

УДК 378:37.032

ПРОЕКТИВНА МОДЕЛЬ ПРОФЕСІЙНОГО-ОСОБИСТІСНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО ІНЖЕНЕРА-МЕХАНІКА

О. О.Марченко

У статті показано, що завдяки іміджу ми сприймаємо один одного, співвідносимо інтереси аудиторії, конкретної особистості (професіонала) з каналом комунікації, відмічено, що іміджеві складові повинні, насамперед відповідати вимогам часу, і лише тоді входити до системи відносин у професійній діяльності. Структура іміджу має включати і професіоналізм людини, і її внутрішній світ, і особливості взаємин фахівця з оточенням.

Розроблено і представлено проєктивну модель професійно-особистісного іміджу інженера-механіка. Встановлено, що складовими компонентами іміджу інженера-механіка є: професійна складова іміджу (професійні компетенції; професійно-важливі якості особистості), особистісна складова іміджу (кінетичний імідж, середовищний імідж, габітарний імідж, психофізіологічні особливості, фізичний імідж, вербальний та невербальний імідж).

Ключові слова: інженер-механік, особистісна складова, проєктивна модель, професійна складова, професійно-особистісний імідж.

ПРОЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЛИЧНОСТНОГО ИМИДЖА БУДУЩЕГО ИНЖЕНЕРА-МЕХАНИКА

А. А. Марченко

В статье показано, что благодаря имиджу мы воспринимаем друг друга, соотносим интересы аудитории, конкретной личности (профессионала) с каналом коммуникации, отмечено, что имиджевые составляющие должны, прежде всего отвечать требованиям времени, и только тогда входит в систему отношений в профессиональной деятельности. Структура имиджа должна включать и профессионализм человека, и его внутренний мир и особенности взаимоотношений специалиста с окружающими.

Разработан и представлен проективную модель профессионально-личностного имиджа инженера-механика. Установлено, что составляющими компонентами имиджа инженера-механика являются: профессиональная составляющая имиджа (профессиональные компетенции, профессионально важные качества личности), личностная составляющая имиджа (кинетический имидж, экологический имидж, габитарный имидж, психофизиологические особенности, физический имидж, вербальный и невербальный имидж).

Ключевые слова: инженер-механик, личностная составляющая, проективная модель, профессиональная составляющая, профессионально-личностный имидж.

THE PROJECTIVE MODEL OF THE PROFESSIONAL AND PERSONALITY IMAGE OF A FUTURE MECHANICAL ENGINEER

A.Marchenko

The study of the professional and personality image of a future mechanical engineer is conducted in the framework of the research work «The development of the methodology of the leadership potential of national humanitarian, technical and managerial elite in the information society» of the Department of Pedagogy and Psychology of Social System Management of NTU «KhPI». The paper shows that the image correlates the interests of an audience, a particular personality (professional) and a channel of communication by means of which we perceive each other. The study notes that the image components must be converted to today's standards, and then involved in a system of profession relations for the formation of the image. It has been determined that the image also needs professionalism of a person and his inner world, and especially professional relationships with others. The projective model of the professional and personality image of a mechanical engineer has been designed and presented. It has been established that the components of a mechanical engineer's image are the professional component of the image (professional competence, professional qualities of a person), the personal component of the image (kinetic, environmental image, habitus, physiological characteristics, physical, verbal and nonverbal image image).

Keywords: mechanical engineer, personal component, projective model, professional component, professional and personality image, formation.

Постановка проблеми. Змінити імідж свідомо сьогодні доступно кожному з нас. Чи будуть це невеликі або кардинальні зміни залежить від бажання самої людини. Якщо особистість в якийсь момент приходить до розуміння, що здатна на більше, гідна кращого, що живе не своїм життям, то це і є момент, коли вона готова до роботи над собою.

Наше життя складається зі свідомих і несвідомих дій, яким Макс Люшер колись дав точне визначення – сигнали особистості. Саме з їх допомогою людина дає зрозуміти, ким би вона хотіла бути для оточуючих. І нехай свідомого набагато менше в нашому житті, варто перевести свій імідж з розряду стихійних в керовані.

У наш час, в умовах конкуренції у сфері ринкової економіки, дійові особи зацікавлені презентувати себе якнайкраще, тому перша вимога вищого навчального закладу – зробити суб'єкта привабливим. У будь-якому випадку здоров'я, відповідність естетичним стандартам і приємний голос підвищують, за рівних умов, рейтинг працівника, що йому притаманний.

Досліджуючи проблему іміджу майбутнього фахівця слід відмітити, що імідж саме створюється з конкретною метою – справити враження, сформувані у людей потрібну думку про себе, а звідси й відношення. Це є відповідністю зовнішнього вигляду внутрішньому змісту, певній моделі поведінки. Інакше кажучи, потрібно «бути, а не здаватися» [1].

Варто відзначити, що переважна більшість того, що ми вільно або мимоволі транслюємо (проявляємо) назовні, сприймається оточуючими несвідомо. Не завжди, поговоривши з людиною, ми можемо потім сказати про неї щось конкретне. Найчастіше наше враження обмежується загальним відчуттям: подобається – не подобається, хочеться далі спілкуватися або не хочеться.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Індивідуальний імідж сучасного фахівця належить до проблем, які є недостатньо дослідженими у вітчизняній науці. Наразі окремі аспекти проблеми формування іміджу фахівця висвітлено науковцями, які вивчали: психологію індивідуальності (Б.Ананьєв, Є. Рогов, С.Рубінштейн та ін.); особливості «Я-концепції» особистості (Р. Бернс, А. Маслоу, К. Роджерс); теоретичні та практичні засади іміджелогії (П. Берд, Л. Браун, М.Спіллейн, А. Панасюк, Г.Почепцов, В. Шепель). Питанням іміджу цікавилися Л. Мітіна, С.Єрмакова, Н. Барна, Г. Сорокіна. Ю.Дзядевич розглядала педагогічні умови формування професійного іміджу у студентів мистецьких спеціальностей, Л. Данильчук досліджувала проблему формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю. Проте досліджень щодо формування іміджу інженера-механіка не виявлено.

Мета статті – дослідити структуру професійно-особистісного іміджу майбутніх інженерів-механіків.

Виклад основного матеріалу. Основні елементи іміджу багато в чому визначаються тією роллю, яку інженер-механік відіграє в організації. Як правило, його вимоги до себе стають основою для формування системи вимог до інших. Ми розглядаємо процес формування професійно-особистісного іміджу як образ, що формується й відтворюється у процесі професійної діяльності.

Л. Мітіна вважає, що імідж професіонала – це складне утворення і пропонує такі його складові компоненти:

- зовнішні (зовнішність, манери, мова, голос, міміка, хода тощо);
- внутрішні (інтелект, спосіб мислення, ідеї, інтереси, ерудиція тощо);
- процесуальні (форми спілкування, темперамент, професіоналізм, виразність, темп, традиції);

образ (який виникає під час появи людини і залишається при її зникненні) [2].

Н.Барна визначила структуру особистісного іміджу, у якій провідні компоненти розташовані в напрямі від зовнішніх мінливих проявів до внутрішніх стабільних якостей:

Зовнішній вигляд (портретні характеристики): фізичні дані (зріст, вага, фігура), костюм (одяг, взуття, аксесуари), зачіска, манера поведінки і мова, жести, погляд і міміка, особливості голосу, запах.

Іміджева символіка: ім'я, особисті символи (колір, числа, герб, логотип, марка), особиста атрибутика (деталі й ознаки зовнішнього вигляду, що повторюються), символи соціального престижу (гроші, статус у суспільстві, професія, посада тощо).

Соціально-рольові характеристики: репутація (громадська думка про людину, що ґрунтується на особистих досягненнях), амплуа (соціальна роль, яку виконує людина), легенда (історія життя людини, представлена в іміджі).

Індивідуально-особистісні властивості: професійно-важливі якості, домінуючі індивідуальні характеристики, стиль взаємостосунків з людьми, пропаговані ідеї, базові цінності [3, с. 132-133].

М. Удальцова включає у структуру іміджу звичайні і спеціально створені якості особистості: професіоналізм, компетентність, надійність, гуманітарну грамотність, компетентність в області психотехнологій.

Л. Попова в структурі іміджу виділяє як візуальний, тобто зоровий, так і спосіб мислення, дій, вчинків. На її думку, в структурі іміджу важливу роль відіграє простір життєдіяльності та спосіб життя, що впливає на імідж в цілому. Імідж способу життя – це те, як оточуючі сприймають поведінку і характер особистості, її моральне переконання і принципи [4].

Дослідниця Л. Данильчук представила модель професійно-особистісного іміджу фахівців фінансово-економічного профілю, що визначається двома складовими: спеціальною та прикладною. Спеціальна включає компоненти, що визначають суто професійні вимоги, які ставляться до фахівця певної галузі: професійні властивості та якості особистості; професійні знання; професійні вміння.

У джерелах професійно-педагогічного спрямування даний комплекс вимог окреслюється поняттям “професіограма” та забезпечує особливу (фундаментальну) спрямованість професійної діяльності.

Визначимо, що спеціальна складова образу професіонала на сучасному етапі розвитку суспільства потребує доповнення на прикладному рівні. Прикладна складова – це такий структурний сегмент професійно-особистісного іміджу, який визначає його направленість саме на зовнішні прояви і не є синонімом поняття «професійно-особистісний імідж»[5, с.8-9].

Треба відмітити, що при формуванні іміджу іміджеві складові, якщо вони не відповідають уявленню сучасної епохи, сучасних людей, повинні насамперед бути приведені у відповідність до вимог часу, і лише тоді входити до системи відносин у професійній діяльності. Поняття іміджу стосується не тільки зовнішності професіонала. Імідж включає в себе і професіоналізм людини, і її внутрішній світ, і особливості взаємин фахівця з оточенням.

У рамках науково-дослідної роботи кафедри педагогіки і психології управління соціальними системами НТУ «ХП» «Розробка методології розвитку лідерського потенціалу національної гуманітарно-технічної та управлінської еліти в інформаційному суспільстві» ведеться дослідження професійно-особистісного іміджу майбутнього інженера-механіка. Нами розроблено і представлено проєктивну модель професійно-особистісного іміджу інженера-механіка.

Ми вважаємо, що складовими компонентами іміджу інженера-механіка є: професійна складова іміджу (професійні компетенції; професійно-важливі якості особистості); особистісна складова іміджу (кінетичний імідж, середовищний імідж, габітарний імідж, психофізіологічні особливості, фізичний імідж, вербальний та невербальний імідж). Модель зображено на рис. 1.

Розглянемо кожну підструктуру окремо. Першою підструктурою професійної складової є професійні компетенції. Стосовно інженерної освіти під професійною компетенцією розуміється задана (професійним співтовариством спільно з іншими зацікавленими сторонами) вимога до професійної підготовки випускника вищого технічного навчального закладу, а під компетентністю – його сформована в процесі навчання особистісна якість [6].

До числа найважливіших компетенцій інженера, безсумнівно, належить його вміння самостійно мислити, працювати і безперервно навчатися. Ця компетенція відповідає здатності самостійно визначати цілі діяльності, формулювати відповідні їй досягнення завдання, проєктувати свою цілеспрямовану активність, здійснювати діяльність, аналізувати «проміжні» результати діяльності, вносити необхідні для отримання кінцевого результату коригування і домагатися його отримання в найкоротші терміни [7, с.179].

Підструктура професійно важливих якостей містить якості особистості, що визначають ефективність діяльності (продуктивність, якість, результативність). Ці якості, що входять до складу іміджу професіонала, можна розділити на шість груп: когнітивні, комунікативні, регулятивні, морально-етичні, якості професійної спрямованості та фізичні якості [10].

Розвиток професійно важливих якостей багато в чому визначають психофізіологічні особливості (особистісна складова). До них відносять тип нервової системи, індивідуальні властивості темпераменту (екстраверсію, нейротизм), тип темпераменту (холерик, сангвінік, флегматик або меланхолік), реактивність, енергійність, зорово-рухову координацію, окомір та ін. Дослідники відзначають, що коли психофізіологічні властивості професіоналізуються, вони можуть здобувати самостійного значення в процесі розвитку фахівця. Психофізіологічні властивості визначають особливості рухів, мовлення, швидкість реакції професіонала, що створюють зовнішню сторону іміджу людини. [7, с.179, 182].

Здоров'я належить до тих параметрів, які ніколи не втрачали свого значення. Тому окремою підструктурою ми виділили фізичний імідж.

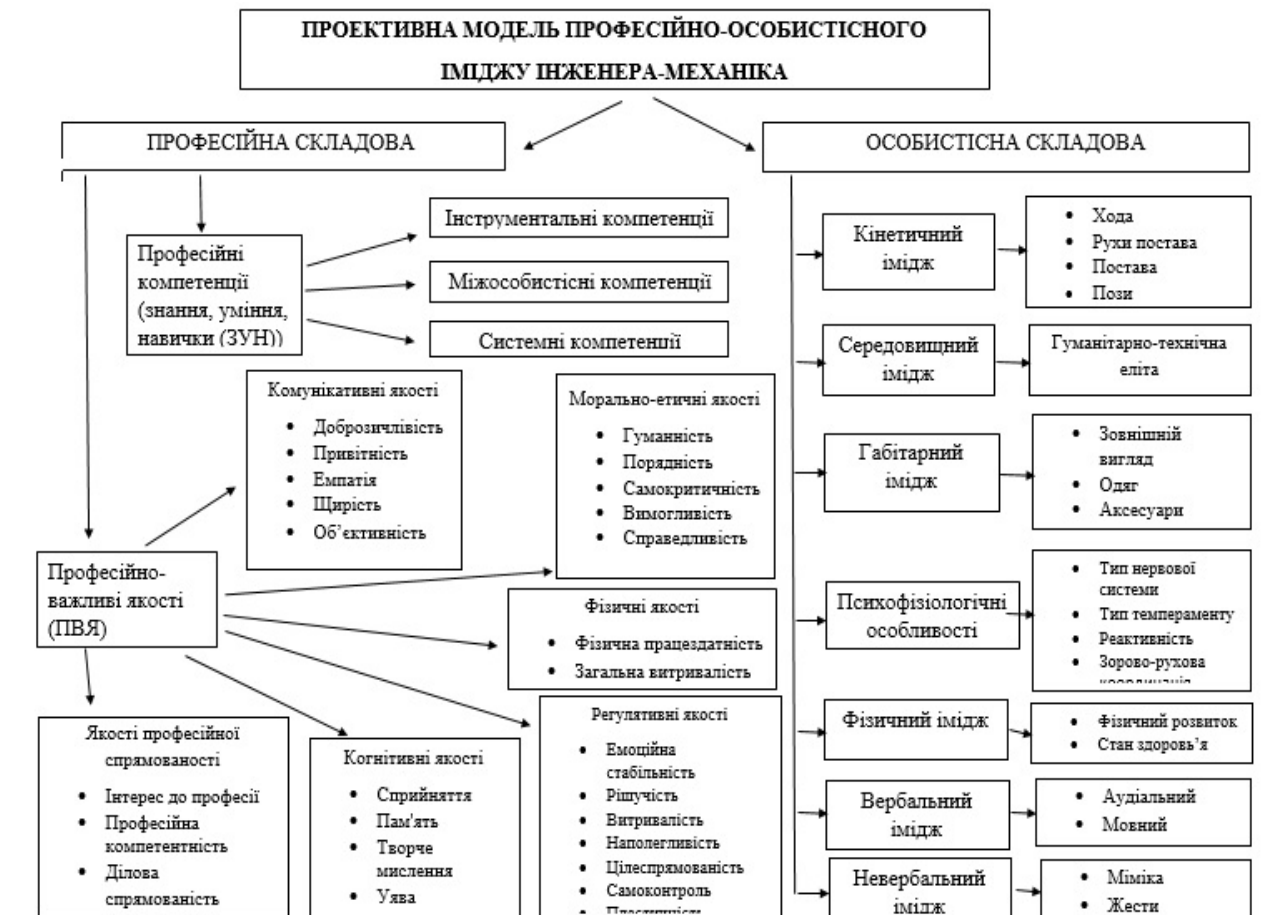


Рис. 1. Проективна модель професійно-особистісного іміджу інженера-механіка.

Науково-технічна революція внесла в спосіб життя людини, поряд із прогресивними явищами, і багато несприятливих факторів, серед яких варто назвати, в першу чергу, нервові і фізичні перевантаження, стреси професійного й побутового характеру. Все це призводить до порушення обміну речовин в організмі, нахилу до серцево-судинних захворювань, надлишкової маси тіла людини тощо. Позначається вплив несприятливих факторів на стан здоров'я організму у тому, що внутрішні захисні функції організму не в змозі з ними впоратися [8, с. 11-12].

Сучасний інженер-механік повинен справляти враження здорової людини, а млявість, нездоровий колір обличчя, кашель та інші симптоми хвороб є вкрай небажаними.

Високі вимоги до цього параметру в сучасній масовій свідомості обумовлені суто прагматичними чинниками: хвора людина сприймається як така, що не здатна виконувати покладені на неї обов'язки. Водночас та ж масова свідомість орієнтується не на реальний стан здоров'я, а на його візуальні ознаки: Отже, не так важливо бути здоровим, як справляти враження такого. Звідси демонстрація здорового способу життя і фізичної сили – це обов'язкова частина професійно-особистісного іміджу.

Значення тих чи інших фізичних параметрів іміджу варіюється залежно від архетипу, покладеного в основу іміджу. В даній складовій іміджу важливу роль відіграють зовнішні та демографічні дані інженера-механіка: вік, стать, ріст, вага, комплекція, зовнішній вигляд, зовнішні індивідуальні особливості, наявність або відсутність зовнішніх дефектів.

Перше враження про індивіда складається не лише з його вербальної поведінки і культурно обумовлених параметрів зовнішнього вигляду (одяг, зачіска тощо), а й з фізичних даних – зросту, статури, рис обличчя, тощо, і це враження накладає відбиток на подальший формат спілкування. Дорослий чоловік

високого зросту і атлетичної статури з приємними рисами обличчя викликати іншу гаму емоцій, ніж низенький і худорлявий юнак. Особа, яка претендує на посаду інженера-механіка, повинна відповідати певним фізичним стандартам, співпадати з певним образом, або принаймні не суперечити йому.

Зріст належить до параметрів, які майже неможливо приховати або змінити. Водночас його значення сягає корінням надзвичайних глибин психіки. Психологи простежують неспростовний зв'язок зросту і статусу. Треноване струнке тіло – майже як у стародавній Греції – ознака високого статусу: людина має час і можливість займатися фізичними вправами. Важливу роль відіграє кінетичний імідж (назва походить від грецького *kinetikos* – «приводить в рух») – думка про людину, заснована на сприйнятті за характерними рухами, поставою, позою, мімікою, жестами. Це досить важлива частина іміджу, оскільки сприятливий образ людини спрямований на те, щоб підкреслити сильні сторони та приховати негативні прояви.

Про те, що можна сказати про людину по її поставі, ході, звичним позам, по тому, як вона розташовує своє тіло в просторі, написано багато хороших праць, але навіть якщо ваш співрозмовник ніколи їх не читав, він інтуїтивно відчує все це. Завжди приємно мати справу з життєрадісним, оптимістичним, веселим партнером. Посмішка – найбільш універсальний засіб, що сприяє розвитку відносин. Не можна забувати про те, що посмішка повинна відповідати ситуації і не викликати роздратування партнера. Негативні емоції (сум, гнів, відраза, ненависть, образа) ускладнюють процес встановлення контакту, якщо тільки співрозмовник не відчуває подібних почуттів.

Головним показником почуттів є вираз обличчя. Міміка дозволяє нам краще зрозуміти опонента, розібратися у його почуттях. Для кожного, хто бере участь у бесіді, з одного боку, важливо вміти «розшифрувати», «розуміти» міміку співрозмовника, з іншого – необхідно знати, якою мірою він сам володіє мімікою, наскільки вона виразна.

Під жестами розуміють рухи рук, які використовують для передачі інформації та висловлення свого ставлення до сказаного. Вони безпосередньо пов'язані з манерами поведінки, які говорять про ставлення однієї людини до іншої, або людини до ситуації. Жест уточнює думку, оживляє її, в поєднанні зі словами підсилює її емоційне звучання, сприяє кращому сприйняттю мови. Жести, за влучним спостереженням В.М. Шепеля, «своєрідне аранжування манер поведінки» людини.

Якщо ваші кінетичні прояви будуть співпадати між собою і, крім того, збігатися з габітарним іміджевим виглядом, то співрозмовник, напевно, поставиться до вас із симпатією. Габітарний імідж (назва походить від лат. *Habitus* – зовнішність) – це думка про людину, що виникла на основі сприйняття її зовнішнього вигляду, починаючи від статури, кольору волосся і очей, закінчуючи одягом, зачіскою, аксесуарами. Не випадково популярним є прислів'я «Зустрічають по одязі». Зовнішній вигляд, одяг і аксесуари транслюють ставлення людини до свого оточення, вони ж є індикатором, за яким можна визначити приналежність до певних соціальних груп. Кожен професіонал, кожна людина, яка дбає про свій престиж, повинна ретельно підбирати собі одяг, аксесуари, предмети побуту.

Середовище, в якому знаходиться людина, також накладає свій «відбиток» на неї. Середовищний імідж включає в себе середовище проживання конкретної людини (починаючи з її квартири, сім'ї, машини, і закінчуючи кабінетом, місцем роботи, друзями, улюбленим клубом, місцями проведення відпустки) та соціальне коло (гуманітарно-технічна еліта, яка була, є і буде тим підґрунтям, на якому формується свідомість та ідеали). Поняття еліти у різних наукових дисциплінах має своє визначення, проте в різних поняттях є те, що їх об'єднує – відповідальність, покладена на еліту. В ідеалі положення елітарності полягає не в перевазі над іншими, а в тому, щоб бути для інших зразком, на який можна було б орієнтуватися. І якщо у вас є необхідність чи бажання належати до певного соціального кола, то вам доведеться за всіма параметрами професійно-особистісного іміджу відповідати вимогам певного оточення.

Одним з таких параметрів іміджу, які впливають на діяльність кожного професіонала, є мова. Вона здатна миттєво показати рівень грамотності і культури людини, її досвід, почуття, наміри. Без здатності думати та гарно говорити лідер не може керувати людьми і виробничими процесами. Вербальний імідж можна поділити на дві рівнозначні складові: аудіальний імідж (як людина говорить, який у неї тембр, висота голосу, чи багаті інтонації, чи чітка дикція) і мовний імідж (що людина говорить, логічна її мова, швидше точна і суха або багатослівна і емоційна). Згадайте, наприклад, які почуття у вас викликає людина з монотонною повільною промовою, як реагує на здавлений голос? Для того, щоб справити приємне враження на співрозмовника чи співрозмовників, важливо, щоб характеристики та особливості голосу збігалися не тільки з іншими сферами вашого іміджу, а й з ситуацією.

Не менш важлива для першої особи і культура писемного мовлення. Мова йде не тільки про знання правил граматики і пунктуації, але й про володіння стандартами письмового ділового спілкування. Звичайно, частину функцій щодо складання документів може взяти на себе досвідчений секретар або референт, однак якщо раптом одного разу його під рукою не виявиться, безграмотність керівника стане очевидною, що завдасть великої шкоди його репутації [9].

Висновки. Кожний, хто буде кар'єру, мріє досягти успіху, дістатись професійних висот, повинен

формувати власний професійно-особистісний імідж. Ефективний імідж – застава майбутнього професійного успіху. Частини зовнішнього і внутрішнього іміджу невіддільні одна від одної і знаходяться в тісному зв'язку, це цілісна об'ємна картина, тому створювати стиль, треба спираючись на внутрішні і зовнішні особливості людини. Краще створювати такий образ, який буде гармонійно поєднувати в собі всі ваші риси, але в їх кращих проявах. Позитивний імідж потрібний кожній людині в професійній діяльності, бо завдяки йому ми сприймаємо один одного. Він співвідносить інтереси аудиторії, конкретної особистості (професіонала) з каналом комунікації. Водночас, дане дослідження не висчерпує усіх аспектів цієї проблеми та потребує подальшого вивчення.

Перспективою подальших досліджень є визначення педагогічних умов формування професійно-особистісного іміджу інженера-механіка та їх експериментальна перевірка.

Література

1. Дзядевич Ю.В. Психологічні складові іміджу сучасного фахівця / Ю.В. Дзядевич // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://intkonf.org/dzyadevich-yuv-psihologichni-skladovi-imidzhu-suchasnogo-fahivtsya/>
2. Митина Л. М. Психология профессионального развития учителя / Л. М. Митина. – Москва: Флинта, 1998. – 276 с.
3. Барна Н. В. Іміджологія : навч. посібник для дистанційного навчання / Н.В. Барна ; за наук. ред. В. М. Бобика. – К.: Університет «Україна», 2007. – 217 с.
4. Попова В.В. Онтологическая модель профессионального имиджа / В.В.Попова. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://jurnal.org/articles/2014/fill12.html>
5. Данильчук Л. О. Формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 «Теорія та методика професійної освіти» / Л.О. Данильчук. – Житомир, 2007. – 22 с.
6. Приходько Ю.О. Психологічний словник-довідник : навч. посіб. / Ю.О. Приходько, В.І. Юрченко – К. : Каравела, 2012. – 328 с.
7. Мазоренко М.О. Психологічна структура іміджу професіонала / М.О. Мазоренко // Проблеми екстремальної та кризової психології. Зб. наук. пр. – Харків : НУЦЗУ, 2011. – Вип. 9. – С.177-185.
8. Ігнатюк О. А. Роль і тенденції розвитку фізичної культури у суспільстві / О. А. Ігнатюк, О. О. Марченко // Педагогічний вектор розвитку фізичного виховання в Україні : матеріали I Всеукраїнської наук.-практ. конф. (16-17 квітня 2014 р., м. Краматорськ). – Краматорськ : ДДМА, 2014. – 309 с.
9. Збронська М. Что такое имидж изнутри и снаружи / М. Збронська. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.syntone.ru/library/article_syntone/content/2497.html
10. Марченко О.О. Професійно-важливі якості як основа іміджу майбутнього інженера-механіка / О.О. Марченко // Проблеми інженерно-педагогічної освіти. Зб. наук. пр. Вип. 44. – Харків, Українська інженерно-педагогічна академія (УІПА), 2014. – 206 с.