

## **МІСЦЕ ДИСЦИПЛІНИ «ІМІДЖОЛОГІЯ» У ФОРМУВАННІ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА**

*У статті ставиться проблема формування позитивного іміджу соціального працівника з метою адаптації до професійного середовища. Розглядається зв'язок дисципліни «Іміджологія» з побудовою власного іміджу молодій людині та професійного іміджу майбутнього соціального працівника. Розкриваються мета і завдання вивчення дисципліни «Іміджологія», зазначаються знання, вміння та навички, що допоможуть студентам підготуватися до ефективної професійної діяльності.*

**Ключові слова:** іміджологія; позитивний імідж; соціальний працівник; соціальна робота; професійна діяльність; Я-концепція.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Існуючі розбіжності у абітурієнтів, а потім студентів між уявленнями про спеціальність «Соціальна робота» та майбутньою професією соціального працівника ускладнюють процес адаптації випускників вищих навчальних закладів до професійного середовища. Це особливо відчувається під час проходження навчальної, виробничої та переддипломної практики. Проте існує реальний спосіб підвищення власного позитивного іміджу для молодій людині та іміджу професії на основі теоретичних знань і практичних навичок здобутих при вивченні курсу «Іміджологія».

**Мета статті** полягає у з'ясуванні необхідного та достатнього набору теоретичних знань і практичних навичок, які допоможуть студентам сформувати власний позитивний імідж та імідж професії працівника соціальної сфери.

**Завданням** даної статті є аналіз існуючих проблем щодо розуміння та формування власного іміджу як особистої якості, що в подальшому впливає та підвищує ефективність професійної діяльності.

**Аналіз останніх досліджень, в яких започатковано розв'язання даної проблеми.** Дослідження проблеми іміджу соціального працівника набуває теоретичного та практичного значення в умовах перетворень, які відбуваються у всіх галузях суспільного життя. Загальним є розуміння того, що особливе значення для ефективної діяльності соціального працівника має професійна компетентність, яка включає соціально-педагогічні, соціально-психологічні та інші характеристики особистості. Останнім часом сюди відносять і поняття «імідж». Імідж соціального працівника внаслідок складності розуміння професії для клієнтів в нашій країні ще формується [1, 2, 3, 5].

**Виокремлення не вирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується зазначена**

**стаття.** Не дивлячись на те, що проблема формування іміджу виступала предметом окремих соціально-психологічних і соціально-педагогічних досліджень і є ключовою для цілих галузей психологічної і суміжних з нею наук (В. Я. Белобрагін, А. О. Голошубова, Д. В. Журавльов, Ю. І. Палеха, Е. Б. Перелигіна, Е. А. Петрова, В. К. Пузік, В. М. Шепель), питання про саму сутність, природу та технології побудови, а також інструментарій іміджології і особливості використання в соціальній роботі залишаються недостатньо дослідженими (Т. Ф. Алексеєнко, А. Ю. Панасюк, Т. В. Аветісян).

Актуальність підсилюється і тим, що професійний імідж соціального працівника входить до складу якостей, які підвищують ефективність його діяльності [1, 2, 3]. В еру принципів нових знань і способів пізнання дійсності зростають вимоги ринку праці до якості підготовки працівників соціальної сфери. Багато з тих, хто збирається стати соціальним працівником, може виявити серйозні розбіжності між власними поглядами і системою цінностей соціальної роботи як професії і як покликання. Тому дуже бажано допомогти тим, хто обрав спеціальність «Соціальна робота», відбутися і як особистість і як спеціаліст. Проблема дослідження – виявлення і обґрунтування змісту та шляхів формування професійного іміджу у студентів спеціальності «Соціальна робота» за допомогою дисципліни «Іміджологія».

**Викладення основного матеріалу.** Інтерес до обраної теми пояснюється існуючими розбіжностями у абітурієнтів, а потім студентів між уявленнями про спеціальність «Соціальна робота» та майбутньою професією соціального працівника. Як самостійний вид професійної діяльності соціальна робота закріплена Постановою Держкомпраці СРСР від 23 квітня 1991 року «Про доповнення в Кваліфікаційний довід-

ник посад керівників, спеціалістів і службовців». За цей час склалась розгалужена система підготовки кадрів, змінюється практика соціальної роботи з різними категоріями клієнтів, з'явилися професійні періодичні видання, проводяться наукові та науково-практичні конференції, вивчається і впроваджується закордонний досвід тощо. Але виникає питання, яким є імідж соціальної роботи та соціального працівника? І як курс «Іміджологія» може сприяти побудові власного позитивного іміджу молодій людині та позитивного іміджу майбутнього соціального працівника?

Якщо студентів не вдалось зрозуміти і опанувати обрану спеціальність, то це проблема не тільки студента, а й викладача, як людини з педагогічним та життєвим досвідом, освіченою та відповідальною за підготовку кадрів. Тому викладач мусить шукати причини і можливі шляхи вирішення цієї проблеми, щоб запобігти виникненню зневіри у молодій людині до вищої освіти як соціального інституту у тому числі. Крім того, більш активною має бути підготовка спеціалістів на випередження. Сьогодні вже недостатньо бути професійно компетентним і мати спеціальні знання, уміння, навички з конкретної спеціальності. Сучасні знання характеризуються неперервним оновленням, постійним розширенням, що викликає потребу не тільки постійного професійного самовдосконалення, а й застосування та використання набору іміджевих характеристик. Враховуючи, що сучасний навчальний процес підпорядковано принципам європейської кредитно-трансферної системи, що сприяє безперервній та активній роботі студентів під час оволодіння професійними знаннями, уміннями, навичками та особистісно-професійними якостями, ці позиції було враховано при розробці курсу «Іміджологія» для студентів спеціальності «Соціальна робота».

Досвід показує, що найбільш складними для студентів є питання змісту діяльності професій соціальної сфери. Особливо це стосується соціальної роботи як спеціальності, що розвивається, узагальнює і впроваджує досвід соціально-педагогічної діяльності, розширює інноваційний пошук інтеграції теоретичних, практичних і технологічних знань. Вже з перших курсів акцентується увага студентів на тому, що реальна і перспективна область професійної діяльності соціального працівника досить різнопланова та включає широкий спектр різноманітних технологій, методів та засобів, залежно від об'єкта, на який вона спрямована [4]. Але не тільки зміст майбутньої професійної діяльності доводиться вивчати студентам. Багатьом з них треба працювати над своїми людськими якостями, формувати характер для майбутньої роботи з різними категоріями клієнтів, що не так легко, як здається на перший погляд.

Поняття іміджу є важливим для багатьох сфер практики: соціальних інститутів, реклами, маркетингу, масових комунікаційних процесів тощо. В рамках побудови іміджу стверджується необхідність існування терміну «професійний імідж», якому повинні відповідати представники різних професій, у тому числі і соціальний працівник. Сформованість професійного іміджу безпосередньо залежить від того, чи вдалось

сформувати уявлення про спеціаліста-професіонала, що відповідає очікуванням інших людей [7].

Поняття іміджу є складним соціально-психологічним феноменом. Його значення збільшується за рахунок зростаючого впливу інформаційно-комунікативних потоків на життєдіяльність людини. Тлумачення іміджу має яскраво виражений міждисциплінарний характер і як правило застосовується відносно конкретної особи, групи людей, держави тощо. Поняття «імідж» часто ототожнюють з поняттями «авторитет», «репутація», «френоме», «думка», але між ними є суттєва різниця.

В рамках статті будемо дотримуватись погляду, що поняття «імідж» має нематеріальну природу і відноситься до сфери ідеального мислення, до вторинної реальності. Це не об'єкт, а набір уявлень про нього. Імідж – образ об'єкту, який складається та існує в свідомості цільових груп громадськості. Найпоширенішим є визначення іміджу як стереотипу, що склався в масовій свідомості і має характер емоційно забарвленого образу будь-кого чи будь-чого [8]. Імідж виникає тільки тоді, коли його об'єкт-носіє стає публічним, тобто коли є суб'єкти його безпосереднього або опосередкованого сприйняття, це є продукт соціальної перцепції. Коли йде мова про зміст іміджу особи, то перш за все, мається на увазі поєднання соціальних, професійних та психологічних характеристик людини та уявлення про її зовнішній вигляд. При цьому імідж складається на підставі тих окремих вражень, які людина справляє на оточення в результаті спостереження, спілкування, соціальної взаємодії, і на підставі тих думок, які поширюються через комунікативні канали [2, 4].

Як вважають науковці, імідж має ряд особливостей, що дає підстави розглядати його як відособлений механізм соціальної перцепції. Імідж – це спеціально сконструйований образ для потенційних клієнтів, який повинен відповідати їхнім очікуванням і потребам [1]. У понятті «імідж» наперед задається схематична та позитивна спрямованість емоційного оцінювання. Позитивна оцінка, яка властива іміджу, дуже важлива, оскільки є гарантією стійкості в кризових ситуаціях і гарантією успіху чи то окремої особи чи то установи в цілому. Таким чином, імідж як результат перцепції людини або установи у меншій мірі заснований на чуттєвому сприйнятті або безпосередньому контакті суб'єкта з об'єктом, ніж інші настановні знання.

Позитивний імідж як особистий інструментарій полегшує встановлення контактів з іншими людьми і робить процес соціальної взаємодії з ними більш ефективним. Маючи могутній психотерапевтичний ефект, імідж надає своїм володарям професійної впевненості і комунікабельності, допомагає як найкраще проявитися діловим якостям людини. Актуальність проблеми цілеспрямованого формування іміджу в умовах підготовки майбутнього фахівця соціальної роботи підсилюється і через постійні зміни у суспільстві та нові очікування людей.

Соціальний працівник працює з особистістю, яка є головним об'єктом його професійної діяльності. Між ним і суб'єктом взаємодії немає посередника, тому

великого значення набуває набір особистісних параметрів спеціаліста, що згодом формують цілу низку іміджостворюючих характеристик особистості. Створюючи собі імідж, людина засвідчує, яке місце в суспільстві вона відводить сама собі. Представлений навколишньому середовищу образ сприймається і як відображення рівня самооцінки. Отже, професійний імідж соціального працівника будується на певних засадах, по різному виявляється його статус по відношенню до різних категорій клієнтів соціальної роботи та здійснюється формуючий вплив на професіонала.

Навчальна дисципліна «Іміджологія» входить до циклу дисциплін гуманітарної підготовки. Метою викладання навчальної дисципліни є надання студентам теоретичних знань щодо іміджології як теорії формування та функціонування іміджу, сприяння розширенню світогляду студентів через розвиток аналітичного мислення, осягнення етично-естетичних моделей іміджу, знань та навичок для вирішення проблем комунікації і професійної реалізації.

Основні завдання навчальної дисципліни «Іміджологія» полягають у тому, щоб ознайомити студентів з сучасними теоретичними концепціями іміджології; представити ретроспекцію іміджевої інформації в історії науки і культури; сформуванню навички свідомого використання іміджевих характеристик у різних сферах життєдіяльності; роз'яснити системи маніпулятивних технологій впливу на масову свідомість для розвитку критичного мислення, підвищення етичної складової власної роботи; сприяти вихованню та закріпленню навичок якісного здорового стилю життя.

Освітній зміст та виховна спрямованість дисципліни мають на меті забезпечити компетентність майбутніх соціальних працівників до професійної діяльності, а також сприяти формуванню бачення особистої професійної кар'єри, використовуючи елементи іміджу та сучасні технології його побудови. Специфіка даної дисципліни полягає у поєднанні освітніх та виховних завдань, формуванні світоглядних уявлень про побудову індивідуального образу, застосуванні в майбутній професійній діяльності доцільних методів та прийомів іміджування. Курс побудований таким чином, щоб студенти засвоїли поняття та сутність іміджу, його цілі та функції, типи іміджу; оволоділи основним інструментарієм іміджології (позиціонування, маніпулювання, емоціоналізація, міфологізація тощо), формування адекватної Я-концепції, формування позитивної ціннісної та комунікативної настанови тощо.

Враховуючи наявність та доступність різних джерел інформації, студенти досить активно включаються у навчальний процес, обмінюються думками, висловлюють власні критичні зауваження щодо тих чи інших проблемних питань, супроводжують свої виступи чи повідомлення наочними засобами. Це дійсно сприяє оволодінню професійними знаннями, вміннями, навичками та особистісно-професійними якостями, що дає змогу бути оціненими як одногрупниками так і викладачем, а також корегує чи підвищує самооцінку.

Виклад лекційного матеріалу та практичні заняття спрямовані на формування таких вмінь студентів, як добір доцільних засобів, методів щодо побудови власного іміджу, розвиток високої самооцінки, впевнено-

сті у собі, бажання і готовності змінюватися, вміння позитивно мислити та підтримувати здоровий спосіб життя, створювати доброзичливу атмосферу, розвитку емпатії, креативності, особистісної спрямованості, поведінкової гнучкості, вміння адекватно реагувати на життєві ситуації.

Практичні заняття сприяють здобуттю таких навичок, як вмінню оцінювати та свідомо будувати власний імідж, аналізувати і формувати імідж персони та корпорації, готувати й проводити самопрезентації, корпоративні презентації; вести первинні коучинг-консультації, розробляти проектні програми різних видів іміджу. Надається перевага активним формам закріплення теоретичних знань і здобуття навичок: підготовка самопрезентацій, розробка іміджу професії, розробка дискусійних питань, організація та проведення «круглого столу», зйомки відеороликів, записи інтерв'ю тощо. Увага студентів звертається на те, що у проявах особистості знаходиться вираження її сутність, але щоб дійсно розкрити і зрозуміти цю сутність, треба побачити особистість у всіх її головних зв'язках з дійсністю, тобто в праці, пізнанні та спілкуванні. Пізнання людьми один одного є обов'язковою стороною їх взаємодії і умовою регулювання кожним з них своєї поведінки відповідно до обставин і тих завдань, що вирішуються. Образи сприйняття, уявлення і поняття, що формуються у людини, про інших людей, концентруючи в собі інформацію про цих людей, дають їй можливість діяти по відношенню до кожного з них доцільно.

Під час вивчення дисципліни велика увага приділяється Я-концепції. Лейтмотивом є думка, що формування іміджу соціального працівника повинно здійснюватися через формування Я-концепції як способу поведінки та оцінки його самого себе самим. Свідомо поведінка є не стільки проявом того, яка людина насправді, скільки результатом уявлень про себе, що склалися на основі постійного спілкування з оточенням. Я-концепція є динамічним психологічним утворенням. Її розвиток і зміни обумовлені внутрішніми і зовнішніми чинниками, при цьому соціальне середовище здійснює особливий вплив на її формування. Сформованість Я-концепції особистості впливає на результативність професійної діяльності соціального працівника. Позитивна Я-концепція соціального працівника забезпечує формування у різних категорій клієнтів соціальної роботи відчуття психологічної захищеності і безпеки, цілковитої впевненості в доброзичливості і повазі з боку соціального працівника.

Під час викладу лекційного матеріалу з курсу «Іміджологія» підкреслюється логічний та змістовно-методичний зв'язок з такими науками, як філософія, педагогіка, психологія, соціологія. Постійно робиться акцент на тому, що спираючись на методологічні основи і використовуючи висновки конкретних наук про імідж, іміджологія визначає роль, місце і функції іміджу в суспільному бутті і практиці, дає загальні рекомендації щодо формування, функціонування іміджів різного типу, виявляє загальні закономірності цих процесів при переході від індивідуальної до групової і масової свідомості, розкриває механізм управління іміждем.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розгляду.** Отже, думка про те, що опора на власний імідж потрібна в кожній професії, не викликає заперечень. Тому дуже важливо розкрити значення дисципліни «Іміджологія» в практичному діловому житті сучасного суспільства. Розглядаючи функції іміджу, складові особистої привабливості, критерії вибору моделей поведінки, технології створення іміджу, студенти опановують як теоретичними знаннями, так і здобувають практичні навички. Значна увага приділяється формуванню індивідуального іміджу як однієї зі складових психологічного комфорту особи, її професійної та життєвої успішності.

Місце дисципліни «Іміджологія» у формуванні професійного іміджу майбутнього соціального працівника стає зрозумілим студентам, оскільки озброє

молоду людину сучасними технологіями створення позитивного ділового іміджу, допомагає використовувати засоби підвищення зовнішньої та внутрішньої привабливості та посилення психологічного впливу на людей. Використання різнопланової літератури, тестів для визначення рівня сформованості особистісних якостей, необхідних для позитивного іміджу, вправ для розвитку вміння управляти мімікою, дотримання правил мовної поведінки у процесі ділового спілкування, підготовка самопрезентацій і багато інших активних форм навчання сприяють побудові власного іміджу та формуванню професійного іміджу соціального працівника.

Перспективним вбачається вивчення інструментарію іміджології у формуванні здорового способу життя і професійного здоров'я соціального працівника.

#### Список використаних джерел

1. Алексеєнко Т. Ф. Теоретико-методологічні передумови та професійні вимоги до формування іміджу працівника соціальної сфери [Текст] / Т. Ф. Алексеєнко // Актуальні проблеми підготовки фахівців соціальної сфери: Тези доповід. міжнар. наук.-практичн. конферен. – Хмельницький : ХІСЕ Університет «Україна», 2011. – С. 12–16.
2. Барна Н. В. Естетика іміджмейкінгу [Текст]: монографія / Н. В. Барна, С. І. Уланова; Відкритий міжнар. ун-т розв. людини «Україна». – К., 2010. – 200 с.
3. Голошубова А. О. Іміджологія [Текст]: навч. посіб.: для всіх спец. студ. вищ. навч. закл. / А. О. Голошубова; Одес. нац. мор. ун-т, каф. «Філософія». – Одеса : Вид-во ОНМУ, 2010. – 80 с.
4. Завацька Л. М. Технології професійної діяльності соціального педагога [Текст]: навч. посібник для ВНЗ / Л. М. Завацька. – К. : Видавничий Дім «Слово», 2008. – 240 с.
5. Палеха Ю. І. Іміджологія [Текст]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха; Європ. ун-т. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2004. – 323 с.
6. Пузік В. К. Формування іміджу і професійного здоров'я сучасного спеціаліста [Текст]: навч. посіб. / В. К. Пузік, В. Д. Синявін, В. І. Хлопенко, Т. В. Бондаренко, К. Л. Паніна; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. – Х., 2009. – 296 с.
7. Чебікін О. Я. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу [Текст]: монографія / О. Я. Чебікін, О. О. Ковальова; Півд. наук. центр АПН України. – О., 2009. – 223 с.
8. Шепель В. М. Имиджиология. Как нравиться людям [Текст] / Шепель В. М. – М. : Народное образование, 2002. – С. 31–34.

*Н. Л. Малиновская,*

канд. ист. наук, доцент, ЧНУ им. П. Могила. г. Николаев, Украина

#### МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ «ИМИДЖИОЛОГИЯ» В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА БУДУЩЕГО СОЦИАЛЬНОГО РАБОТНИКА

В статье ставится проблема формирования положительного имиджа социального работника с целью адаптации к профессиональной среде. Рассматривается связь дисциплины «Имиджиология» с созданием собственного имиджа молодого человека и профессионального имиджа будущего социального работника. Раскрываются цель и задачи изучения дисциплины «Имиджиология», определяются знания, умения и навыки, которые помогут студентам подготовиться к эффективной профессиональной деятельности.

**Ключевые слова:** имиджиология; положительный имидж; социальный работник; социальная работа; профессиональная деятельность; Я-концепция.

*N. L. Malynovska,*

PhD, Department of social work, public administration and pedagogics, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolayiv, Ukraine

#### THE PLACE OF «IMAGEOLOGY» AS A DISCIPLINE IN FORMING THE POSITIVE IMAGE OF A FUTURE SOCIAL WORKER

The article discusses the problem of creating a positive image of a social worker in order to adapt to the professional environment. The connection between the discipline «Imageology» and the construction of young person's self-image and professional image of a future social worker is examined. The aim and objectives of studying «Imageology» are discussed, as well as knowledge and skills that will help prepare students for effective professional activities. The article also highlights the practical meaning of discipline in a modern world.

**Key words:** imageology; positive image; social worker; social work; professional activities; self-concept.

**Рецензенти:** *Мещанинов О. П.*, д-р пед. наук, професор;  
*Коваль Г. В.*, д-р наук з держ. упр., в.о. професора.