

УДК 372.8:17.022.1

Красильникова Г. В.

д-р пед. наук, професор
професор кафедри технологічної та
професійної освіти і декоративного мистецтва
Хмельницького національного університету

Кобак О. В.

магістр гуманітарно-педагогічного факультету
Хмельницького національного університету

Гузарська Т. М.

магістр гуманітарно-педагогічного факультету
Хмельницького національного університету

ЗМІСТ ВИБІРКОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІМІДЖЕЛОГІЯ» ДЛЯ МАГІСТРІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

Сучасна людина, незалежно від виду професійної діяльності, прагне презентувати себе у суспільстві при спілкуванні з оточуючими та колегами з найкращого боку, створюючи при цьому позитивний імідж-образ, оскільки усвідомлює, що він впливає на побудову взаємовідносин з клієнтами, колегами та громадськістю, сприяє досягненню професійного успіху. Відтак, знаннями іміджології, науки про технологію створення особистісної привабливості, що допомагає оволодіти механізмами ефективного впливу людини на інших людей, в наш час активно послуговуються політики, бізнесмени, працівники сфери послуг, діячі культури і мистецтва, педагоги тощо [1].

І хоча феномен іміджу у сучасному розумінні цього поняття не був предметом вивчення мислителів минулого, про «гармонію сукупності якостей людини, які проявляються у її обліку, вчинках, промовах» згадував ще Платон. Значний внесок у розвиток моделей іміджів лідерів зробив китайський мислитель Лао Цзи [2, с. 6-7].

Новочасна іміджологія базується на знаннях з таких наукових галузей як психологія, соціологія, комунікація, маркетинг, культурологія та інші. Теоретичним підґрунтям іміджології є категорії загальної теорії комунікації та теорії постмодернізму. Переважна більшість досліджень іміджу стосується політичної сфери, лідерства та державного управління (В. Кривошеїн, І. Колосовська, В. Королько, Г. Почепцов та ін.). Формуванню позитивного іміджу педагога присвячені роботи Л. Попової, О. Руської, Н. Тарасенка, В. Шепеля тощо.

Імідж відіграє важливу роль в педагогічній діяльності. Позитивний імідж педагога створює конструктивну атмосферу для навчання та сприяє досягненню успіху учнів; імідж навчального закладу впливає на сприйняття, довіру та відношення студентів, батьків та громадськості загалом. Відтак, все більше студентів – майбутніх педагогів проявляють інтерес до іміджології ще під час навчання в ЗВО. Так, у Хмельницькому національному університеті для задоволення академічних потреб магістрів професійної освіти за спеціалізацією 015.36 «Професійна освіта (Технологія виробів легкої промисловості)» створений вибірково курс «Іміджологія» обсягом 4 кредити ЄКТС [3]

В межах курсу студенти знайомляться з сучасними теоретичними концепціями іміджу; іміджуванням як однією із сфер соціокомунікаційної творчості; опановують знання з теоретичних основ, основних механізмів і методів формування позитивного іміджу; навчаються створювати власний ефективний імідж, у т.ч. габітарний (зовнішній) імідж та підтримувати і управляти ним; застосовувати ефективні технології самопрезентації для успішної професійної діяльності. При цьому метою вивчення дисципліни «Іміджологія» є формування у майбутніх педагогів цілісного

розуміння іміджу як соціокультурного явища, іміджмейкерства та його особливостей як форми сучасної комунікації, психологічних властивостей іміджу та технологій створення і управління власним іміджем [4].

Теоретичний курс вибіркової дисципліни охоплює 9 тем, що націлені на висвітлення різних аспектів іміджу в педагогічній сфері, у т.ч. ретроспективи зародження та розвитку явища «іміджу», типізації іміджу та його функцій, структури іміджу особистості та характеристики його окремих складників, зовнішнього вигляду особистості у структурі іміджу, ролі моди у створенні іміджу особистості, побудови ефективного іміджу-образу, особистостей створення ділового іміджу та феномену лідерства і харизми особистісного іміджу; а також створенню корпоративного іміджу закладу освіти.

Практична частина курсу складається з низки практичних робіт та тренінгів, під час яких студенти навчаються складати портретну характеристику людини (на прикладі публічної особи), здійснювати самооцінювання складників особистісного іміджу (за О. Змановською), формувати стратегію управління особистим іміджем та обирати відповідні технології, здійснювати самопрезентацію у спілкуванні, порівнювати моделі формування іміджу організацій та обирати оптимальну для закладу освіти.

Досвід реалізації вибіркового курсу «Іміджологія» свідчить про його актуальність та затребуваність серед студентської молоді.

Список літератури

1. Барна Н.В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання /За наук. ред. В. М. Бебика. – К.: Університет «Україна», 2008.– 217 с.

2. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. – 145 с.

3. Освітньо-професійна програма «Професійна освіта. Технологія виробів легкої промисловості (швейні вироби)» другого (магістерського) рівня вищої освіти: Хмельницький національний університет. URL: <https://khnmu.edu.ua/015-posh-m-op/>

4. Силабуси освітніх компонент підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями): Кафедра технологічної та професійної освіти і декоративного мистецтва Хмельницького національного університету. URL: <http://surl.li/hbbhl>

УДК 37.013.42 : 377.35

Красильникова Г. В.

д-р пед. наук, професор
професор кафедри технологічної та
професійної освіти і декоративного мистецтва
Хмельницького національного університету

Козловська А. С.

магістр гуманітарно-педагогічного факультету
Хмельницького національного університету

Фісюк А. Б.

магістр гуманітарно-педагогічного факультету
Хмельницького національного університету

СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ В ЗП(ПТ)О

Сьогодні світ стрімко змінюється, динамічно розвивається ринок праці, з'являються нові професії. За даними звіту «Майбутнє професій» Всесвітнього