

# ТЕОРІЯ І МЕТОДИКА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

**Прус Н.О.**

*викладач,*

*Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця*

## ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ СПЕЦІАЛІСТА

Відомо, що професійна компетентність, професійні знання, навички та вміння як окремі педагогічні характеристики ще не гарантують успіх педагогічної діяльності. Адже саме постать викладача, його вміння розташувати до себе аудиторію, з якою він працює, колег, керівництво, його неповторність та індивідуальність, відповідність обраній професії, особливості поведінки та поглядів формують певне уявлення про нього, тобто про його професійний імідж.

В сучасних умовах ринкових відносин створення професійного іміджу стає однією з основних засад успішності будь-якої професійної діяльності. У зв'язку з переорієнтацією та реформуванням освітньої системи в суспільстві зростає увага до представників педагогічних професій, їхнього професіоналізму та компетентності. Таким чином, формування позитивного іміджу стає актуальною проблемою не тільки в сфері ділового спілкування, політиці та шоу-бізнесі, а й в педагогічній діяльності викладачів вищих навчальних закладів, основне завдання яких готувати конкурентоспроможних та висококваліфікованих фахівців.

Так, аналіз наукової літератури показав, що професійний імідж є складним утворенням, основу якого становить особистісний імідж. Щодо його складових більшість науковців виокремлюють зовнішній та внутрішній компоненти професійного іміджу. Під зовнішнім компонентом розуміють зовнішній вигляд, міміку, жести, вербальні та невербальні засоби спілкування, стиль поведінки. Внутрішній компонент включає в себе емоційний стан, особливості характеру, темпераменту, внутрішню філософію, систему цінностей, загальну культуру. Тільки гармонійне поєднання усіх внутрішніх та зовнішніх характеристик створює позитивне цілісне уявлення та сприяє формуванню ефективного професійного іміджу. Отже, при формуванні особистісного професійного іміджу у першу чергу, слід звертати увагу на зовнішній образ, який повинен підкреслювати індивідуальні достоїнства та формувати сприятливе враження. Адже перше враження формується на основі саме візуальної картини, яку, в свою чергу, доповнюють невербальні засоби

спілкування (міміка, жести, рухи, вираз обличчя). Проте, основним фундаментом для побудови позитивного образу стає особистісна складова: внутрішня філософія (життєві установки, моральне кредо, індивідуальний світ, що обумовлюють світоглядне самовизначення) та система цінностей людини. Кожна особистість має свої цінності та життєві установки, які формують її внутрішній світ, її духовність, допомагають будувати та гармонізувати стосунки з оточуючими. Не можна відділяти й емоційну складову від внутрішнього світу. Адже емоції, почуття, переживання, настрої також характеризують особистість та сприяють формуванню її професійного іміджу, впливають на продуктивність професійної діяльності. Отже, в основі формування професійного іміджу фахівця лежить реалізація власних потенційних можливостей, тобто реалізація «Я-концепції» (сукупності уявлень індивіда про себе) та її наближення до «Я ідеального», що стає основним стимулом, який спонукає до особистісного й професійного зросту, постійного руху вперед, самовдосконалення та самореалізації в певній професійній діяльності. Таким чином, підводячи підсумок, слід зазначити, що основними засобами формування позитивного відношення стають наступні характеристики: зовнішня привабливість, позитивні послання оточуючим, прояв щирої зацікавленості до аудиторії, позитивний настрій, створення бездоганної репутації, дистанціювання від негативних символів [1]. Дуже важливим для формування професійного іміджу стають наступні чинники: налагодження контакту з аудиторією, впевненість у власному професіоналізмі, відповідальність, бажання розвиватися. Адже імідж – це динамічне утворення, що є результатом постійної роботи над собою. Імідж забезпечує процес професійної соціалізації через образ як уяву про себе – до образної уяви себе суспільству; від розуміння та самопізнання себе – до сутнісної самоідентифікації, далі через процес самовдосконалення та розвитку – до самопред'явленні себе суспільству [2, с. 68]. Таким чином, саме ті професії, що відносяться до категорії суб'єкт-суб'єктної взаємодії, мають в першу чергу цікавитися проблемами побудови професійного іміджу. Бо саме ефективний професійний імідж допоможе досягти самоповаги та внутрішнього комфорту, покращати професійні результати та піднятися вгору по соціальних сходах [1, с. 17].

### **Список використаних джерел:**

1. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. – СПб.: Речь. 2005. – 144 с.
2. Якушева С.Д. Профессионально-педагогический инжиниринг в инновационной деятельности образовательного учреждения : теория и практика: Монография. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: АПКИППРО, 2012. – 308 с.