

## ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ: ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВИВЧЕННЯ ПОНЯТТЯ

У статті розглянуто та класифіковано існуючі підходи до вивчення поняття “професійний імідж”, виділено основні характеристики цієї категорії.

**Ключові слова:** професійний імідж, образ-стереотип.

### I. Вступ

У сучасних умовах функціонування комунікативного простору спілкування між суб'єктами соціальної реальності часто відбувається за допомогою феномену іміджу. Поняття професійного іміджу чи іміджу професії дедалі частіше вживаються в журналістиці, паблік рилейшнз, менеджменті тощо. Інституціоналізація цього поняття є проблемою міждисциплінарного характеру і досі не вирішена. Ми спробували узагальнити різні підходи до визначення поняття “професійний імідж” і виявити єдину для різних наук матрицю розуміння цього феномену, у чому і полягає актуальність нашого дослідження.

Міждисциплінарним характером феномену професійного іміджу спричинено складність у пошуку та описі джерел і публікацій. Так, дослідження іміджу професії як набору певних уявлень про переваги та недоліки фаху розвивалися у галузях: 1) *психології* – в контексті дослідження свідомості та підсвідомості юнацтва, вивчення мотивації його вчинків, процесу професійного самовизначення у період оптації тощо (Є.О. Климов, М.В. Гомезо, В.С. Герасимова, Г.Г. Горелова, Л.М. Орлова, Д.І. Фельдштейн, О.О. Сорокоумова, Е.Ф. Зеєр, І.С. Кон, В.С. Лукіна, О.М. Разумникова, А.О. Бірюкова, А.А. Калюжный, А.О. Кононенко, М.О. Мазоренко, Т.В. Скрипаченко, Н.М. Шкурко); 2) *педагогіки* – у дослідженнях формування необхідних рис та відповідного бачення свого фаху в процесі здобуття професійної освіти (Л.О. Ковальчук, О.А. Межерицька, Н.О. Гайдук, М.А. Сперанська-Скарга, В. Борисов та Я. Бобилева, В.А. Гладуш та О.Л. Лобойко, К.Є. Гусарова, Ю.В. Дзядевич, Т.Я. Довга, Н.В. Курбет, О.О. Сердюкова, В.М. Тимошенко, Н. Чипиленко та ін.); 3) *соціології* – у контексті становлення соціології освіти та соціології праці як окремих галузей науки, під час вивчення процесу соціалізації особистості (Д.Л. Любенко, О.Л. Яковлева, Н.Г. Янова та ін.); 4) *соціальних комунікацій* (реклама, паблік рилейшнз, журналістика) – у розробках політичного іміджу (О. Шинкарук, В. Кривошеїн, Г. Почепцов та ін.), іміджу працівника ЗМК

(О. Кияшко, В. Костюк, Т. Захарс, В. Маргалик та ін.), технологій формування та функціонування іміджу у масових комунікативних процесах (В. Бебик, О.О. Володарська, Д.І. Гороховський, Н.С. Мудрян, О.О. Петрова, А.Б. Росляков, О. Садовник та ін.) тощо.

### II. Постановка завдання

Мета статті – виявити різні підходи до визначення поняття “професійний імідж” та сформулювати на їх основі єдине бачення цього феномену.

Предметом дослідження є категорія професійного іміджу як образу-стереотипу, сформованого в індивідуальній та груповій свідомості, що відображає основні характеристики певного фаху; об'єктом – різноманітні підходи до визначення цього поняття в різних науках.

Головним при проведенні дослідження було застосування міждисциплінарного підходу, що дало змогу розширити розуміння категорії професійного іміджу; використано методи аналізу документів та узагальнення отриманих даних, формально-логічні, системний та компаративний методи.

### III. Результати

Професійний імідж – поняття синтетичне. Дослідники підходять до його визначення на декількох рівнях, які детерміновано вибором предмета та мети дослідження, а також особливостями застосування отриманих результатів.

Концептуально професійний імідж розкрито при безпосередньому дослідженні цього феномену (Н. Чипиленко, М. Мазоренко), при якому не робиться акцент на визначеному фахові. Такий підхід знаходимо переважно в педагогіці та психології. М. Мазоренко визначає імідж фахівця як “оцінне уявлення “ділового” образу людини як суб'єкта визначеної сфери професійної діяльності. ... Це зовнішній образ, що характеризує визначений соціальний тип особистості, що несе відбиток професії” [14].

Найбільш детально та обґрунтовано категорію іміджу професії проаналізовано в наукових розвідках, присвячених дослідженню образу *конкретної професії* – вчителя, бібліотекаря, менеджера тощо (А. Бірюкова, В. Гладуш, О. Лобойко, Ю. Дзядевич, Т. Довга, А. Калюжный, Ю. Кияшко, А. Кононенко, В. Костюк, Т. Захарс, В. Мар-

галик, Н. Мудрян, Д. Пащенко, Є. Сердюкова, Н. Шкурко, Н. Янова) чи *професійної групи* – підприємців, “творчої інтелігенції”, соціальних працівників, представників органів державної влади, вчених (І. Пантелейчук, Л. Пирогова, І. Романова, А. Росляков, О. Садовник, І. Сімеоніди, Т. Скрипаченко, В. Борисов, Я. Бобилева, О. Володарська, Є. Гіда, Д. Гороховський). Це найчисленніша група досліджень, що розглядає імідж фаху, а також визначає технології формування та популяризації образу певної фахової спільноти, що впливає на її сприйняття суспільством. Так, А. Калюжний, розглядаючи імідж професії вчителя, розуміє його як “образ-стереотип, що функціонує у суспільній та груповій свідомості та об’єднує в собі найбільш загальні естетичні ..., особистісні та поведінкові характеристики, а також емоційно-чуттєвий компонент”. Дослідник звертає увагу також на мінливість цього феномену та його залежність від економічних, політичних і соціально-економічних чинників, коли “реальні якості тісно переплітаються з тими, що приписуються йому оточуючими” [5, с. 74]. А. Кононенко говорить про елемент самодемонстрації при проектуванні професійного іміджу (“маніфестації індивідуальної психосоціальної активності” [10]). В. Гладуш та О. Лобойко під іміджем фаху розуміють “думку про професію, яка виникла у психіці визначеної або невизначеної групи людей на основі образу, сформованого у їх психіці у результаті прямого сприйняття ними тих чи інших характеристик професії або непрямого – на основі сприйняття оціненого кимось образу (на основі сприйняття думки), сформованого у психіці інших людей” [2]. Дослідники виділяють навіть окремий науковий напрям, покликаний “розробляти і використовувати теорію і практику формування іміджу педагогічних працівників, педагогічних закладів, іміджу системи освіти в країні” [3] – педагогічну іміджелогію (до речі, наукових праць, присвячених іміджу педагога, ми виявили найбільше). Також науковці звертають увагу на роль особистих якостей (фізичних, фізіологічних, моральних тощо) у формуванні враження про спеціаліста певного фаху [6]. На стереотипність, традиційність сприйняття суспільством іміджу професійних спільнот вказує І. Пантелейчук, розглядаючи фаховий образ органів державної влади. Дослідниця, зокрема, звертає особливу увагу на його кореляцію “в результаті сприйняття і відповідної фільтрації інформації про об’єкт, що надходить із зовнішнього середовища крізь призму діючих стереотипів” [15]. Професійний імідж конкретної професії чи професійної групи можна також розглядати у контексті корпоративного іміджу, адже перший є складовою останнього і розуміється

як “збірний узагальнений образ персоналу, що розкриває найбільш характерні для нього риси” [9, с. 136]. Тут головними характеристиками професійного іміджу є компетентність та культура персоналу, його соціальні характеристики.

При вивченні образу професіонала загалом, *універсального спеціаліста* приділяється увага професійним та діловим рисам, які повинні мати людина незалежно від конкретного фаху, а професійний образ трактується як “результат оптимізації необхідних професійних якостей” [13]. Часто такі дослідження мають прикладний характер і зводяться до переліку рекомендацій щодо одягу, поведінки тощо. Дослідник психології професійного самовизначення Є. Климов вводить додаткову дефініцію, яку сміливо можна застосувати до цього типу досліджень, – “культурний герой” [7, с. 97], що вживається для позначення професійних характеристик у текстах масової культури, зокрема, міфах, приказках і прислів’ях. У текстах такого типу подається позитивна характеристика професіонала загалом – “активного діяча”, борця, творчої особистості, здатної до саморегуляції. Професійний імідж у позиції “культурний герой” є реалізацією його архетипічних характеристик як одиниці, пов’язаної із самосвідомістю народу, культурою конкретного соціуму.

О. Петрова, В. Тимошенко, Е. Гусарова, Н. Курбет вказують на значну роль бачення своєї професії на різних рівнях професійного самопошуку, у *процесі* становлення особистості як спеціаліста певної галузі та входження у фахову спільноту. Важливим є також імідж освітнього напрямку як однієї зі сходинок цього процесу. Професійний імідж тут постає як мінлива категорія, що деформується на різних етапах здобуття професійної освіти. Основними концептуальними категоріями у визначеннях професійного іміджу в цьому аспекті є “саморозвиток”, “самовдосконалення” [11, с. 4], “ідеалізація”.

У певному ракурсі категорію професійного іміджу досліджують *психологія* праці, освіти, інженерна, вікова психологія тощо, де виявляється мотивація та психологічні чинники бачення професії. Наприклад, дослідники вікової психології М. Гомезо, В. Герасимова, Г. Горелова, Л. Орлова [1], Д. Фельдштейн [20], О. Сорокоумова [18] та інші розглядають професійне самовизначення як частину загального онтогенезу особистості. Поступово виокремлюється навіть окрема наука – психологія професій [4], предметом якої є професії як сфера реалізації знань і вмінь людини. Відповідно в межах цієї науки розвивається вчення про професійний шлях особистості, визначаються стадії її професійного становлення, вивчається професійно зумовлена структу-

ра особистості, значення професійних якостей особистості та методи їх виявлення, вплив різноманітних чинників на вибір майбутнього фаху тощо і, відповідно, роль бачення професії оптантом та суспільством (тобто іміджу професії) у процесі вибору певного фаху як свого майбутнього. Дослідження в галузі психології професій сьогодні набувають дедалі більшої різноманітності. Так, наприклад, праці І. Кона [8], В. Лукіної [12] присвячені мотивації професійного вибору, а О. Разумникова [17] вивчає гендерні стереотипи та життєві цінності як чинники вибору професії тощо. Дослідники психології також зробили значний внесок у розвиток знань про фізіологічні та психологічні особливості сприйняття інформації молоддю, що також важливо при формуванні як іміджу професії, так і відповідної поведінкової реакції (вибору фаху). Цьому питанню присвячено багато праць, адресованих, зокрема, вчителям та батькам [16; 19].

До розгляду феномену професійного іміджу звертаються також і дослідники *соціології*, виявляючи різні соціальні складові в процесі його формування. Так, наприклад, Д. Любенко розглядає поняття соціального образу професії, відзначаючи, що будь-який образ фаху перебуває у певній "ієрархії статусів, що однак не виключає чинника випадковості, індивідуальної неповторності" [13]. Цей підхід активно застосовувався в наукових розвідках часів СРСР, коли дослідження проводили в галузі індустріальних професій, вивчали, перш за все, шляхи підвищення мотивації людей до виснажливої праці, подавали бачення професії як такої, що перетворює світ, а професіонала – як головного деміурга. Образ професії зводився, перш за все, до її дієвості, ефективності, корисності суспільству. На користь цього судження говорять і тогочасні дослідження цього питання, що були лише ілюстрацією технократичного мислення, – "погляд на людину як на компонент системи, що навчається та програмується, як компонент різноманітних маніпуляцій, а не як особистість з її переживаннями, моральністю" [16]. Суспільно-політичні, соціальні чинники розвитку особистості визнавалися головними в процесі професійного становлення молоді. Яскравим прикладом можуть бути, припустимо, публікації фахового журналу "Психологическое содержание труда и формирование профессиональной пригодности ткачих коврового производства" (О. Борисова, 1974, вип. 1)). З розпадом Радянського Союзу дослідження іміджу професій позбуваються заідеологізованості та посиляються на "вождів", тепер професійне самовизначення та бачення професій вивчаються з позицій загального становлення особистості в соціумі.

#### IV. Висновки

Підходи до вивчення поняття "професійний імідж" детермінуються предметом іміджування та його аудиторією, метою, яку ставить перед собою дослідник, і методами, які він обирає. Психологія вивчає внутрішні передумови до опанування та сприйняття фаху, педагогіка – зовнішні чинники, соціологія – соціальні умови; іміджологія ж, враховуючи досягнення всіх наук, шукає ефективні можливості зовнішнього впливу на формування внутрішніх переконань особистості щодо певного фаху. Спільними для всіх визначень цієї дефініції залишаються кілька ключових характеристик:

1) імідж – це образ-стереотип, який створюється у свідомості реципієнта (особи, групи осіб чи всього суспільства);

2) формується цілеспрямовано, має адресанта та кінцеву мету створення;

3) є образом "діловим" (тобто виявляється в ході професійної активності), але важливими є особисті здібності (фізичні, фізіологічні, психологічні, морально-етичні, розумові тощо);

4) має поведінковий характер створення, тобто формується в процесі практичної діяльності, відповідно;

5) важливою є зовнішня складова, елементи презентації та самопрезентації;

6) індивідуальний (конкретний у цей відрізок часу для визначеного реципієнта) і груповий (стереотипне бачення професії у цьому суспільстві) іміджі тісно пов'язані і впливають один на одного;

7) містить риси як конкретні для визначеного фаху (наприклад, сила для спортсмена, робітника чи прискіпливість для науковця), так і універсальні для спеціаліста будь-якого профілю (активність, ініціативність, професіоналізм). У перспективі дослідження планується акумуляція описаних підходів для більш детального розгляду категорії професійного іміджу з позицій соціальних комунікацій, її уточнення та конкретизації.

#### Список використаної літератури

1. Возрастная психология: личность от молодости до старости: учебное пособие / М.В. Гомезо, В.С. Герасимова, Г.Г. Горелова, Л.М. Орлова. – М.: Педагогическое общество России, 2001. – 272 с.
2. Гладуш В.А. Особливості формування іміджу професії психолога у студентів ВНЗ [Електронний ресурс] / В.А. Гладуш, О.Л. Лобойко. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/26\\_NII\\_2009/Psihologija/52186.doc.htm](http://www.rusnauka.com/26_NII_2009/Psihologija/52186.doc.htm).
3. Довга Т.Я. Імідж особистості як необхідна умова професійного становлення педагога [Електронний ресурс] / Т.Я. Довга // Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді: збірник наукових праць. – 2010. –

- Вип. 14. – Кн. I. – С. 66–75. – Режим доступу: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Tmpvd/2010\\_14\\_1/8.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tmpvd/2010_14_1/8.pdf).
4. Зеер Э.Ф. Психология профессий : учеб. пособ. для студ. вузов / Э.Ф. Зеер. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Академический проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2003. – 336 с.
  5. Калужный А.А. Исследование стереотипных представлений об имидже учителя [Электронный ресурс] / А.А. Калужный // Известия Саратовского университета. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2010. – Т. 10. – Вып. 3. – С. 73–78. – Режим доступа: <http://www.sgu.ru/files/izvestia/full/2010-3-15.pdf>.
  6. Кияшко Ю.П. Индивидуальность телевизионного журналиста как основа його социального та професійного іміджу [Електронний ресурс] / Ю.П. Кияшко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації : науково-виробничий журнал. – 2010. – № 4. – С. 121–125. – Режим доступа: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Dtr\\_sk/2010\\_4/files/SC410\\_21.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_sk/2010_4/files/SC410_21.pdf).
  7. Климов Е.А. Идеалы культуры и становление субъекта профессиональной деятельности / Е.А. Климов // Психологический журнал. – 2005. – Т. 26. – № 3. – С. 94–101.
  8. Кон И.С. Психология старшеклассника : пособие для учителей / И.С. Кон. – М. : Просвещение, 1980. – 192 с.
  9. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью : учеб. пособ. для высш. шк. / Э.В. Кондратьев, Р.Н. Абрамова ; под общ. ред. С.Д. Резника. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Академический проспект, 2008. – 510 с.
  10. Кононенко А.О. Психологічні складові індивідуального іміджу сучасного педагога : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 [Электронный ресурс] / А.О. Кононенко. – Одеса, 2003. – Режим доступа: <http://www.lib.ua-ru.net/inode/8542.html>.
  11. Курбет Н.В. Акмеологические условия и факторы развития образа профессии у студентов политехнического колледжа : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.13 [Электронный ресурс] / Н.В. Курбет. – М., 2007. – Режим доступа: [www.rags.ru/files/dissertation/184.doc](http://www.rags.ru/files/dissertation/184.doc).
  12. Лукина В.С. Исследование мотивации профессионального развития / В.С. Лукина // Вопросы психологии. – 2004. – № 5. – С. 24–32.
  13. Любенко Д.Л. Воздействие социального образа профессии на управленческую активность менеджера : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.08 [Электронный ресурс] / Д.Л. Любенко. – Саратов, 2003. – Режим доступа: <http://www.referun.com/n/vozdeystvie-sotsialnogo-obraza-professii-na-upravlenchesku-yu-aktivnostmenedzhera>.
  14. Мазоренко М.О. Діловий імідж – професійно важлива якість спеціаліста [Електронний ресурс] / М.О. Мазоренко // Проблеми екстремальної та кризової психології : зб. наук. пр. – 2010. – № 7. – Режим доступа: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Pekp/2010\\_7/files/038.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/Pekp/2010_7/files/038.pdf).
  15. Пантелейчук І. До питання про термінологічне визначення сутності поняття “імідж органів державної влади” [Електронний ресурс] / Ірина Пантелейчук // Актуальні проблеми державного управління : збірник наукових праць Одеського регіонального інституту державного управління. – 2009. – № 1. – Режим доступа: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Apdu\\_o/2009\\_1/R\\_1/Panteleychuk.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Apdu_o/2009_1/R_1/Panteleychuk.pdf).
  16. Психологическое сопровождение выбора профессии : научно-методическое пособие / ред. Л.М. Митина. – 2-е изд., испр. – М. : Московский психолого-социальный институт : Флинта, 2003. – 184 с.
  17. Разумникова О.М. Взаимодействие гендерных стереотипов и жизненных ценностей как факторов выбора профессии / О.М. Разумникова // Вопросы психологии. – 2004. – № 4. – С. 76–83.
  18. Сорокоумова Е.А. Возрастная психология : краткий курс / Е.А. Сорокоумова. – СПб. : Питер, 2006. – 208 с.
  19. Учителям и родителям о психологии подростка : научно-популярное издание / Г.Г. Аракелов, И.М. Жариков, Э.Ф. Зеер и др. ; под ред. Г.Г. Аракелова. – М. : Высшая школа, 1990. – 304 с.
  20. Фельдштейн Д.И. Возрастная и педагогическая психология : избранные психологические труды / Д.И. Фельдштейн. – М. : Изд-во психолого-социального института ; Воронеж : МОДЕК, 2002. – 432 с.

Стаття надійшла до редакції 14.01.2013.

**Попова В.В. Профессиональный имидж: основные направления изучения понятия**

*В статье рассмотрены и классифицированы существующие подходы к изучению понятия “профессиональный имидж”, определены основные характеристики данной категории.*

**Ключевые слова:** профессиональный имидж, образ-стереотип.

**Popova V. Professional Image: to the Analysis of the Concept**

*In the article the existing approaches to the study of the concept of “professional image” are considered and classified, also the attribute features for this category are defined.*

**Key words:** professional image, image-stereotype.