

Література

1. Гордеева Т.О. Мотивация достижения: теории, исследования, проблемы // Современная психология мотивации / Под ред. Д.А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2002. – С.47-102
2. Кириченко Р.В., Колодяжна А.В. Психологічне дослідження навчально професійної мотивації майбутніх педагогів. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова, Випуск 13(58)' 2021, 48–59. DOI: 10.31392/NPU-ps.series12.2021.13(58).05
3. Шадриков В.Д. Проблемы системогенеза профессиональной деятельности. – М.: Наука, 1982. – 186 с.
3. Швеньк Е.В. История развития проблемы мотивации // История отечественной и мировой психологической мысли: Постигая прошлое, понимать настоящее, предвидеть будущее: Материалы международной конференции по истории психологии «IV Московские встречи», 26-29 июля 2006 г. / Отв. ред. А.Л. Журавлев, В.А. Кольцова, Ю.Н. Олейник. – М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2006. – С. 356-360.
4. McClelland D.C., Atkinson J.W., Clark R.A., Lowell E.L. The Achievement Motive. – New York, 1953.

Романенко І.Д. студ. гр. МгПТ-20
Науковий керівник канд. психол. наук,
доц. Колодяжна А.В.
Київський національний університет
технологій та дизайну

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО ВИКЛАДАЧА

У новій концепції вищої освіти акцент зміщений з вузькопрофільного підходу до підготовки майбутнього фахівця на оволодіння їм спеціальним набором компетенцій, необхідних для успішної реалізації в майбутній професійній діяльності.

Професійний імідж можна визначити як усвідомлений прояв людиною «зовнішніх» особливостей професії. Правильно і вчасно сформований імідж майбутнього фахівця стає символом професії і допомагає йому досягти успіху.

У сучасному світі імідж знаходиться в ряду таких понять як «авторитет», «популярність», «престиж», «репутація», «рейтинг» тощо. Слово «імідж» походить від латинського слова *imago* – образ, яке пов'язане з іншою лексемою - *imitari*, тобто імітувати. І саме поняття «імідж» вченими розглядається з різних точок зору. Психологічні аспекти формування іміджу були розглянуті в роботах вітчизняних (К. Атаманська, О. Боровенко, Т. Вахрушева, О. Горовенко, Н. Гузій, Л. Кайдалова, А. Калюжний, А. Ковальчук, А. Коханенко, В. Маценко, Н. Олійник, Є. Перелигіна, О. Писарчук, О. Плахотнік, В. Шепель, Н. Щокіна) та

зарубіжних (П. Берд, К. Боулдінг, Н. Вебстер, А. Додж, А. Дрейер, Л. Робертс) учених. Аналіз наукових праць показав розмежування іміджу за професійними категоріями. Так, було досліджено імідж як феномен інтерсуб'єктної взаємодії (Є. Перелигіна) і імідж професійний (Ю. Андрєєва, І. Кріскунова); імідж державного діяча (В. Северіков) і керівника (Д. Крутілін, Ю. Андрєєва); структуру і чинники формування політичного іміджу (Г. Почепцов, Р. Шварцерберг) і педагога (А. Калюжний, С. Маскалянова, М.С. Піскунов); персональний імідж (О. Плахотнік, В. Шепель, Ф. Кузін).

Як індивідуальний габітус або ореол, створюваний засобами масової інформації, соціальною групою або власними зусиллями особистості з метою привертання до себе уваги, трактує поняття іміджу В. Шепель. На його думку, імідж – поняття збірне і його основу складає особиста чарівність. Впливають же на імідж природні властивості людини, її життєвий і професійний досвід, отримане виховання і освіченість. Таким чином, імідж акумулює в собі кращі людські риси, інформаційний потенціал особистості і є результатом постійної роботи людини над собою [2].

На підставі досліджень А. Калюжного, Г. Почепцова можна виокремити необхідний імідж, який пов'язаний, в першу чергу, з конкретними вимогами професії, які включають професійні компетенції, певний професійний зовнішній вигляд (дрес-код), комунікабельність тощо. Тобто не той образ, який виник у самої людини про себе, а той оцінний образ, який виник про неї у інших людей. А. Калюжний зазначає, що доцільний, адекватний імідж необхідний для будь-якого виду соціальної групи [3].

Практичне розв'язання проблеми формування професійного іміджу в сучасній педагогіці вищої школи дозволить підвищити конкурентоспроможність випускників українських вузів на ринку трудових ресурсів. Як стверджує англійська дослідниця іміджу Ліліана Браун, «професійні навички самі по собі не забезпечать вам роботи або підвищення по службі. Для цього потрібно викликати прихильність до себе людей, з якими працюєш, тобто необхідно створити потрібний імідж. Саме такі характеристики особистості, як зовнішність, голос, вміння вести діалог, можуть зіграти вирішальну роль і у вашій кар'єрі, і в усьому житті» [1].

Проблема вивчення іміджу майбутнього фахівця представляє особливий інтерес для педагогіки ще й тому, що цілеспрямоване формування професійного іміджу передбачає активну свідому діяльність студента з корекції власної поведінки, зовнішнього вигляду, оволодіння різного роду компетенціями, що вимагає від майбутнього фахівця саморегуляції і безперервного самоконтролю, посиленої роботи над собою. В процесі іміджування виховуються такі якості, як пунктуальність, відповідальність тощо [3].

Позитивне іміджування виступає одночасно механізмом соціалізації та індивідуалізації студента. З одного боку, дотримуючись певних правил, майбутній випускник шляхом самообмеження і самоконтролю інтегрується в професійне співтовариство з прийнятими в ньому стандартами поведінки і груповими цінностями. З іншого боку, студент при створенні власного іміджу персоналізує і індивідуалізує себе за допомогою оригінальних засобів і унікальною іміджформуючою інформацією.

Про реалізацію виховної функції в процесі формування професійного іміджу говорять багато дослідників. Так, В.Г. Орешкін приходять до висновку, що робота над іміджем за проблематикою, завданням, складом учасників, їх рольовим позиціям, за формою, змістом і результатами є освітньою діяльністю, яка виконує як навчальну, так і виховну функції. При цьому іміджування розуміється як специфічна проблема професійної освіти, а також теорії і методики навчання дорослих, а освітня система, спрямована на вирішення завдань створення іміджу, інтегруючи закономірності андрагогіки і іміджелогії, називається імідж освітою [4].

Проблема формування іміджу майбутнього фахівця в сучасній педагогіці досліджується Л. Герман, С. Маскаляновой, А. Чередняковой, Н. Черепановой та іншими. Але при цьому багато аспектів педагогічного іміджування залишаються нерозкритими, маловивченими.

Вивчення проблеми формування іміджу майбутнього фахівця особливо актуальним є для спеціалістів, наукові інтереси яких зосереджені на питаннях професійної підготовки майбутніх педагогів, адже саме професії соціального спрямування припускають постійне спілкування з людьми і, отже, мають більш високі вимоги до особистості фахівця з боку суспільства.

Література

1. Браун, Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун. – СПб. : Питер, 2001. – 191 с.
- Колодяжна А.В. Імідж педагога як психологічна проблема // *Fundamental and applied research in the modern world. Abstracts of the 3rd International scientific and practical conference.* BoScience Publisher. Boston, USA. 2020. Pp. 363-370. URL: <https://sci-conf.com.ua/iii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-fundamental-and-applied-research-in-the-modern-world-21-23-oktyabrya-2020-goda-boston-ssha-2/>.
2. Калюжный, А.А. Содержание профессиональной подготовки учителя к нравственному воспитанию школьников: учеб. пособие / А.А. Калюжный. – Алматы : Изд-во АГУ им. Абая, 1994. – 69 с.
3. Орешкин В. Г. Тренинг формирования имиджа. 13 мастерских имидж-класса: метод. пособие / В.Г. Орешкин. – СПб.: Речь., 2008. – 176 с.