

УДК 378.091

[https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-11\(11\)-203-210](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2022-11(11)-203-210)

Нагорняк Світлана Василівна кандидат педагогічних наук, проректор з науково-педагогічної роботи, Вінницький кооперативний інститут, вул. Академіка Янгеля, 59, м. Вінниця, 21009, тел.: (097) 251-74-57, <https://orcid.org/0000-0002-5311-3303>

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОГО БРЕНДУ ВИКЛАДАЧА

Анотація. У статті розкриті особливості формування особистого бренду викладача ЗВО в умовах сьогодення. Визначено, що особистий бренд викладача передбачає постійний саморозвиток, підвищення рівня знань, педагогічної майстерності, професіоналізм, постійне спілкування з цільовою аудиторією. Встановлено, що на формування особистого бренду викладача впливає безпосередньо імідж, при чому перевагою іміджу викладача в соціальному середовищі Інтернету є можливість знайти партнерів по співпраці, залучити абітурієнтів до навчання у ЗВО. Процес формування та управління особистим іміджем викладачів ЗВО залежить як від самих викладачів, так і від освітньої системи. Характерною рисою сучасної іміджевої освіти є її комунікативна спрямованість. Формування особистого бренду викладача ЗВО є не тільки добровільним процесом, але й може бути адресним. Особистий бренд викладача дозволяє розкрити особистий потенціал, використовувати новітні методи самореалізації, підвищувати самооцінку та впевненість у своїх силах, відчувати власні потреби. Визначено, що характерними рисами особистого бренду викладача є експертність (сильні сторони в галузі спеціалізації), соціальна роль (становище в суспільному житті), особистісність (цінності та особисті якості в основному відображаються в тоні спілкування з аудиторією та словах, які використовує викладач). Формування особистого бренду викладача передбачає проходження кожного етапу навчання впродовж життя, і при тому вимагає ефективного оволодіння цифровими технологіями, іноземними мовами. Доведено що формування особистого бренду викладача є складним, поетапним процесом, який передбачає прагнення до реалізації індивідуальних якостей, мотивації до саморегуляції, критичного аналізу своєї професійної компетентності, ґрунтовного засвоєння теоретичного матеріалу, набуття літературних знань і високих навчальних умінь. Бренд викладача ЗВО є одним із ефективних засобів підвищення конкурентоспроможності як ЗВО, так і викладача безпосередньо. Виявлено, що процес формування

особистого бренду викладача повинен бути спрямований на розуміння та бачення викладачем своєї кар'єри та перспектив, визначення умов розвитку та ознайомлення з основними шляхами професійної реалізації.

Ключові слова: особистий бренд викладача, імідж викладача, ЗВО, соціальне середовище, цифровізація.

Nahorniak Svitlana Vasylivna Candidate of Pedagogical Sciences, Vice-Rector of Scientific and Pedagogical work, Vinnytsia Cooperative Institute, Academician Yanhel St., 59, Vinnytsia, 21009, tel.: (097) 251-74-57, <https://orcid.org/0000-0002-5311-3303>

FEATURES OF FORMING A TEACHER'S PERSONAL BRAND

Abstract. The article reveals the peculiarities of the formation of a personal brand of a teacher of higher education in today's conditions. It was determined that the teacher's personal brand involves constant self-development, increasing the level of knowledge, pedagogical skills, professionalism, and constant communication with the target audience. It has been established that the formation of a teacher's personal brand is directly influenced by the image, and the advantage of the teacher's image in the social environment of the Internet is the opportunity to find cooperation partners, to attract applicants to study at higher education institutions. The process of formation and management of the personal image of teachers of higher education institutions depends both on the teachers themselves and on the educational system. A characteristic feature of modern image education is its communicative focus. Formation of the personal brand of a teacher of higher education is not only a voluntary process, but it can also be targeted. The teacher's personal brand allows you to reveal your personal potential, use the latest methods of self-realization, increase your self-esteem and confidence in your abilities, and feel your own needs. It was determined that the characteristic features of a teacher's personal brand are expertise (strengths in the field of specialization), social role (position in public life), personality (values and personal qualities are mainly reflected in the tone of communication with the audience and the words used by the teacher). The formation of a teacher's personal brand involves the completion of each stage of education throughout life, and at the same time requires effective mastery of digital technologies and foreign languages. It has been proven that the formation of a teacher's personal brand is a complex, step-by-step process that involves striving for the realization of individual qualities, motivation for self-regulation, critical analysis of one's professional competence, thorough assimilation of theoretical material, acquisition of literary knowledge and high educational skills. The brand of a teacher of higher educational institutions is one of the effective means of increasing the competitiveness of both higher

education institutions and the teacher directly. It was revealed that the process of forming a teacher's personal brand should be aimed at the teacher's understanding and vision of his career and prospects, determining the conditions for development and familiarization with the main ways of professional realization.

Keywords: teacher's personal brand, teacher's image, higher education, social environment, digitalization.

Постановка проблеми. Проблема формування та розвитку особистого бренду викладача не є новою для психолого-педагогічної спільноти. Проте в сучасних умовах для переходу ЗВО на дистанційний/змішаний формат навчання потрібен новий формат спілкування зі студентами. Перед адміністраціями ЗВО стоїть завдання ефективно організувати альтернативні навчальні програми та забезпечити викладачів оптимальними для цієї освітньої моделі навичками, методами та інструментами. Зрозуміло, що реалії сьогодення актуалізують необхідність зміни векторів освіти та розвитку професійно-особистісного бренду вчителя. На цьому фоні актуальним є питання формування особистого бренду викладача в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над вирішенням проблем формування особистого бренду викладача працює зовсім незначна кількість науковців, серед яких ґрунтовні дослідження здійснюють Євтушенко Г., Кадлубович Т., Лаврійчук В., Підчук Д., Плахотнік О., Стовба Т., Трач О., Черняк Д., Юник І. та інші.

З огляду на те, питання особистого бренду сучасного викладача залишаються одними із малодосліджених, у зв'язку з чим існує недостатній інтерес до організації системної роботи, спрямованої на формування особистого бренду викладача вищої школи.

Метою статті є розкриття особливостей формування особистого бренду викладача ЗВО в умовах сьогодення.

Виклад основного матеріалу. Особистий бренд викладача – це постійний саморозвиток, підвищення рівня знань, педагогічної майстерності, професіоналізм, постійне спілкування з цільовою аудиторією. Створення особистого бренду вимагає тривалої роботи, креативності та стратегічного мислення, але це доступно кожному, особливо викладачам, які є лідерами думок та експертами у сфері вищої освіти.

Виключну роль у створенні особистого бренду відіграє наукова діяльність викладачів, яка включає проведення науково-практичних конференцій, симпозіумів, круглих столів, науково-методичних семінарів, марафонів, професійно-технічних конкурсів, публікацію результатів досліджень у журналах, розробку та видання монографій, методичних рекомендацій, навчальних посібників, підручників в Україні та за кордоном.

Ці заходи не лише реально підтверджують високий професійний рівень викладачів та демонструють їхній особистий досвід, а й сприяють зміцненню авторитету професійної спільноти для обміну досягненнями науки та освіти та отримання нових знань і досвіду [1].

В епоху глобальної комп'ютеризації та цифровізації формування особистого бренду викладача в соціальному середовищі Інтернет є актуальним вирішенням цієї проблеми. Враховуючи популярність соціальних медіа в Інтернеті, можна створювати персональні сторінки в соціальних мережах для формування бренду викладачів. Персональна сторінка викладача повинна також доповнювати імідж викладача і при тому мати відповідний вигляд і зміст.

Враховуючи те, що на формування особистого бренду викладача впливає безпосередньо імідж, то перевагою іміджу викладача в соціальному середовищі Інтернету є можливість знайти партнерів по співпраці, залучити абітурієнтів до навчання у ЗВО, надати цікаву та корисну інформацію про свою сферу діяльності тощо [2].

Професійно-особистісний імідж викладача передбачає гармонійне поєднання зовнішніх і внутрішніх, особистісно-професійних якостей, і при чому покликаний продемонструвати бажання, волю і вміння викладача вести тематичне спілкування з учасниками навчального процесу. Свій професійний імідж викладачі можуть реалізувати завдяки системним здібностям. Це сприятиме підвищенню якості освіти, інноваційному розвитку освіти за світовими стандартами, значному зростанню інтелектуального, культурного, духовно-морального потенціалу [3].

Процес формування та управління особистим іміджем викладачів ЗВО залежить як від самих викладачів, так і від освітньої системи. Уявлення ЗВО про вплив іміджу викладача на процес навчання вплинуло на розробку та реалізацію різноманітних заходів. Характерною рисою сучасної іміджевої освіти є її комунікативна спрямованість. Тому особливо ефективними є методи навчання, які спираються на контакт і взаємодію, забезпечують налагодження діалогу. У зв'язку з цим необхідно використовувати ряд сучасних методів для забезпечення формування практичних навичок у контексті формування іміджу викладачів. Зокрема, потрібно проводити [4]: 1) лекція-дискусії, які мають бути спрямовані на вільний діалог та обмін думками між викладачами, студентами та фахівцями інших галузей, за рахунок чого досягається самовизначення викладача, створюється чітка професійна позиція по відношенню до своєї роботи, натхнення і «повага» до обраної професії, прагнення до саморозвитку; 2) лекція-презентації, які мають бути спрямовані на розширення знань з досліджуваної проблеми, чого можна досягти за допомогою використання комп'ютера та інформаційних технологій.

Основною перевагою цих методів є висока корисна цінність, а також симбіоз теоретичного матеріалу викладача та практичного досвіду. На цих лекціях один викладач ділиться досвідом з іншим, демонструються методики навчання та авторські програми, отримуються рекомендації.

У контексті формування особистого бренду викладача важливе місце займає контент сторінок у соціальних мережах. Наприклад, замість того, щоб репостити непотрібну інформацію, можна стати експертом і поділитися своїми думками щодо актуальних проблем [5].

Формування особистого бренду викладача ЗВО є не тільки добровільним процесом, але й може бути адресним (самостійно або з використанням брендингових послуг). Проте бренд викладач, сформований без системного інформаційного впливу на цільову групу, буде недостатньо ефективним через відсутність системного підходу. Крім того, виникнення сильного дисбалансу між ключовими репутаційними перевагами та недоліками наукового та освітнього персоналу (професіоналів та окремих осіб), якого можна було б уникнути шляхом цілеспрямованої модифікації за допомогою імітації, унеможливорює процес формування особистого бренду [6].

На думку експертів, правильно сформований особистий бренд викладача може виділятися і мати добру репутацію, підвищувати конкурентоспроможність на ринку праці, впливати на отримання стабільного доходу. Особистий бренд викладача дозволяє розкрити особистий потенціал, використовувати новітні методи самореалізації, підвищувати самооцінку та впевненість у своїх силах, відчути власні потреби. Створення та підтримка персонального бренду викладача на національному рівні сприятиме підвищенню поінформованості про професію викладача в очах студентів, батьків, однолітків та громадськості.

Доцільно зауважити, що характерними рисами особистого бренду викладача є [7]:

- 1) експертність (сильні сторони в галузі спеціалізації);
- 2) соціальна роль (становище в суспільному житті);
- 3) особистість (цінності та особисті якості в основному відображаються в тоні спілкування з аудиторією та словах, які використовує викладач);

З огляду на те, слід зазначити, що створення особистого бренду характеризується тривалим процесом, який потребує великих зусиль.

Реалізація наведених нижче рекомендацій сприяє формуванню особистого бренду викладачів ЗВО, а саме [8]: 1) підтримання комфортної індивідуальної дистанції в команді та перебування в гармонії із залученням до комунікативних заходів, які можуть бути важливими для формування особистого бренду; 2) у процесі спілкування з представниками цільової аудиторії та особами, які приймають рішення, що безпосередньо впливає на

ефективність бренду викладача ЗВО (це може сприяти професійному розвитку викладача, популяризувати його чесноти); 3) готовність брати участь у взаємовигідному кобрендингу (особливо з іншими викладачами ЗВО або самим ЗВО), якщо цінність є максимально близькою, немає ризику втрати впливу на цільову групу та зберігається здатність підтримувати комфортну дистанцію спілкування між викладачами; 4) ігнорування поняття необхідності сприяння обов'язковому спілкуванню з іншими членами команди та ототожнення такого мислення зі свідомою згодою взяти на себе роль пригнобленого; 5) спрямувати зусилля на аналіз можливості зміни професійної команди (переведення на іншу кафедру чи університет) та готуватися до реалізації необхідних ресурсів для підвищення свого потенціалу.

Формування особистого бренду викладача передбачає проходження кожного етапу навчання впродовж життя, і при тому вимагає ефективного оволодіння цифровими технологіями, іноземними мовами [9].

Необхідно зазначити, що платформа Moodle, соцмережі та різноманітні додатки можуть бути ефективними інструментами для побудови комунікації з абітурієнтами, залучення нової аудиторії до авторських курсів, що і виступає основою формування особистого бренду викладача. Обмін ідеями та досвідом з колегами, початок нового проекту, встановлення партнерства для наукової роботи це також важливі елементи процесу формування особистого бренду викладача, який вимагає креативності та стратегічного мислення.

Висновки. Таким чином, за результатами проведеного дослідження, зазначимо, що формування особистого бренду викладача є складним, поетапним процесом, який передбачає прагнення до реалізації індивідуальних якостей, мотивації до саморегуляції, критичного аналізу своєї професійної компетентності, ґрунтовного засвоєння теоретичних матеріалу, набуття літературних знань і високих навчальних умінь. Бренд викладача ЗВО є одним із ефективних засобів підвищення конкурентоспроможності як ЗВО, так і викладача безпосередньо. Процес формування особистого бренду викладача повинен бути спрямований на розуміння та бачення викладачем своєї кар'єри та перспектив, визначення умов розвитку та ознайомлення з основними шляхами професійної реалізації.

Література:

1. Кадлубович Т. І., Черняк Д. С., Лаврійчук В. О. Персональний бренд–складова професійного успіху викладача. *Modern European psychological and pedagogical education. The development of a creative learning environment: International scientific conference. SIA Izdevnieciba «Baltija Publishing»*. 2021. С. 75-78.
2. Трач О. Формування іміджу викладача в соціальних середовищах інтернету. *Імідж сучасного педагога*. 2021. № 1(196). С. 22-25.

3. Плахотнік О., Плахотнік О. Професійно-особистісний імідж сучасного викладача вищої освіти. *Освітній простір України*. 2018. № 14. С. 102-108.

4. Євтушенко Г. В., Бабошко А. І., Бушля Д. І. Імідж сучасного викладача: сутність та особливості формування. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Випуск 11. С. 630-634.

5. Пінчук Д. М. Брендинг викладача в Інтернет-мережі як засіб глобальної комунікації. *Формування сучасних педагогічних технологій та освітніх систем* (м. Одеса, 06-07 грудня 2019 р.). Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2019. С. 114-118.

6. Юник І. Д. Бренд науково-педагогічного працівника ЗВО як тренд сучасності. *Засоби навчальної та науково-дослідної роботи*. 2019. Випуск 53. С. 75-87.

7. Круглій О. Як сформувати особистий бренд вчителя. URL: http://prosivitcenter.org/brend-vchytelia_proprakytyky

8. Юник І. Д. Алгоритм формування бренду викладача вишу як носія певної поведінкової ролі в ієрархії структур колективу. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. Збірник наукових праць. 2022. Випуск 86. С. 215-221.

9. Стовба Т. А. Розвиток людського капіталу: виклики та можливості для закладів вищої освіти. *Наукові перспективи*. 2021. № 9(15). С. 346-357.

References:

1. Kadlubovych, T. I., Chernjak, D. S., Lavrijchuk, V. O. (2021). Personalnyj brend-skladova profesijnogho uspihu vykladacha [Personal brand is a component of a teacher's professional success]. *Modern European psychological and pedagogical education. The development of a creative learning environment: International scientific conference. SIA Izdevnieciba «Baltija Publishing» – Modern European psychological and pedagogical education. The development of a creative learning environment: International scientific conference. SIA Izdevnieciba "Baltija Publishing*, 75-78 [in Ukrainian].

2. Trach, O. (2021). Formuvannja imidzhu vykladacha v socialjnykh seredovyshhakh internetu [Formation of the teacher's image in the social environments of the Internet]. *Imidzh suchasnogho pedaghogha – The image of a modern teacher*, 1(196), 22-25 [in Ukrainian].

3. Plakhotnik, O., Plakhotnik, O. (2018). Profesijno-osobystisnyj imidzh suchasnogho vykladacha vyshhoji osvity [Professional and personal image of a modern teacher of higher education]. *Osvitnij prostir Ukrainy – Educational space of Ukraine*, 14, 102-108 [in Ukrainian].

4. Jevtushenko, Gh. V., Baboshko, A. I., Bushlja, D. I. (2016). Imidzh suchasnogho vykladacha: sutnistj ta osoblyvosti formuvannja [The image of a modern teacher: essence and peculiarities of formation]. *Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky – Global and national economic problems*, 11, 630-634 [in Ukrainian].

5. Pinchuk, D. M. (2019). Brendyngh vykladacha v Internet-merezhi jak zasib ghlobaljnoji komunikaciji [Teacher branding on the Internet as a means of global communication]. *Formuvannja suchasnykh pedaghoghichnykh tekhnologhij ta osvitykhn system (m. Odesa, 06-07 ghrudnja 2019 r.) – Formation of modern pedagogical technologies and educational systems (Odesa, December 6-7, 2019)*. Kherson : Vydavnychyj dim «Gheljvetyka», 114-118 [in Ukrainian].

6. Junyk, I. D. (2019). Brend naukovo-pedaghoghichnogho pracivnyka ZVO jak trend suchasnosti [The brand of a scientific and pedagogical employee of higher educational institutions as a modern trend]. *Zasoby navchaljnoji ta naukovo-doslidnoji roboty – Means of educational and research work*, 53, 75-87 [in Ukrainian].

7. Krughlij, O. Jak sformuvaty osobystyj brend vchytelja [How to form a teacher's personal brand]. URL: http://prosvitcenter.org/brend-vchytelia_proprakytyky [in Ukrainian].

8. Junyk, I. D. (2022). Alghorytm formuvannja brendu vykladacha vyshu jak nosija pevnoji povedinkovoji roli v ijerarkhiji struktur kolektyvu [Algorithm for forming the brand of a higher education teacher as a bearer of a certain behavioral role in the hierarchy of team structures]. *Naukovyj chasopys Nacionaljnogho pedagoghichnogho universytetu imeni M. P. Draghomanova. Serija 5. Pedagoghichni nauky: realiji ta perspektyvy. Zbirnyk naukovykh pracj – Scientific journal of the National Pedagogical University named after M. P. Drahomanov. Series 5. Pedagogical sciences: realities and prospects. Collection of scientific papers*, 86, 215-221 [in Ukrainian].

9. Stovba, T. A. (2021) Rozvytok ljudsjkogho kapitalu: vyklyky ta mozhlyvosti dlja zakladiv vyshhoji osvity [Development of human capital: challenges and opportunities for institutions of higher education]. *Naukovi perspektyvy – Scientific perspectives*, 9(15), 346-357 [in Ukrainian].