

УДК 371.3

*Наталія Чипиленко,  
викладач економічного  
відділення у Кіровоградському  
кібернетико-технічному коледжі  
I–II рівня акредитації*

### **ІМІДЖ-СТУДІЯ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ІНТЕРАКТИВНОГО НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ**

*В статті висвітлюється проблема створення професійного іміджу майбутніх фахівців засобами інтерактивного навчання, пропонується оригінальна форма роботи із студентами в цьому напрямку.*

*Ключові слова: імідж, професійний імідж, структура іміджу, іміджелогія, студія.*

*В статье освещается проблема создания профессионального имиджа будущих профессионалов способами интерактивного обучения, предлагается оригинальная форма работы со студентами в этом направлении.*

*Ключевые слова: имидж, профессиональный имидж, структура имиджа, имиджелогия, студия.*

*The problem of creating of the professional image of future specialists through interactive studying is considered in the article under study. The original form of work with students is suggested.*

*Key words: image, professional image, image structure, image studying, studio*

Динаміка розвитку національної економіки в сучасній Україні вимагає від фахівців виробничої і невиробничої сфери високої професійної кваліфікації. Зростання попиту на компетентних працівників висуває на перший план питання працевлаштування випускників. Вочевидь, вони повинні вміти гідно презентувати себе на ринку праці. Для цього майбутні спеціалісти ще в процесі здобуття вищої освіти мають створити відповідний професійний імідж. З цією метою заклади вищої освіти мають переорієнтувати свою діяльність згідно вимог держави й суспільства. Саме тому проблема формування іміджу стає нагальною і актуальною потребою сьогодення.

Вищі навчальні заклади мають надавати суттєву допомогу майбутнім спеціалістам у процесі створення професійного іміджу. Для цього необхідно створювати оптимальні організаційно-педагогічні умови, які уможливають плідну організацію аудиторної й позааудиторної

діяльності в аспекті розв'язання зазначеної проблеми. Маємо намір запропонувати один із варіантів організації позааудиторної роботи в формі імідж-студії, котра в інтерактивному режимі уможливить потужний розвиток професійного іміджу. Висвітлення цього питання є метою нашої статті. Насамперед необхідно з'ясувати, що являє собою професійний імідж і в чому полягає взаємозв'язок між цим поняттям та інтерактивними методами навчання майбутніх фахівців.

Одним із важливих аспектів загального сприйняття та оцінки людини є враження, яке вона справляє на оточуючих, або формування позитивного сприйняття себе іншими людьми. Найчастіше це не залежить від бажання самої особи, оскільки власний образ є об'єктивним явищем і відіграє істотну роль в оцінці не лише людини, а й будь-якого соціального явища чи процесу.

Окремі аспекти проблеми формування іміджу особистості вивчено вітчизняними і зарубіжними вченими, які досліджували: концептуальні засади та практичний інструментарій іміджології (П. Берд, Л. Браун, Ф. Джефкінс, І. Акрисунова, Е.Є. Соловйов, М. Спіллейн, Е. Семпсон, А.Ю. Панасюк, Г.Г. Почепцов, В.М. Шепель, Дж. Ягер); сутність професійного іміджу фахівця та особливості його ефективною самопрезентації (І. Альохіна, В.М. Бебік, М. Вудкок, Ф. Генон, Ф.А. Кузін, Н.Ф. Скрипаченко, Е.А. Уткін, Д. Френсіс).

В сучасному світі застосування терміну «імідж» набуло широкого значення у різноманітних галузях суспільства. Відповідно, в фаховій літературі поняття «імідж» багатопланове, що відображає специфіку цього явища. Наприклад, в підручниках із соціології права імідж трактують як «...узагальнену, емоційно забарвлену в особистій і суспільній свідомості форму відображення правової дійсності у вигляді комплексу уявлень щодо законів і методів соціально-правового впливу» [2]. В.М. Шепель, фахівець у галузі соціології, управління та іміджології визначає імідж з позиції «...індивідуального вигляду чи ореолу, створюваного засобами масової інформації, соціальною групою або власними зусиллями особистості з метою привернення до себе уваги» [3]. Ф. Котлер, фахівець у галузі маркетингу, вбачає імідж як «...сприйняття компанії чи її товарів суспільством» [4]. Поділяючи погляди вищезазначених спеціалістів, дотримуємось наступної точки зору: імідж – це не лише відображення в індивідуальній чи масовій свідомості «тих чи інших характеристик об'єкта або явища», а й наявність набору атрибутів зовнішнього та внутрішнього вияву якостей особистості. Саме ним має досконали оволодіти фахівець. В поєднанні із високим рівнем професійних знань буде реальний шанс отримати жадану роботу.

Саме це, на наш погляд, означає поняття «професійний імідж» спеціаліста. Воно досить непросте і багатогранне. З одного боку є вимоги професійного середовища, що зумовлюють стандарти і його змістове

наповнення. А з іншого – є фахівець як неповторна особистість. Він має власний індивідуальний імідж, який може співпадати або не співпадати з професійним зразком. Якщо наявне останнє, то є необхідність адаптувати особистісний імідж до професійного стандарту. Лише при успішній адаптації можна констатувати про дійсність професійного іміджу. Подібна проблема виникає постійно, особливо в умовах зміни професії, місця роботи, переорієнтації. Саме тому, на цьому має акцентуватись основна увага під час підготовки спеціалістів, тобто з самого початку зусилля викладачів і студентів повинні бути спрямовані на формування іміджу, в основі якого – професійний зразок. Тобто, виділимо структуру професійного іміджу:

1. Професійна складова, що реалізовується через сукупність професійно-заданих установок і елементів професійної діяльності та характеризується методами позиціонування іміджу в професійному просторі. Мотивація для створення іміджу майбутнього фахівця зорієнтована на сприйняття і засвоєння професійних знань, умінь, навичок у процесі навчання, оскільки це допоможе адекватно себе презентувати і отримати бажану посаду.

2. Індивідуально-особистісна складова, що реалізовується через суб'єкту позицію і характеризується методами трансляції іміджу в соціальному просторі. Мотивація для створення іміджу зорієнтована на оптимальне самовідчуття, проєкцію власного «Я» у зовнішній простір для формування позитивної «Я-концепції» особистості та соціального визнання.

Вищевикладене дає можливість визначити основну функцію іміджу спеціаліста, тобто, професійний імідж: адаптація до професійного середовища. Слід зауважити, що імідж це не стільки наявність набору атрибутів зовнішнього і внутрішнього вияву якостей особистості, а скільки професійна компетентність, що, в свою чергу, виграшна лише за наявності певних особистісних якостей. Доцільно ці поняття об'єднати воедино як в теорії, так і на практиці.

Спробуємо довести, що формування професійного іміджу має відбуватися здебільшого в інтерактивній формі. Як відомо, інтерактивне навчання – це інноваційне навчання, що «занурене» у спілкування. Воно, як і традиційне. Спрямоване на кінцеву мету й зосереджене на реалізацію основного змісту освітнього процесу. Проте, під час інтерактивного навчання видозмінюються форми набуття і засвоєння знань з трансляційних (передавальних) на діалогові, тобто засновані на взаєморозумінні й взаємодії суб'єктів навчання. Таким чином, головна особливість методики інтерактивного навчання у тому, що процес учіння відбувається у спільній діяльності в множині систем: «викладач – студент», «студент – студент», «творча група – студент», «підгрупа студенті – підгрупа студентів», «студент – група», «викладач – творча група» тощо.

Теоретичною основою запровадження інтерактивних методів навчання є системний, особистісно-зорієнтований та діяльнісний підходи до побудови дидактичних процесів (В. Ложка, О.І. Зимня, Л.Д. Деркач) [5; 6]; теорія оптимізації педагогічного процесу (Ю.К. Бабанський, М.М. Поташник) [7], а також інваріантність процесу навчання, як «... конкретної форми існування процесу засвоєння знань і методу навчання як мікродіяльності навчання» [8].

Методологічною основою інтерактивних технологій є розробки сучасних українських та зарубіжних педагогів у галузі методів та технологій навчання (В. Гузєєв, А. Гін, О. Пометун, Л. Пироженко, А. Фасолі) [1].

Так, О. Пометун та Л. Пироженко [1] визначили умовну робочу класифікацію інтерактивних технологій за формами навчання (моделями), в яких вони реалізуються. Автори розподіляють їх на чотири групи, в залежності від мети уроку та форм організації навчальної діяльності учнів: інтерактивні технології кооперативного навчання; інтерактивні технології колективно-групового навчання; технології навчання у грі; технології навчання в дискусії.

Дійсно, підготовка спеціалістів засобами інтерактивного навчання відбувається, передусім, через групове навчання, навчання-диспут і дискусії, різні види ігор тощо.

Аналіз практики засвідчує, що за умов використання інтерактивних технологій навчання, стає можливим продуктивне озброєння професійними знаннями, ефективне відпрацювання професійних умінь та навичок. Окрім того, в процесі інтерактивного навчання відбувається стрімкий і багатоаспектний розвиток особистості, здатної визнавати і поважати цінності іншої людини; розвиток навичок спілкування та співпраці з іншими членами групи (суспільства); взаєморозуміння та взаємоповаги до кожного індивідуума; виховання якостей: толерантності, співчуття, доброзичливості та піклування, почуття солідарності й рівності; формування загальнолюдських цінностей та загальноприйнятих норм поведінки; вміння об'єднуватися з іншими членами суспільства задля розв'язання спільної проблеми; вміння робити вільний та незалежний вибір, що ґрунтується на власних судженнях та аналізі дійсності; розуміння норм і правил поведінки в суспільстві та поваги до них; знання законів, основних прав людини; особистої відповідальності та громадянського обов'язку; здатності цінувати свободу та вміння користуватися нею; усвідомлення особистої відповідальності. За умов інтерактивного навчання, студенти вищого навчального закладу, майбутні фахівці, вчаться робити свідомий вибір серед широкого спектру альтернатив і брати на себе відповідальність за приймання самостійних рішень. Таким чином, в процесі інтерактивного навчання, фактично, відбувається формування професійного іміджу.

---

Для формування професійного іміджу спеціалістів засобами інтерактивного навчання в стінах навчального закладу можна впроваджувати багато різних методів і форм як в аудиторній, так і в позааудиторній діяльності. Пропонуємо достатньо оригінальну форму позааудиторної роботи із студентами будь-яких спеціальностей – імідж-студію.

Метою є формування професійного іміджу майбутніх фахівців засобами інтерактивного навчання. Основними завданнями імідж-студії є: формування позитивної мотивації до створення професійного іміджу; практичне відпрацювання умінь самопрезентації; формування техніки мовлення, саморегуляції психофізичного стану, розв'язання конфліктів, створення зовнішності тощо; розкриття творчого потенціалу та розвиток творчих, конструктивних, художніх та інших здібностей студентів.

Студенти, які займаються в студії отримують не тільки теоретичні знання з іміджелогії як науки про технологію успіху, а й оволодівають широким колом наукових знань світоглядного характеру. Окрім того, курс переслідує мету сформувати практичні уміння і навички, які включають:

- створення позитивного зовнішнього образу спеціаліста засобами одягу, макіяжу, зачіски, прикрас тощо;
- техніку самопрезентації;
- техніку зняття стресів, попередження і додання складних перешкод, труднощів і конфліктів;
- техніку ораторського мистецтва, кінестетичну техніку, артистичну техніку тощо.

Причому, вправління відбувається в розвивальному середовищі, наближеному до професійного.

Учасниками можуть бути студенти однієї групи або декількох груп незалежно від віку, статі, спеціальності, курсу тощо. Головне – бажання сформувати позитивний професійний імідж, завдяки якому буде змога успішно працевлаштуватись.

Студія передбачає розкриття ряду аспектів, з яких сформовано декілька блоків:

Світоглядний: виявлення філософської загальнолюдської суті конкретних явищ, психологія сенсу життя, виявлення змісту явищ життю, їх ролі в долі людини тощо.

Теоретичний: поняття «імідж», функції іміджу, теоретичні підходи до його формування, структура і види іміджів, технологія формування іміджу тощо.

Психологічний: психологія формування іміджу, самопізнання, невербальний імідж, навички ефективного спілкування, прийоми активізації взаємодії з тими, що оточують, імідж-діагностика тощо.

Прикладний: естетика зовнішнього вигляду, етикет, технологія формування візуальної зовнішності, мистецтво макіяжу, формування

гардеробу, «мова» одягу тощо.

Програма імідж-студії реалізується протягом року (2 години на тиждень). Навчальний план імідж-студії орієнтовно може бути такий:

№	Розділи	Всього	В тому числі:	
			лекції	практика
1.	Предмет іміджелогії	4	2	2
2.	Психологія формування іміджу	8	2	6
3.	Технологія формування іміджу	8	2	6
4.	Вербальне і невербальне спілкування у формуванні іміджу	10	2	8
5.	Техніка розв'язання професійних конфліктів	10	2	8
6.	Тренінг з формування іміджу фахівця	30		30
	Підсумкова атестація – проект власного іміджу			2
	<b>Разом:</b>	<b>72</b>	<b>10</b>	<b>62</b>

Наведемо для прикладу змістове наповнення теми «Технологія створення привабливого зовнішнього вигляду».

Тема: Імідж як сукупність зовнішніх і внутрішніх якостей засобами створення зовнішнього вигляду. Одяг як джерело соціальної інформації. Історія костюму. Поняття про стиль. Сучасні стилі і характеристики, які ми отримуємо разом з одягом певного стилю. Одяг і психологічний захист особи. Діагностика людини на вигляд. Настрій і його корекція за допомогою одягу. Формування власного образу. Імідж і вік. Імідж для роботи. Професія і зовнішній вигляд фахівця, що працює в системі «чоловік-чоловік». Імідж керівника. Костюм як «знак». Способи підвищення статусу за допомогою одягу. Можливості складання раціонального гардероба. Основи колористики. Дія кольору на людину. Асоціативний вплив квітів. Колірні типи. Індивідуальний підбір колірної гамми. Пропорції особи і форми особи. Моделювання. Корекція. Техніка макіяжу. Види макіяжу. Зачіска і зовнішність.

Практичне заняття: консультації фахівців: візажиста, перукаря дизайнера-модельєра. Імідж-діагностика слухачів. Тест «Характер по вибору одягу». Самопроєктування. Мозковий штурм «Ідеальний зовнішній вигляд спеціаліста». Моделювання привабливого зовнішнього вигляду. Рольова гра «Перший раз» (зустріч випускника і роботодавця). Дискусія «Що важливіше?». Інтерактивні вправи «Подивись, хто прийшов».

Результатом роботи студії є позитивна зміна візуальних (привабливої зовнішності), психологічних (корекція психоемоційних станів, їх гармонізація з новим іміджем, соціальним статусом і нормативною

ролевою поведінкою, вирішення внутрішньоролевих конфліктів, зняття психологічних комплексів і бар'єрів) та професійних компонентів іміджу майбутнього фахівця.

Застосування інтерактивних технологій навчання у роботі імідж-студії сприяє не лише формуванню в цілому професійного іміджу, а й розвитку навичок критичного мислення та пізнавальних інтересів майбутніх спеціалістів. Саме це уможливить створення адекватного професійного іміджу, вишуканого стилю діяльності особистості і зумовить не лише успішне працевлаштування, а й продуктивну діяльність і кар'єрне зростання майбутнього спеціаліста.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Пометун О., Пироженко Л. Інтерактивні технології навчання: теорія, практика, досвід: Методичний посібник / О. Пометун, Л. Пироженко. – К.: АПН, 2002. – 136 с.
2. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика / Чумиков А.Н., Бочаров М.П. – М.: Дело, 2003.
3. Шепель В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния / Шепель В.М. – М.: Культура и спорт: ЮНИТИ, 1997.
4. Котлер Ф. Маркетинг / Котлер Ф. – М.: Просвещение, 1990.
5. <http://s-journal.cdu.edu.ua/base/2008/v3/v3pp68-69.pdf>
6. Деркач А.А., Щербак С.Ф. Педагогическая эвристика / Деркач А.А., Щербак С.Ф. – М.: Педагогика, 1991. – 224 с.
7. Бабанский Ю.К. Оптимизация учебно-воспитательного процесса: Методологические основы / Бабанский Ю.К. – М.: Просвещение, 1982. – 192 с.
8. [http://ostriv.in.ua/index.php?option=com\\_content&task=view&id=2858&Itemid=-5](http://ostriv.in.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=2858&Itemid=-5)
9. Болсун С.А. Навчально-методичний посібник: Азбука для вчителя / Болсун С.А. – Кіровоград, 2007. – 104 с.