з точки зору риторики передбачають сукупність таких ключових стратегій, як етос, пафос і логос. Дані стратегії є абсолютною необхідністю для кожного автора, який прагне поширити свою ідею серед громади.

ЛІТЕРАТУРА

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Підручник. Полтава. Довкілля-К. 2008. 712 с.
2. Сковронська І. Ю. Етос, логос, пафос як базові модуси судової риторики античних часів. *Journal of Juridic National: theories i practica*. Nr 1–1 (29). 2018. С. 29–33.
3. Федоренко С. В. Англомовний публіцистичний дискурс як соціокультурологічний лінгвістичний феномен сучасного комунікативного простору в перекладацькому аспекті. *Молодий вчений*. 2015. № 1(1). С. 194–196.
4. Федорів Я. Р. Маніпулятивна риторика: лінгвопрагматичний аналіз стратегій прихованого впливу. *Наукові записки НаУКМА*. Т. 111: Філологічні науки. 2010. С. 7–10.
5. Sakbanita R., Ginting P., Sili S., Setyowati R. The persuasive technique types in Donald Trump's publicspeaking. *Jurnal Ilmu Budaya*. Vol. 3, No 2. 2019. pp. 197–206.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. 'A car goes by with a loudspeaker telling us to leave Kherson. We stay'. *The Guardian*. 2022. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/world/2022/nov/06/a-car-goes-by-with-a-loudspeaker-telling-us-to-leave-kherson-we-stay> (дата звернення 06.11.2022 р.).
2. Russian troops loot Kherson as lines redrawn ahead of final battle for city. *The Guardian*. 2022. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/world/2022/nov/05/ukraine-russian-troops-loot-kherson-as-lines-redrawn-ahead-of-final-battle-for-city> (дата звернення 06.11.2022 р.).
3. Occupied Kherson loses power, as Kyiv mayor urges residents to prepare for total blackouts. 2022. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/world/2022/nov/07/ukraine-occupied-kherson-loses-power-as-kyiv-mayor-urges-residents-to-prepare-for-total-blackouts> (дата звернення 07.11.2022 р.).

УДК 378:614.253

**В.І. Ільченко, К.В. Пікуль, К.Ю. Прилуцький,
Л.М. Горіздра, А.М. Дуднікова**

**Полтавський державний медичний університет, Україна
ІМІДЖ ПЕДАГОГА В СУЧАСНОМУ СВІТІ**

Протягом останніх років конкуренція між вищими навчальними закладами (далі – ВНЗ) постійно загострюється, що зумовлює необхідність формування позитивного

іміджу ВНЗ у суспільстві та проведення активної іміджевої політики. Одним із ключових елементів досягнення високого рівня освітнього закладу та формування сприятливого іміджу на ринку освітніх послуг є імідж викладачів і студентів.

Професійний імідж викладача – це певний образ особистості викладача, який формується ним свідомо чи неусвідомлено в результаті взаємодії особистості викладача (сукупності його мотивів, інтересів, спрямованості, соціально-психологічних рис, наявних знань, умінь та навичок), вимог професії (необхідних для виконання соціальної ролі викладача знань, умінь та навичок, соціально-психологічних якостей та особливостей поведінки викладача) та цільової аудиторії (колег, студентів, керівництва, суспільства).

Класичний педагогічний імідж або образ педагога як взірця для наслідування студентами формується поступово, охоплюючи і внутрішні, і зовнішні якості особистості, що погребують цілеспрямованого формування, розвитку й удосконалення. До визначення структурних компонентів іміджу фахівця також немає єдиного підходу. У структурі іміджу одні виділяють візуальний образ (костюм, зачіска, пластика, міміка, голос); інші - професіоналізм, компетентність, моральну надійність, гуманітарну освіченість; треті - внутрішній образ (темперамент, настрій, особистісні якості) і менталітет (духовна практика, інтелект)

Складові педагогічної культури. Педагогічна культура – складний соціально-педагогічний феномен, який слід розглядати як інтегровану єдність певних структурних компонентів особистості, що гармонійно поєднуються між собою: наукового світогляду і наукових знань, ерудиції, духовного багатства, особливих особистісних якостей (гуманізму, справедливості, вимогливої доброти, толерантності, тактовності, прагнення до самовдосконалення), культури педагогічного мислення, психолого-педагогічної і методичної підготовки, досконалого володіння педагогічною технікою, позитивного педагогічного іміджу, зовнішньої естетичної привабливості.

У дослідженнях В.М. Гриньова визначені основні складові педагогічної культури, що можна подати у вигляді схеми:



Зазначимо, що особистий імідж викладача закладу вищої освіти – це форма професійної життєдіяльності особистості, завдяки якій позиціонуються його особистісно-ділові характеристики. У процесі зміни себе до бажаного образу Д. Скотт виокремлює три головні стадії і пропонує технологію їх упровадження (мал. 1):

- Вибір критеріїв формування нового образу
- "Занурення" в новий образ
- Апробація і корекція нового образу

Зазначимо, що ряд науковців, які досліджували проблеми формування педагогічного іміджу у педагогів вищої школи та лінії їхньої педагогічної поведінки зазначають декілька етапів, які можемо представити наступним чином:

–Перший етап передбачає сприйняття образу на основі якого буде формуватися позитивний імідж викладача.

–Другий етап включає аналіз інформації та уявну корекцію сприйнятого образу у відповідності до ідеального.

–Третій етап прогнозує використання (примірювання, програвання) окремих елементів бажаного іміджу: стилі спілкування, техніки володіння жестами, одягу тощо.

–Четвертий етап дозволяє здійснити «вживання» в образ.

–П'ятий етап позиціонує індивідуалізацію сформованого образу.

Таким чином, формування та розвиток іміджу викладача ЗВО відбувається поетапно і кожний етап віддзеркалює певний процес у житті, професійній діяльності педагога та прогнозований на успіх. У свою чергу на основі самооцінки педагог робить висновки щодо рис свого характеру які слід було б вилучити, а які розвивати. Наукові доробки вітчизняних і зарубіжних вчених щодо іміджевої діяльності, засвідчують, що зміст, основні поняття, форми і методи розвитку професійного іміджу лише за останні роки склали основу окремої наукової галузі – іміджології. Ознайомлення із особливостями педагогічної іміджології, дало можливість усвідомити, що імідж викладача вищої школи виконує ряд різних функцій: професійну, адаптаційну, функцію особистісної реалізації, аксіологічну, комунікативну, евристичну, психотерапевтичну.

Професійна функція дозволяє майбутньому викладачеві ЗВО реалізуватись в конкретній галузі: менеджмент, бізнес, виробництво, політика, банківська справа, наука, освіта та ін.

Адаптаційна функція необхідна майбутньому викладачеві ЗВО для швидкого і комфортного пристосування до певного середовища, ситуації, конкретних ділових партнерів чи форми комунікації (переговори, пресконференція, публічний виступ, лекція, дебати тощо). Функція особистісної реалізації майбутньому педагогу максимально розкрити індивідуальні особливості і задатки стосовно до конкретного виду діяльності, здійснювати самореалізацію і розвиток.

Аксіологічна функція орієнтує майбутнього викладача ЗВО на індивідуальні професійні цінності, цілі, особистісну мотивацію, сенс життя, що є підґрунтям для діяльності і поведінки в суб'єктивному і об'єктивному, в реальному та ілюзорному світі.

Комунікативна функція дозволяє майбутньому педагогу позитивно організовувати конструктивне, партнерське спілкування на всіх рівнях взаємодії,

ефективно обмінюватись інформацією, досягати взаєморозуміння, чинити сприятливий вплив на оточуючих в потрібному для себе напрямі.

Евристична функція зосереджує увагу майбутнього викладача ЗВО на реалізації свого креативного потенціалу у професійній, науковій, комерційній діяльності, в створенні унікальних пропозицій в сфері освітніх послуг.

Психотерапевтична функція полягає в усвідомленні своєї значимості, психологічної та емоційної стійкості, упевненості в своєму призначенні, оптимізмі (програмування своєї підсвідомості на успіх). Серед важливих компонентів, що формують імідж майбутнього педагога, вирізняють його професійну компетентність і ерудицію, педагогічну рефлексію, педагогічне мислення та імпровізацію, педагогічне спілкування, педагогічну техніку тощо. В свою чергу, формування іміджу викладача ЗВО у кожному закладі освіти є процесом розвитку, який має свою специфіку та особливості.

Отже, розвиток позитивного іміджу викладача ЗВО, виступає однією із складових модернізації вищої освіти, є на сьогодні дуже важливим і необхідним. З одного боку – це конкурентоспроможність викладача на ринку освітніх послуг; з іншого – реформування старих методів навчання та виховання студентської молоді, які в більшій мірі себе вже вичерпали і не відповідають вимогам сьогодення, а тим більше майбутнього поствоєнного періоду.

ЛІТЕРАТУРА

1. Грейліх О. Психологія формування іміджу викладача вищого навчального закладу / О. Грейліх // Гуманітарний вісник Державного вищого навчального закладу «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». – Переяслав-Хмельницький, 2010. – Вип. 19. – С. 294–299.
2. Лугова В.М., Чумак Г.М. Формування професійного іміджу викладача в закладах вищої освіти. Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Педагогіка» 2019. Том 6 № 11. URL: <https://amtp.org.ua/index.php/journal/issue/view/14>
3. Якушева А. Значущі якості особистості педагога / А. Якушева // Відкритий урок: розробки, технології, досвід - 2013. - № 6 - С. 88.