

ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ ФАХІВЦЯ: СУТЬ, ФУНКЦІЇ, СТРУКТУРА

© Митцева О. С., 2018

<https://orcid.org/0000-0002-3398-2982><http://doi.org/10.5281/zenodo.1227103>

У статті розглянуто поняття «професійний імідж», проаналізовано його особливості та складники. Визначити компоненти: зовнішній (аудіовізуальний і професійний етикет, естетика «Я-образу»), внутрішній (внутрішня філософія, система цінностей людини, рівень духовного та інтелектуального розвитку, ерудиція, стиль мислення, моральні якості), процесуальний (професійна, творча діяльність людини). Обґрунтовано, що ядро професійного іміджу містить місію (оціночна, емоційна інформація про сенс існування професіонала), цілі, позиції, легенду (події, позиції, вчинки професійного життя людини), установки, «Я-концепцію» (динамічне психологічне утворення, яке впливає на професійну діяльність), ієрархія «Я-особистостей» у часі («Я – минуле», «Я – реальне» і «Я – майбутнє»). Охарактеризовано універсальні функції (комунікативна, інформаційна, когнітивна, креативна, професійна, мотиваційна, адаптаційна, розвивальна, особистої самореалізації, аксіологічна, ідентифікації) та виокремлено провідні вимоги до професійного іміджу (керованість, результативність, позитивність, гармонійність).

Ключові слова: імідж, особистість, фахівець, професійний імідж, функція, компонент, «професійна Я-концепція», ядро професійного іміджу.

Митцева О. С. Профессиональный имидж специалиста: суть, функции, структура

В статье рассмотрено понятие «профессиональный имидж», проанализированы его особенности и составляющие. Установлены компоненты: внешний (аудиовизуальный и профессиональный этикет, эстетика «Я-образа»), внутренний (внутренняя философия, система ценностей человека, уровень духовного и интеллектуального развития, эрудиция, стиль мышления, нравственные качества), процессуальный (профессиональная, творческая деятельность человека). Установлено, что ядро профессионального имиджа содержит миссию (оценочная, эмоциональная информация о смысле существования профессионала), цели, позиции, легенду (события, позиции, поступки профессиональной жизни человека), установки, «Я-концепцию» (динамическое психологическое образование, которое влияет на профессиональную деятельность), иерархию «Я-личности» во времени («Я – прошлое», «Я – реальное» и «Я – будущее»). Охарактеризованы универсальные функции (коммуникативная, информационная, когнитивная, креативная, профессиональная, мотивационная, адаптационная,

развивающая, личностной самореализации, аксиологическая, идентификации) и выделены основные требования к профессиональному имиджу (управляемость, результативность, позитивность, гармоничность).

Ключевые слова: *имидж, личность, специалист, профессиональный имидж, функция, компонент, «профессиональная Я-концепция», ядро профессионального имиджа*

Myttseva O. S. Professional image of the factor: soft, functions, structure

The basic qualities of the personality (personal, general, professional), which play an important role in the formation of his effective professional image, are considered. On the basis of scientific literature analysis, the essence of the professional image of a specialist as a holistic, dynamic and integrative image determined by the professional activity of an individual, his «Mission of the Person», a positive «I-concept», oriented to «I am desirable, ideal», promotes professional self-development and self-improvement of a modern specialist. The purpose of the professional image is described: achievement of professional and personal goals in ensuring coordination of actions and mental state of all labor process participants by the individual-prototype. The functional features of the professional image are identified: relevance, informativeness, activity, dynamism, functionality, which can be real, attributed to the object, dynamic (vary according to the changes of the image carrier itself or in the group consciousness).

The components of the professional image are outlined: external (audiovisual and professional etiquette, aesthetics of the «I-image»), internal (internal philosophy, system of human values, the level of spiritual and intellectual development, erudition, the style of thinking, moral qualities), and procedural (professional, creative activity human) ones.

It has been established that the core of the professional image contains a mission (estimating, emotional information about the meaning of existence of a professional), goals, position, legend (events, positions, actions of professional life of a person), installation, the «I-concept» (dynamic, psychological formation that influences the professional activity), the hierarchy («I-personalities» in the course of time: «I am the past», «I am the real» and «I am the future»). The nucleus promotes the formation of an effective professional image of a specialist and acts as a spiritual foundation of the motivation and the way of behavior, arises through the organization of certain reactions of the individual and the community, combines, due to the existence of a permanent template, various inclinations, which form a single professionally significant scheme.

The universal functions (communicative, informational, cognitive, creative, professional, motivational, adaptive, developing, personal self-realization, axiological, identification) are characterized. The main requirements for the image are highlighted: controllability (the need to design, diagnose and correct the process of forming an image); performance (reflects how much it helps to achieve a specific goal); positivity (correspondence with the positive values of most people); harmony (maximally reflects how comfortable a person feels with a particular image).

Key words: image, personality, specialist, professional image, function, component, professional «I-concept», the core of the professional image .

Постановка проблеми. Нові стандарти вищої освіти підносять на якісно новий рівень вимоги до особистості сучасного фахівця, його професіоналізму, рівня соціальної мобільності, що визначається професійним іміджем. Саме ефективний професійний імідж сприяє конкурентоспроможності молодого спеціаліста на сучасному ринку праці.

Основні завдання, що стосуються освітньої політики з підготовки майбутніх фахівців, формування їх професійної компетентності визначаються Законами України «Про вищу освіту» (2014 р.), «Про освіту» (2017 р.). У цих документах приділяється увага здатності фахівців до прагнення постійного професійного зростання та їхньої готовності до формування професійного іміджу, який є показником якості й оцінки професійної діяльності.

Теоретичне обґрунтування феномену «імідж», як свідчить аналіз наукової літератури, базується на психологічній «Я-концепції» особистості (Р. Бернс, А. Маслоу, К. Роджерс, Т. Шибутані), концептуальних засадах іміджології (П. Берд, Л. Браун, Ф. Джефкінс, В. Шепель) і розглядається як цілісна система зовнішніх та внутрішніх характеристик людини, які покликані підкреслити або ж створити унікальність, своєрідність особистості (О. Панасюк, О. Перелигіна, Г. Почепцов). Аналіз теоретичного осмислення проблеми формування іміджу дає можливість стверджувати, що вона у вітчизняній і зарубіжній науці має різнопланову інтерпретацію відповідно до сучасних наук (соціології, культурології, психології, педагогіки, економіки, політології). Визначаючи різні аспекти іміджу, науковці не приходять до єдиної точки зору в його трактуванні. І як наслідок – нечіткість та широке тлумачення поняття «професійний імідж», оскільки досліджують його на підставі певної професійної сфери. У зв'язку з цим актуалізується проблема визначення сутності, складових і функціональних особливостей професійного іміджу фахівця.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суть поняття «професійний імідж» фахівця та особливості його ефективної самопрезентації представлено у роботах І. Альошиної, М. Вудкока, Ф. Кузіна, М. Мазоренко, Д. Френсіса, В. Шепель [1; 2; 5; 10]. Формування іміджу майбутнього фахівця за різним фахом на основі «професійного образу Я» доведено у роботах І. Володарської, Н. Гузія, А. Морозової, С. Панчук, О. Чебикіна. Психологічні складові

індивідуального іміджу і особливості процесу формування було розглянуто А. Панфіловою, О. Перелигіною, Н. Самоукіною [3; 7].

Найчастіше професійний імідж досліджують у зв'язку з конкретною професією, наприклад, політика (П. Берд, Л. Браун, Д. Фатихова), керівника (Ф. Кузін, О. Панасюк, Г. Почепцов), спеціаліста зі зв'язків з громадськістю (М. Вудкок, Д. Френсіс), педагога (Т. Демчук, Т. Довга, В. Зінченко, В. Ісаченко, Н. Прус, Л. Мартинець). Проведений аналіз наукових розвідок дозволяє стверджувати, що предметом уваги науковців є проблема становлення професійного іміджу фахівця. Професійний імідж розглядається як складний міжнауковий феномен, який передбачає створення образу конкретної професії, розвивається у процесі певної професійної діяльності та є фактором підвищення її ефективності. Проте інформаційне суспільство висуває нові вимоги до фахівця, його здатності адаптуватися до соціально-економічних змін, що посилює роль іміджу в глобальному інформаційному просторі та потребує конкретизації суті поняття «професійний імідж», характеристики його структурних компонентів.

Мета статті. Розкрити поняття «професійний імідж» сучасного фахівця, його функціональних особливостей, що є базовим і необхідним для визначення специфіки структурних компонентів професійного іміджу фахівця.

Виклад основного матеріалу. Проведений теоретичний аналіз наукових праць (І. Альошина, В. Вудкок, Д. Френсіс, О. Змановська, А. Панфілова, Н. Самоукіна; В. Шепель) [1–3; 7; 10], дав можливість узагальнити специфіку якостей особистості як фахівця-професіонала: особистісні (активність, емоційність, емпатійність, впевненість у собі, комунікабельність, стресостійкість), загальнолюдські (працьовитість, вихованість, порядність, доброзичливість, турботливість, патріотизм), професійні (компетентність, гнучкість, цілеспрямованість, відповідальність, асертивність, креативність, здатність адаптуватися до нових умов, швидкість у прийнятті рішень, прагнення до досягнень, незалежність, лояльність до компанії), що відіграють важливу роль у формуванні його професійного іміджу та сприяють ефективності професійної діяльності.

Науковці розглядають професійний імідж як феномен, що створюється на перетинанні багатьох наукових галузей. Так, психологи О. Затворнюк, В. Ісаченко, О. Панасюк, Н. Прус, В. Шепель переконливо доводять, що імідж

особистості є підґрунтям для професійного іміджу, який характеризується як: складне утворення, зумовлене особливостями професійної діяльності та соціальними ролями, що виконує особистість; образ, який формується в процесі професійної діяльності, набуває професійних характеристик і залежить від відповідності очікуванням суспільства і професійної групи [3; 4; 8; 10]. М. Мазоренко визначає імідж фахівця як «оцінне уявлення «ділового» образу людини як суб'єкта визначеної сфери професійної діяльності. Це зовнішній образ, який характеризує визначений соціальний тип особистості, що несе відбиток професії» [5, с. 320].

У соціології при тлумаченні суті поняття «професійний імідж» акцентують увагу на статусному образі особистості як сукупності уявлень суспільства про те, яким повинен бути індивід відповідно до свого професійного статусу (Н. Смирнов); стандартизованому емоційному оцінному ефекті, який базується на загальному образі типового професіонала (В. Петренко). У культурології В. Орешкін розглядає професійний імідж як свідомий прояв людиною зовні якостей професії, носієм якої вона є. М. Беляєва трактує діловий (професійний) імідж, як відображення діяльності людини: її плани та їх реалізацію, ділові якості (відповідальність, організованість, працьовитість), ступінь успішності (визнання в певних колах, професійні нагороди, досягнення), предметну атрибутику.

Суть поняття «професійного іміджу» набуває особливої значущості у понятійно-термінологічному полі педагогічної науки. Так, зважаючи на характеристики педагогічної діяльності як професії і вимоги до вчителя, «професійний імідж» вивчали: Н. Савченко (цілісний, стійкий образ педагога у свідомості суб'єктів педагогічної взаємодії); С. Бовсун (синтез професійних якостей і компетентностей та особистісних якостей і зовнішності особистості); І. Розмолодчикова (інтегровану якість особистості, що забезпечується системою культурологічних, психологічних та педагогічних знаннями, навичками і вміннями); О. Ковальова (емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу вчителя у свідомості вихованців та інших людей, що суттєво відрізняють його від своїх колег); Н. Прус (складне утворення, зумовлене особливостями професійної діяльності та соціальними ролями, що виконує особистість); В. Ісаченко (емоційно забарвлений психічний образ, який склався в масовій свідомості й має риси стереотипу, що легко трактується і відчутно

впливає на пояснювальні механізми свідомості, поведінки й вибір іншої людини як споживача сфери послуг) [1; 2; 4; 5; 8].

Отже, професійний імідж – багатогранне, міждисциплінарне поняття, суть якого синтезує соціальний образ характеристик представників певної соціально-професійної групи відповідно до очікування суспільства. Водночас він є цілісним, динамічним та інтегративним образом, обумовленим професійною діяльністю суб'єкта, а саме «Місією особистості», позитивною «Я-концепцією», зорієнтованою на «Я-бажане, Ідеальне», що сприяє постійному професійному та особистісному саморозвитку та самовдосконаленню сучасного фахівця. Метою професійного іміджу є досягнення суб'єктом-прообразом професійних та особистісних цілей щодо забезпечення координації дій, психічних станів учасників трудового процесу.

Для уточнення функціональних можливостей професійного іміджу розглянемо складові цього іміджу: зовнішня – аудіовізуальна (культура, грамотність, приємність мовлення), професійний етикет (манера триматися, одяг, зачіска, естетика «Я-образу»); внутрішня – внутрішня філософія, система цінностей людини; рівень духовного та інтелектуального розвитку, ерудиція, стиль мислення; мотивація та спрямованість особистості, її цілі, життєві позиції) (В. Бойко) [2]; процесуальна – професійна, творча діяльність людини (енергійність, виразність, пластичність, легке переключення у видах діяльності до іншого, які емоції переважають при спілкуванні (Л. Мітіна) [6]. Отже, аналіз складових професійного іміджу свідчить, що він повинен носити цілісний, узгоджений характер, де окремі риси не повинні суперечити іншим. Це підкреслюють і науковці [1; 5; 9; 10], які в структурі визначають основою ядро іміджу, яке містить місію, цілі, позиції, легенду, установки, «Я - концепцію», ієрархію “Я-особистостей” у часі (“Я – минуле”, “Я – реальне” і “Я – майбутнє”). Охарактеризуємо їх. Під місією розуміють компонент символічної структури професійного іміджу, який містить оціночно та емоційно навантажену інформацію про те, для чого суб'єкт-прообраз іміджу існує в суспільстві і займається своєю діяльністю, в чому полягає сенс його існування. Позиція – це погляди, уявлення, настанови особистості стосовно умов її професійної діяльності. Легенда створюється на основі подій з історії професійного життя людини, її вчинків, позицій, які вона відстоює і демонструє у трьох компонентах: цілях, які людина ставить перед собою як

професіонал; реальних справах, які вказують, наскільки ефективно здійснюється рух до конкретних цілей; місії, яка вказує, чому і за чого ставляться такі цілі і в ім'я чого вони виконуються. У тому випадку, коли ці компоненти логічно, правильно і без суперечностей пов'язані між собою і виникає ефект сприйняття – легенда. Якщо хоча б один з них – відсутній або погано узгоджений з іншими елементами, імідж втрачає цільність і стає негативним [5–7].

Для створення легенди слід володіти трьома складовими: уявою, контактом з людьми і наполегливістю, які слід направляти на самовдосконалення, духовний розвиток і творчу активність. Установки (стійка схильність людини до певної форми реагування) професійного іміджу спрямовані на задоволення потреб і спонукають людину орієнтувати свою діяльність у певному напрямі і діяти послідовно щодо всіх об'єктів і ситуацій, з якими вона пов'язана [5; 6].

Мотивація – це процес, у результаті якого певна діяльність набуває для індивіда особистого сенсу, створює стійкість його інтересів до неї і перетворює зовнішню задану мету його діяльності у внутрішню потребу особи. За С. Рубінштейном серед мотивів, що сприяють підвищенню професійної кваліфікації фахівця, є і мотиви зміни його іміджу.

Л. Мітіна, Т. Шибутані визначають, що «Я-концепція», яка виступає духовною основою мотивації поведінки фахівця та його способом поведінки, виникає за допомогою організації визначених реакцій, а також завдяки існуванню постійного шаблону різні схильності складаються у єдину професійно значиму схему. «Я-концепція» є динамічним психологічним утворенням і впливає на професійну діяльність [6]. Сучасні дослідники (Р. Бернс, К. Роджерс) стверджують, що здійснити ефективну взаємодію здатна тільки людина з позитивною «Я-концепцією».

Для професійного іміджу дуже важливо, щоб життєві позиції і установки фахівця відповідали позитивному погляду на світ, на інших людей і на себе та свою професійну діяльність [9]. Зазначимо, що зміст структурних компонентів можна корегувати у зв'язку зі змінами парадигми вищої освіти, запитів суспільства та науково-технічного прогресу. Формування професійного іміджу, його професійне становлення та кар'єрна успішність залежать від багатьох суспільно-культурних чинників, а насамперед від власної цілеспрямованості та активної діяльності.

Зважаючи на сучасні характеристики професійного іміджу, виокремлених у роботах науковців (В. Андрущенко, М. Біляєва, М. Варданян, О. Перелигіна, О. Пехота, І. Размолодчикова, В. Самкова, В. Черепанова) було виділено такі універсальні функції іміджу: комунікативна (позитивна організація конструктивного, комфортного спілкування на усіх рівнях взаємодії професійної діяльності); інформаційна (інформування громадськості щодо позитивних аспектів професії, створення позитивного образу професії в суспільстві), когнітивна (удосконалення і створення нових знань, пошук нових сфер застосування професійних знань), емотивна (обмін соціальними та духовно-моральними цінностями, душевними переживаннями), когнітивна (координація та регуляція взаємодії), креативна (реалізація творчого потенціалу в професійній діяльності щодо створення унікальних пропозицій, послуг); професійна (розвиток професії, вдосконалення професійної підготовки кадрів, реалізація особистості у конкретній професійній галузі); мотиваційна (мотивація до саморозвитку та самореалізації в професійній сфері); адаптаційна (швидке і комфортне пристосування до певної ситуації у професійній діяльності); розвивальна (кількісні, якісні особистісні та професійні зміни); особистої самореалізації (максимальне розкриття індивідуальних особливостей та здібностей у професії); аксіологічна (орієнтація на індивідуальні та професійні цінності, цілі, сенс життя, які є основою для професійних дій у суспільстві); психотерапевтична (усвідомлення своєї значимості, прояв психологічної та емоційної стійкості, оптимізація своєї поведінки з метою максимального впливу на інших); ідентифікації (соціально-символьне впізнавання завдяки важливих характеристик носія іміджу (символіка, логотип)). Зазначимо, що повну уяву про професійний імідж дають тільки комплекс цих функцій, оскільки жодна з них не відображає повністю роль професійного іміджу. У сукупності функції професійного іміджу спрямовані на забезпечення успіху і конкурентоспроможності фахівця, швидке входження в нове соціальне середовище і відіграють велике значення у розвитку індивідуального стилю професійної діяльності.

Проведений аналіз ключових понять дозволив виявити особливості професійного іміджу фахівця: актуальність (потреба «тут і зараз», у конкретному місті і в конкретний час), інформативність (повідомлення про певну сукупність ознак самого об'єкту іміджу), активність (здатний впливати

на свідомість, емоції, діяльність, поступки окремих людей та цілих груп населення), динамічність (змінюється відповідно до соціально-економічних чинників), функціональність (він не самоціль, а надає можливість рухатися вперед і самовдосконалюватися), а також імідж може бути в окремих випадках основою для довіри до фахівця [6; 7; 9]. О. Перелигіна зазначає, що ці особливості можуть бути реальними або приписаними об'єкту, а його атрибути змінюються у зв'язку зі змінами самого носія іміджу або змінами у груповій свідомості [7].

Отже, визначені функції, зміст компонентів професійного іміджу фахівця дозволяє виокремити провідні вимоги до цього виду іміджу: керованість (необхідність проектувати, діагностувати та корегувати процес формування іміджу); результативність (відображає наскільки він допомагає досягти конкретної мети); позитивність (відповідність позитивним цінностям більшості людей); гармонійність (максимально відображає наскільки комфортно відчуває себе людина з конкретним іміджем; особливості та якості конкретної людини).

Висновки. Таким чином, професійний імідж – це образ, свідомо і цілеспрямовано створений штучним шляхом для досягнення суб'єктом-прообразом професійних та особистісних цілей щодо забезпечення координації дій та психічних станів усіх учасників трудового процесу, професійного росту і професійного самовизначення. Професійний імідж має структуру (внутрішній, зовнішній, процесуальний компоненти), ядро (місія, цілі, позиції, легенда, установки, «Я – концепція», ієрархія «Я-особистостей» у часі : «Я – минуле», «Я – реальне» і «Я – майбутнє»). Структура професійного іміджу майбутнього фахівця зумовлює його функції, які носять ціннісний, регулюючий та технологічний характер.

До перспективних питань дослідження віднесемо розробку компонентів професійного іміджу майбутнього фахівця з інформаційних технологій.

Література

1. Алешина И. Я. Имидж и этикет делового человека / И. Я. Алешина. – М.: Дело, 2001. – 112с.
2. Вудкок М. Раскрепощенный менеджер. Для руководителя-практика: пер. с англ. / М. Вудкок, Д. Френсис. – М.: Дело ЛТД, 1994. – 320 с.

3. Затворнюк О. М. Формування та розвиток професійного іміджу майбутніх психологів / О. М. Затворнюк // Освіта та розвиток обдарованості особистості. – №9-10 (28-29) /09-10/, 2014. – С 41–44.

4. Ісаченко В. В. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спеціальність 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти / В. В. Ісаченко. – Одеса, 2004. – 16 с.

5. Мазоренко М. О. Діловий імідж – професійно важлива якість спеціаліста / М. О. Мазоренко // Проблеми екстремальної та кризової психології : зб. наук. праць. – Харків : УЦЗУ, 2010. – Вип. 7. – С. 319–327.

6. Митина Л. М. Психология развития конкурентноспособной личности / Л. М. Митина. – М.: Изд-во МПСИ; Воронеж : Изд-во НПО «МОДЭК», 2003.– 400 с.

7. Перельгина Е. Б. Психология имиджа : учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

8. Прус Н.О. Формування професійного іміджу майбутнього викладача іноземних мов : автор. дис. ... канд. пед. наук : спеціальності – 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти / Н. О. Прус. – Дніпро, 2017. – 21 с.

9. Симонова И. Ф. Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в культурно-образовательном пространстве вуза. : автореф. дис. ... канд. пед. наук : специальность – 13.00.05 – теория, методика социально-культурной деятельности» / И. Ф. Симонова. – СПб., 2014. – 24 с.

10. Шепель В. М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 472 с.