

УДК 159.95

ІМІДЖ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

Тодоров Володимир Володимирович,
*здобувач вищої освіти спеціальності 201«Агрономія»,
Миколаївський національний аграрний університет*

Теперішні зміни, що відбуваються в сучасному суспільстві, на перший план ставлять проблему адаптації професійної поведінки особистості з метою досягнення соціального успіху. Прагнення людини до самовдосконалення та саморозвитку, а також досягнення поставленої мети стає природним явищем [1]. У відповідності до цього основними критеріями педагогічного професіоналізму сучасного фахівця постають: професійна компетентність, ділова ініціатива, толерантність, тактовне ставлення до людини, здатність викликати симпатію, здатність до самопрезентації та здійснення сприятливого враження й позитивного впливу на інших. Отже, професійний імідж фахівця набуває властивості одного з основних ресурсів, що забезпечують високий соціальний престиж стосовно конкретної людини та певної організації.

Конкретний імідж сучасного фахівця належить до проблем традиційно малодосліджуваних у вітчизняній науці. Проте, окремі аспекти проблеми формування іміджу фахівця досліджували такі вчені: психологію індивідуальності (Є. Рогов, С. Рубінштейн та ін.); особливості "Я-концепції" особистості (А. Маслоу, К. Роджерс); теоретичні та практичні засади іміджології (П. Берд, Л. Браун, М. Спіллейн, А. Панасюк та ін.).

Як свідчить вивчення наукової літератури, поняття "імідж", популярність якого різко зростає, не є сьогодишнім винаходом, оскільки він існував ще в давні часи у вигляді спеціально сконструйованих образів та уявлень масової свідомості (наприклад, імідж воїна, імідж нації тощо) [2]. Одним із засновників теорії іміджу вважається Н. Макіавеллі, котрий підкреслював, що для формування власного іміджу важливо прогнозувати поведінку інших людей та проводити аналогію зі своєю. Тільки тоді, на його думку, з'являється яскраве та розвинуте "відчуття іміджу".

В наш час, в умовах конкуренції у сфері ринкової економіки, дійові особи зацікавлені презентувати себе якнайкраще [3]. Тому перша вимога іміджології – це зробити суб'єкта привабливим. Досліджуючи проблему іміджу як зв'язуючої ланки між людиною та аудиторією, Г.Сорокіна підкреслює, що імідж створюється з конкретною метою, щоб справити враження та сформувати у людей потрібну думку про себе, а звідси і відношення. Причому це не лише

картинка нас, а й обіцянка відповідності зовнішнього вигляду внутрішньому змісту, певній моделі поведінки. Інакше кажучи, потрібно «бути, а не здаватися» [4]. Імідж – це знакові характеристики, в яких наявні і форма, і зміст. Він є багатогранним явищем, що відбиває і сутнісні, і зовнішні сторони.

Враховуючи все вищезазначене можна зробити висновок, що цілеспрямоване формування іміджу можливе шляхом спирання на реальні характеристики особистості, а не за умови його цілком штучного створення, що стверджує необхідність індивідуального підходу до кожного фахівця. Створити позитивний і привабливий власний імідж - значить працювати не тільки на підвищення особистого статусу, але й на загальну ефективність організації. Тому, формуючи власний імідж, фахівець формує імідж всієї своєї організації.

Список використаних джерел:

1. Веліховська А. Б. Мережеві технології формування професійних якостей майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи / А. Б. Веліховська, С. Б. Літвінчук, В. М. Курепін // Актуальні проблеми в системі освіти: заклад загальної середньої освіти – доуніверситетська підготовка – заклад вищої освіти : Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 9 червня 2020 року – Київ : Національний авіаційний університет, 2020. - С 47-54. URL:<http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/7903>.
2. Барна Н. В. Іміджелогія : навч. посібник для дистанційного навчання / Н. В. Барна ; за наук. ред. В. М. Бобика. - К. : Університет "Україна", 2007. - 217 с.
3. Митина Л. М. Психологія професійного розвитку вчителя / Л. М. Митіна. - Дніпро: Флінта, 2008. - 276 с.
4. Сорокіна Г. Г. Імідж і соціальний успіх / Г. Г. Сорокіна // Школа і виробництво. - 2003. - №5. - С.4-6.

*Науковий керівник – асистент Гула Л. В.
Миколаївський національний аграрний університет*