

Прус Н. О., викладач  
кафедри іноземних мов та перекладу

*Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця  
м. Харків, Україна*

## ІМІДЖ ОСОБИСТОСТІ – ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ

Побудова позитивного іміджу є одним з найважливіших питань сучасного життя. Адже саме правильно сформований образ сприяє успішній реалізації поставлених цілей. Так, ефективний імідж політика допомагає перемагати на виборах, імідж торгової марки забезпечує її популярність серед споживачів, імідж кампанії допомагає завоювати визнання та повагу.

Імідж є складним утворенням, що має свою структуру та характеризується соціальною природою: створюється під певну соціальну групу для вирішення конкретних завдань. Тому, з одного боку, імідж характеризує його носія, з іншого – соціальну групу, адже відображає її очікування та сподівання.

Імідж особистості формується в процесі її взаємодії з соціумом. Прагнучи досягти ідеального образу, людина порівнює реальні характеристики з тими, що повинен мати існуючий ідеал. Психологи-дослідники стверджують, що основою іміджу особистості є «Я-концепція», система уявлень індивіда про самого себе. Саме на основі даної системи уявлень людина формує своє відношення до самої себе та будує свої стосунки з іншими людьми. Так, на думку В. Черепанової, імідж можна представити у вигляді моделі з двох взаємопов'язаних компонентів: ядра, а іншими словами «Я-концепції», яке є досить статичним, але здатним до змін, та змінного елементу, що складається з аудіо-візуальної, ольфакторної, кінетичної систем і можуть досить швидко змінюватися відповідно до умов середовища [5, с. 6]. Таким чином, оціночний компонент Я-концепції є основою складовою при формуванні іміджу. Зазвичай даний компонент називається самооцінкою, особистісним судженням про власну цінність та відображає ступінь розвитку почуття самоповаги, відчуття власної цінності та позитивного відношення до всього. Я-коцепція – динамічне психологічне утворення, розвиток якого залежить від внутрішніх та зовнішніх факторів [1, с. 23].

Щодо типологізації іміджу особистості сучасна наука пропонує три основних підходи: функціональний, контекстуальний, порівняльний.

У рамках функціонального підходу виділяють такі типи іміджу особистості:

- дзеркальний – це те уявлення, що людина має про саму себе;
- поточний – це оцінка людини, що формується у інших в момент безпосереднього спілкування, або базується на інформації, отриманій з інших джерел;
- бажаний – це імідж-ідеал, якого прагне людина [6, с. 62].

При порівняльному підході, якщо мова йде про порівняння особистісних якостей, виділяють:

- ідеальний імідж – узагальнений образ, який бачать інші в людині;

- первинний імідж – це уявлення про конкретну людину, особу, суб'єкт діяльності, що формується при першому знайомстві;

- вторинний імідж – імідж, що виникає під час конкурентної боротьби, образ, який формується на компромісі між тим іміджем та характеристиками, які бачать в конкретній людині, та бажанням уникнути певних характеристик, що суперечать ідеальному уявленню.

Аналізуючи імідж особистості з точки зору контекстуального підходу, на перший план виходить соціальний критерій. В цьому випадку мова йдеться про професійний імідж [2].

Як бачимо, імідж особистості є багатогранною категорією, що формується для вирішення конкретних завдань, має свою структуру та характеризується активністю, символічністю, комунікативною спрямованістю і динамічністю. Цінності й норми сучасного суспільства впливають на основні механізми формування іміджу, його будову та специфіку. Постійно порівнюючи себе з іншими, людина прагне відповідати очікуванням та сподіванням соціуму, в якому вона живе та працює. Тому діяльність щодо формування ефективного іміджу, в першу чергу, спрямовується на корекцію особистісних якостей та властивостей. Позитивний ефективний імідж особистості стає запорукою досягнення успіху в професійній сфері та має велике значення для цілої низки публічних професій, які відносяться до категорії суб'єкта-суб'єктної взаємодії (політики, менеджери, психологи, лікарі, педагоги). В процесі такої взаємодії людина стає основним суб'єктом діяльності та впливає на інших учасників. Адже образ людини на робочому місці мусить демонструвати ті якості, які вимагає суспільство від представників конкретної спеціальності. Успіх професійного іміджу буде залежати саме від того, наскільки образ спеціаліста відповідає очікуванням інших людей. Тому професійний імідж повинен мати цілісний характер, а його окремі риси не мають суперечити іншим. У зв'язку з цим для створення іміджу важливе значення матимуть наступні характеристики особистості:

- символічні – характеристики, що визначаються традиціями та культурою;
- персональні – індивідуальні якості особистості;
- соціальні – характеристики, що відповідають вимогам соціуму, в якому живе людина (час, місце, статус, модель ролівої поведінки тощо) [3, с. 93].

### Література:

1. Калюжный А. А. Психология формирования имиджа учителя / А. А. Калюжный. – М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2004. – 224 с.
2. Мартынова Н. В. Профессиональный имидж учителя как объект педагогического анализа [Электронный ресурс] // МНКО. – 2009. – № 6. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/professionalnyy-imidzh-uchitelya-kak-obekt-pedagogicheskogo-analiza>
3. Морев Н. А. Основы педагогического мастерства: учеб. пособие для вузов / Н. А. Морев. – М. : Просвещение, 2006. – 320 с.
4. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А. Ю. Панасюк. – 3-е изд., стер. – М.: Издательство «Омега-Л», 2009. – 266 с.

5. Черепанова В.Н. Курс лекцій по имиджелогии : учеб. пособие / В.Н. Черепанова. – Тюмень : ТюмГНГУ, 2002. – Ч. 1. – 186 с.
6. Якушева С. Д. Профессионально-педагогический инжиниринг в инновационной деятельности образовательного учреждения : теория и практика : [монография] / С. Д. Якушева. – М. : АПКИППРО, 2012. – 308 с.

**Савчук О. П.**, кандидат педагогічних наук,  
викладач кафедри технологічної та професійної освіти

*ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний  
університет імені К. Д. Ушинського»  
м. Одеса, Україна*

### **ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ АКТИВНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ**

Становлення нової парадигми навчання і виховання молодого покоління, пошук фундаментальних підходів до побудови сучасного освітнього процесу знаходять відображення в освітніх документах України (Конституція України, Закон України, «Освіта» (Україна XXI століття), Національна доктрина розвитку освіти України у XXI столітті).

Впровадження Державної національної програми «Освіта (Україна XXI століття)» потребує застосування нових педагогічних підходів, широкого вибору форм і методів роботи, засобів навчання, які б відповідали освітнім запитам особистості, суспільства і держави. Тому в навчально-виховному процесі вишу з'являються нові методи навчання, які називають активними: метод проблемного навчання, метод діалогу, метод занурення, ділова гра, «мозковий штурм», кейс-метод, експерименти, моделювання, storytelling і ін., з метою формування багатогранної особистості, здатної вирішувати найрізноманітніші завдання професійної діяльності та орієнтуватися у життєвих ситуаціях.

Методи навчання – це упорядковані способи діяльності вчителя й учнів, спрямовані на ефективне розв'язання навчально-виховних завдань. Метод навчання виступає «інструментом діяльності вчителя для виконання керівної функції – навчіння» [3, с. 150].

Реалізація методу навчання здійснюється через використання ряду прийомів навчання, різноманітних підходів та робочих технік. «Прийоми навчання – сукупність конкретних навчальних ситуацій, що сприяють досягненню проміжної (допоміжної) мети конкретного методу» [1, с. 320].

На сучасному етапі значний внесок у розвиток теорії методів навчання внесли: А. Алексюк, Ю. Бабанський, В. Бондар, Є. Голант, М. Данилов, М. Скаткін, М. Лернер, В. Паламарчук та ін. Водночас кожен метод складається із способу взаємодії педагога й особистості, сукупності певних дій, які становлять процес навчання. Тому метод навчання вбирає у себе два види дій: дії педагога і навчально-пізнавальні дії того, хто навчається.

Вибір методів навчання залежить від таких аспектів: загальних цілей освіти і розвитку особистості; цілей, завдань і змісту навчального матеріалу кожного заняття; особливостей змісту і методів відповідної науки, того предмета і тієї теми, що вивчається; особливостей методики викладання конкретної навчальної дисципліни; часу, відведеного на вивчення того чи того матеріалу; вікових особливостей суб'єктів навчання; рівня підготовленості (освіта, розвиток); матеріального оснащення навчального закладу, зокрема навчального обладнання, наочних посібників, технічних засобів; можливостей і особливостей педагога, рівня його теоретичної й практичної підготовки, особистісних якостей, педагогічної майстерності.

Ефективність використання методів навчання в сучасній школі залежить від умінь педагога обрати метод, прийом навчання в конкретних умовах для кожного заняття, від педагогічного мистецтва, натхнення, вмінь творчо підходити до навчального процесу, тобто суб'єктивної складової.

З практики відомо, що тільки у поєднанні різноманітних методів досягається максимальна ефективність навчально-виховного процесу. Творчість і педагогічна майстерність полягають насамперед у майстерному вмінні педагога застосовувати наявні методи на практиці, адже кожен педагог може внести і вносить у свої заняття ті елементи, які властиві лише його стилю викладання.

Згідно із науковими положеннями загальноприйнятні методи викладання можна класифікувати за такими ознаками: види навчальних робіт студентів (усні, письмові; аудиторні, самостійні, позааудиторні); загальні (колективні, групові, індивідуальні та ін.); джерело одержання знань і формування навичок і вмінь (лекція, аналіз документа, робота із законодавчою базою, використання наочних засобів, інтернет-ресурсів тощо); ступінь самостійності та характер участі студентів у освітньому процесі (активні, інтерактивні, пасивні); рівень усталеності та новизни (традиційні, класичні, нестандартні, новаторські), авторство (оригінальні, авторські, загальні, дидактичні) та ін.

У сучасній методиці викладання найбільш прийнятною виявилася класифікація, побудована на дієвому підході до навчання. Згідно з нею існують методи: а) які забезпечують опанування навчального предмета (словесні, візуальні, практичні, репродуктивні, проблемно-пошукові, індуктивні, дедуктивні); б) які стимулюють та мотивують навчально-наукову діяльність (навчальні дискусії, проблемні ситуації, професійно-орієнтовані ділові ігри, творчі завдання, пошук і дослідження, експерименти, конкурси, вікторини тощо); в) методи контролю і самоконтролю у навчальній діяльності (опитування, залік, іспит, контрольна робота, тестові завдання, питання для самоконтролю, у т. ч. через комп'ютерні освітні системи) [2].

Активні методи навчання сприяють активізації навчально-пізнавальної діяльності суб'єктів навчання й спираються на творче, продуктивне мислення. До них належать дві групи методів: неімітаційні (проблемна лекція, практикум, дискусія, мозковий штурм) та імітаційні (неігрові: аналіз конкретних ситуацій, аналіз педагогічних завдань; ігрові: ігрове проектування, ділова гра, рольова гра, тренінг).

Технологія активного навчання передбачає використання активних методів навчання (метод проектів, моделювання професійних ситуацій, рольові та ділові ігри, проведення «круглих столів» тощо), орієнтованих на особистість