

*Марченко О. О.,
м. Харків, Україна*

ЗАКОНОМІРНІСТЬ ТА СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО-ОСОБИСТІСНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ІНЖЕНЕРІВ-МЕХАНІКІВ

Постановка проблеми та її актуальність. Необхідність формування професійно-особистісного іміджу майбутніх інженерів-механіків в сучасних соціально-економічних умовах постає дуже гостро. Це пов'язано з тим, що з кожним роком зростають конкуренція та вимоги на ринку праці до працівників даної професії.

Сьогодні перед суспільством стоїть задача формування нового стилю соціальної поведінки, що викликає нагальну потребу у вивченні питань, пов'язаних з формуванням професійного іміджу, який є одним із основних факторів ефективної та успішної діяльності. Образ людини на робочому місці повинен демонструвати якості, які суспільство вимагає від представників даної професії [1].

Ліліан Браун, американський дослідник іміджу, вважає, що професійний навик сам по собі не забезпечить вам роботи або підвищення по службі. Для цього потрібно викликати прихильність до себе людей, з якими працюєш, тобто необхідно створити потрібний імідж. Вважається, що люди судять про нас за зовнішнім виглядом, враженням, яке ми створюємо протягом перших п'яти секунд розмови. Саме такі якості особи, як зовнішність, голос, уміння вести діалог можуть зіграти вирішальну роль у кар'єрі і у всьому житті [2].

Психологи стверджують, що в людині генетично закладене бажання справити позитивне враження на оточуючих й отримати схвалення своїх дій. Відомий психолог К.Юнг вважав, що про людину судять по личині, яку вона одягає для того, щоб відповідати вимогам суспільства. Слід відзначити, що фахівці зі створення певного образу (іміджу) людини зовсім не вважають, що робота над ним зводиться лише до створення зовнішнього образу, який маскує реальну сутність індивіду. Вони відмічають, що зовнішній вигляд - це лише стиль, обумовлений внутрішнім складом особистості людини. У книзі "Приз - ваша голова" Г. Фрідман відмічає: "Й зараз перевага надається людині з витонченим вихованням. Це факт, і нікуди від нього не дітися. Перше враження - у тому числі одяг і постава - значить дуже багато"[3].

Наскільки важливо мати імідж для людини, яка робить кар'єру? Настільки, щоб зробити його центральним об'єктом вашої постійної уваги, якщо, звісно, ви намагаєтесь справити враження на оточуючих: роботодавця, колег, партнерів, клієнтів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема формування іміджу є максимально широкою і багатоаспектною. Численні роботи зарубіжних авторів присвячені питанню формування іміджу особистості (П. Берд, С. Блэк, П. Вейл, А. Либина, Р. Хофф, П. Чисхольм, Б. Швальбе, а також такі відомі вчені, як Т. Гринберг, С. Лорен, Е. Семпсон, М. Спіллейн, П. Утлік та ін. Значна кількість досліджень присвячена різним аспектам діяльності особистості, що дозволяє побічно виявити характеристики і механізми важливі для формування привабливого іміджу. В них розглядаються питання педагогічної психології (Л.С.Виготський, В.В. Давидов, І. О. Зимова, І. І. Ільясов, А. М. Матюшкін, В. Б. Ольшанський, С.І. Соловейчик, Н. Ф. Тализіна, В. Д. Шадриков, М. І. Шевандрін, В.А. Якунін, П.М. Якобсон). Серед дослідників, які зробили свій внесок у розробку поняття іміджу, слід також відзначити Л. Кочубей, Т. Ляпіну, Г. Почепцова, А. Ротовського. Значний внесок у розуміння соціально філософського аспекту поняття "імідж" зробили філософи і психологи, зокрема В. Зінченко, В. Ігнатов, С. Кисліцин, А. Панасюк, Е. Перелигіна, А. Санатулова, В. Шепель.

Постановка завдання. З урахуванням вищевикладеного наполягаємо на необхідності вивчення та ретельного аналізу закономірності та специфіки формування професійно-особистісного іміджу майбутнього інженера-механіка, оскільки саме розуміння механізмів формування іміджу є основою для професійного становлення та подальшого зростання фахівця.

Виклад основного матеріалу. **Імідж** (від англ: image) - образ, змістовний бік характеру конкретної особи. Під **особистим іміджем** розуміють образ людини, як правило, авторитетний, соціальний статус, що має високу (позитивну) оцінку оточуючих. Так, якщо працівник сприймається людьми як респектабельна людина, то про нього говорять, що у нього "є імідж". У практичному вживанні це слово близьке до відомого грецького, в яке давні греки вкладали такі поняття, як обдарованість, авторитетність, мудрість і святість. Люди, що володіють сукупністю таких якостей, за всіх часів мали сильний вплив на оточуючих. Серед ділових людей міцно закріпилося усвідомлення того, що імідж необхідний кожному бізнесмену, чиновнику, громадському функціонеру[4].

Не менш важливим він є і для інженера-механіка. П. Гуревич вважає, що "поняття "імідж" є синонімом до "персоніфікації", але більш

узагальненим, який включає не лише природні властивості особистості, але й спеціально вироблені, створені. Імідж пов'язано як із зовнішнім виглядом, так і з внутрішнім змістом людини, його психологічним типом, риси якого відповідають запитам часу та суспільства” [5].

Спостереження за діяльністю інженерів-механіків з позитивним іміджем показує, що ці люди наділені або природною, або набутою (вихованою) сугестією - властивістю й умінням людини впливати на інших людей, які проявляються як не усвідомлено, так і за допомогою спеціальних прийомів. З точки зору діяльнісного підходу до аналізу феномена сугестії в ньому переплітаються два елементи - упевненість і позитивна енергетика.

Упевненість у собі є наслідком нашої самооцінки, тобто відчуття того, як ми виглядаємо в очах інших осіб. Кожна людина прагне до того, щоб її любили й поважали. У кожного є почуття власної гідності. Якщо ми бачимо, що люди цінують нас, ми міцніше тримаємося на ногах, намагаємося вдосконалюватися.

Енергетика - це психічна сила, здатність людини реалізувати свої можливості, у тому числі силу впливу. Енергетика людини формується й накопичується в її психіці. У процесі взаємодії вона передається іншим людям за допомогою поведінкових прийомів. Активну роль тут відіграють зовнішній вигляд, манери поведінки, погляд, голос і мова, міміка й жести.

В. Шепель відносить імідж до візуальної привабливості особистості і зазначає, що “щасливий той, хто має від Бога привабливий імідж. Але, як правило, багато хто знаходить симпатії людей завдяки мистецтву самопрезентації. Без нього не досягти великих успіхів у будь-якій діяльності, не досягнути радості людської уваги” [6].

Дослідження в галузі іміджології визначають дві групи функцій іміджу. Необхідно розглянути ціннісні функції, до яких належать особистісно підвищувальна, психотерапевтична та функція комфортизації міжособистісних стосунків.

Особистісно підвищувальна функція пов'язана з формуванням навколо особистості атмосфери привабливості, що приводить до розкритості, прояву найкращих якостей та, як наслідок, до підвищення соціальної важливості людини. Сутність психотерапевтичної функції полягає в тому, що завдяки усвідомленню власної незвичайності та підвищеній комунікабельності людина здобуває стійкий позитивний настрій та впевненість в собі. Нарешті, функція комфортизації міжособистісних стосунків передбачає терапевтичний ефект від такого

явища, як особистісна чарівність, що привносить симпатію й доброзичливість у спілкування та згодом необхідну міру терпіння й такту.

Не менш важливим у розумінні механізму роботи іміджу є розгляд його технологічних функцій. Серед них виділяємо функцію міжособистісної адаптації, висвітлення найкращих особистісно-ділових якостей, затінення негативних особистісних характеристик, функцію організації уваги та подолання вікових бар'єрів.

Функція міжособистісної адаптації базується на вмінні оперативного асимілюватися в конкретному соціальному середовищі, привертаючи увагу та встановлюючи доброзичливі стосунки. Щодо функції висвітлення найкращих особистісно-ділових якостей, то згідно з нею імідж надає можливість візуально уявити найбільш привабливі риси людини, дозволяючи оточуючим пізнавати лише ті характеристики, що викликають симпатію або прихильність. Затінення негативних особистісних характеристик як одна з провідних функцій професійного іміджу допомагає відвернути увагу від недоліків зовнішності завдяки використанню дизайну одягу, макіяжу, аксесуарів, зачіски тощо. Функція організації уваги пов'язана з таким психологічним механізмом: привабливий імідж притягає людей, відповідаючи їхнім стереотипам та прагненням, і, як наслідок, сприяє створенню прихильності з боку оточуючих та позитивному ставленню до власних ідей [7].

Проведений літературний аналіз та анкетування студентів дозволили виділити найбільш характерні та професійно важливі риси для професії інженера-механіка, та розділити їх на такі 4 блоки:

1. Професійна компетентність: мобільність (швидкість і якість обслуговування), акуратність у виконанні посадових обов'язків, точність виконання роботи, висококваліфікована професійна підготовка;
2. Культура: комунікабельність (привітність у спілкуванні, усміхненість), правильність мови, соціально-психологічні характеристики співробітників;
3. Соціально-демографічні і фізичні дані: вік, стать, рівень освіти, наявність/відсутність фізичних дефектів;
4. Візуальний імідж: діловий стиль в одязі, акуратна зачіска, обмеження у використанні прикрас і косметики (для жінок).

В процесі дослідження було визначено, що значний вплив на формування іміджу інженера-механіка також мають параметри не основної діяльності, а саме етапи професійної кар'єри, активність особистості поза роботою (хобі, спорт), інтереси тощо. Тому що значний вплив мають не абстрактні поняття, а переконливі життєві факти.

Розуміння того, що якість процесу формування іміджу залежить не тільки від програми освіти, що вона залежить від рівня мотивованості на роботу, наскільки людина хоче займатись даною роботою і чи одержує заохочення від неї, має велике значення.

Результати проведеного анкетування майбутніх інженерів-механіків свідчать про наявність інтересу до проблем професійно-особистісного іміджу. Роль позитивного іміджу в здійсненні професійних планів відзначили 80,6% респондентів. Бажання отримувати інформацію щодо формування позитивного професійного іміджу висловили 91,3% опитаних, тому що вони зіткнулися з проблемами встановлення ефективної комунікації з керівництвом та колегами під час проходження виробничої практики.

Після ретельного вивчення попиту на ринку праці та вивчення особливостей професійної діяльності інженерів-механіків, ми класифікували імідж за наступними видами:

- об'єктивний чи реальний імідж — це враження, яке склалося про спеціаліста у роботодавця;
- суб'єктивний (дзеркальний) імідж — уявлення спеціаліста про те, яким є образ майбутнього інженера-механіка в очах роботодавця;
- модельований імідж — образ, який намагаються створити педагоги;
- бажаний (самоімідж) — той, який спеціаліст повинен мати в очах роботодавця;
- необхідний (ідеальний) — той, який вимагає ринок праці.

За механізмом формування та поширення розділили на імідж:

- а) який стихійно виник, він є досить сталим, бо не лише спирається на асоціювання щойно створеного образу з традиційним, а й сам стає таким. У свідомості завжди діють «консервативні інстинкти, настільки ж непохитні, як і в первісних людей»;
- б) який штучно сформований і цілеспрямовано впроваджений за допомогою різного інструментарію і прийомів (може формуватися в максимально стислі, до кількох місяців, терміни), є актуальним доти, доки це потрібно носієві іміджу або доки не перетвориться на традиційний.

До шляхів формування професійно-особистісного іміджу майбутнього інженера-механіка відносяться: оволодіння технікою спілкування; оволодіння мистецтвом прийняття управлінських рішень; мотивація на результат; підвищення культурного рівня; розвиток професійної компетентності (знань, умінь, навичок); розвиток управлінських якостей (ділових, професійних, особистих); уміння керувати собою (самопізнання,

саморефлексія, самоорганізація, саморегуляція і таке інше); створення позитивного мікроклімату; підвищення інтелектуального рівня.

Узагальнення даних наукових публікацій по вивченню і формуванню іміджа та результати дослідження дають можливість виділити основні етапи формування професійно-особистісного іміджу майбутнього інженера-механіка.

Першим етапом повинно стати визначення та аналіз стартових умов формування іміджу майбутнього спеціаліста, перш за все, особистісних. Для представника технічної еліти психологічно-індивідуальні якості (здібності до емпатії, чуйність, здібності до рефлексії, доброзичливість, уміння запобігати конфліктам, здатність дотримуватися постулатів древньоримського права "Людина - річ священна"); міцне фізичне і психічне здоров'я, зовнішня естетична привабливість, ерудиція, творча енергія, високий рівень загальної культури є необхідними.

Другий етап – це відображення внутрішнього світу особистості у зовнішньому образі з урахуванням професійних вимог шляхом удосконалення всіх складових габітарного, кінетичного, ментального, комунікативного та середовищного іміджу майбутнього інженера-механіка.

Третій етап – приведення сформованого загального образу людини у відповідність до соціального та професійного середовища шляхом відпрацювання стереотипу поведінки в умовах професійної роботи.

Всі етапи формування професійно-особистісного іміджу майбутнього інженера-механіка повинні ґрунтуватися на міждисциплінарному, культурологічному та компетентнісному підходах. Це повинна бути особистісно-зорієнтована освіта, яка сприятиме гармонійному розвитку особистості з цілісним світосприйняттям. Фізико-математичні дисципліни, формуючи наукову картину світу, не повинні втрачати зв'язок із гуманітарними науками, навпаки, розкривати їх через людину, її відчуття, діяльність. Людина повинна стати у фокусі нової освітньої парадигми, поєднуючи в собі всі форми матеріального та духовного світу.

Висновки. Отже, розглянувши сутнісні особливості іміджу як соціально-психологічного феномену, доходимо висновку, що структура, типи та функції іміджу є взаємопов'язаними. Знання особливостей та сутнісних компонентів іміджу надає можливість свідомо формувати конкретні якості з метою створення бажаного типу іміджу. Функціональні особливості феномену свідчать про взаємну узгодженість та обумовленість компонентів у їх професійному втіленні. Вагомим у

формуванні професійно-особистісного іміджу майбутніх інженерів-механіків є використання міждисциплінарного, культурологічного та компетентнісного підходів.

Перспективи подальших досліджень. Подальші пошуки дослідження може бути спрямовано на знаходження форм міждисциплінарної взаємодії предметів.

Список літератури: 1. Пасічник І.П. Проблеми формування професійного іміджу майбутнього лікаря [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://repo.knmu.edu.ua/handle/123456789/3368> 2. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Браун Л. – СПб: Питер Пресс, 1996. – 288 с. 3. Етика бізнесу. Імідж, основні правила формування позитивного іміджу [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://e-pidruchniki.com/content/448_51Imidj_Osnovni_pravila_formyvannya_pozitivnogo_imidju.html 4. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера / Л. І. Скібіцька. – Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. 5. Гуревич, П. С. Философия человека / П. С. Гуревич. – РАН. Ин-т философии. – М., 2001. – Ч. 2. – 206 с. 6. Шепель, В. М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2005. – 472 с 7. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2006. – 574 с.

Bibliography (transliterated): 1. Pasichnyk I.P. Problemy formuvannia profesiinoho imidzhu maibutnoho likaria [Elektronnyi resurs] / Rezhym dostupu: <http://repo.knmu.edu.ua/handle/123456789/3368> 2. Braun L. Ymydzh – put k uspekhu / Braun L. – SPb: Pyter Press, 1996. – 288 s. 3. Etyka biznesu. Imidzh, osnovni pravyla formuvannia pozytyvnoho imidzhu [Elektronnyi resurs] / Rezhym dostupu: http://e-pidruchniki.com/content/448_51Imidj_Osnovni_pravila_formyvannya_pozitivnogo_imidju.html 4. Skibitska L.I. Orhanizatsiia pratsi menedzhera / L. I. Skibitska. – Navch. posibnyk. – K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2009. 5. Hurevych, P. S. Fylosofiya cheloveka / P. S. Hurevych. – RAN. Yn-t fylosofiyy. – M., 2001. – Ch. 2. – 206 s. 6. Shepel, V. M. Ymydzhelohyia: Sekretы lychnoho obaianyia / V. M. Shepel. – Rostov-na-Donu : Fenyks, 2005. – 472 s 7. Pocheptsov H. H. Ymydzhelohyia / H. H. Pocheptsov. – 5-e yzd., yspr. y dop. – M. : Refl-buk ; Kiev : Vakler, 2006. – 574 s.

Марченко О. О.

ЗАКОНОМІРНІСТЬ ТА СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО-ОСОБИСТІСНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ІНЖЕНЕРІВ-МЕХАНІКІВ

Проаналізовано сутність та проблеми формування професійно-особистісного іміджу майбутніх інженерів-механіків. Визначено закономірність, специфіку та умови формування професійно-особистісного іміджу, які здатні забезпечити продуктивний розвиток професіоналізму. Запропоновано шляхи створення позитивного іміджу майбутніх інженерів-механіків.

Ключові слова: закономірність, інженер-механік, професійно-особистісний імідж, професіоналізм, специфіка.

Марченко А. А.

ЗАКОНОМЕРНОСТЬ И СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЛИЧНОСТНОГО ИМИДЖА БУДУЩИХ ИНЖЕНЕРОВ-МЕХАНИКОВ

Проанализированы сущность и проблемы формирования профессионально-личностного имиджа будущих инженеров-механиков. Определены закономерность, специфику и условия формирования профессионально-личностного имиджа, которые способны обеспечить продуктивное развитие профессионализма. Предложены пути создания положительного имиджа будущих инженеров-механиков.

Ключевые слова: закономерность, инженер-механик, профессионально-личностный имидж, профессионализм, специфика.

Marchenko A.

REGULARITY AND SPECIFICS OF THE PROFESSIONAL AND PERSONALITY IMAGE FORMATION OF FUTURE MECHANICAL ENGINEERS

The essence and problems of the professional and personality image formation of future mechanical engineers are analyzed. The regularity, specifics and conditions of the professional and personality image formation that can ensure the productive professional development are defined. The ways of the positive image making of future mechanical engineers are proposed.

Keywords: regularity, mechanical engineer, professional and personality image, professionalism, specifics.