

**Е. В. Ярош**

Экономический факультет,  
кафедра финансов и кредита

## **ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА В КОНТЕКСТЕ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ПОДГОТОВКИ В ВУЗАХ**

Высшая школа сегодня, прежде всего, ориентирована на передачу студентам знаний, благодаря которым они могут быть успешными в своей дальнейшей профессиональной деятельности. В данном контексте особое значение приобретает внедрение практико-ориентированных технологий обучения, способствующих формированию у студентов значимых для выбранной профессии личностных качеств, а также знаний, умений и навыков, обеспечивающих качественное выполнение профессиональных обязанностей и функций.

Учитывая всё возрастающие требования к будущему профессионалу – современному специалисту, не последняя роль при подготовке специалистов с высшим образованием должна отводиться формированию профессионального имиджа в студенческой среде, который представляет собой образ, соответствующий специфике той или иной профессии и создающий представление о специалисте, которое складывается о нем у его руководителей, подчиненных, коллег, клиентов. Правильно сформированный профессиональный имидж является не только символом профессии, но и в некоторой степени способствует достижению успеха в конкретной области.

Нужно отметить, что первыми над созданием профессионального имиджа начали работать экономисты, осуществляющие предпринимательскую деятельность. Принято считать, что именно американский экономист Стэнли Болдуин в 1960-х гг. впервые ввел понятие «имидж» в деловой оборот и обосновал его полезность для процветания бизнеса, хотя еще в эпоху Возрождения итальянский мыслитель, философ, государственный деятель Никколо Макиавелли убедительно доказал важность имиджа для политика.

В настоящее время формирование позитивного профессионального имиджа становится актуальной проблемой не только в политической и деловой сферах, но и в студенческой среде.

Формирование профессионального имиджа в процессе подготовки специалистов соответствующей квалификации должно способствовать лучшей профессиональной идентификации студентов. Положительный профессиональный имидж поможет обучающемуся легче усвоить актуальные для выбранной специальности личностные, социально-психологические и профессиональные качества. Студент со сформированным профессиональным имиджем будет осваивать знания и новую информацию более осмысленно, мотивированно.

В 90-х годах прошлого века в науке стало развиваться направление по изучению понятия имиджа, которое позднее было оформлено в самостоятельную научную дисциплину. Так специалисты в данной области убедительно говорят о важности соответствия имиджа выбранной профессии. А чтобы понять для чего нужен имидж студенту, достаточно рассмотреть основные функции имиджа, сформулированные американским бизнес-консультантом, писателем, исследователем Дэйвом Коллинзом в его книге «2 Э: Этика и этикет в бизнесе», которые весьма органично вписываются в образовательную среду подготовки специалистов с высшим образованием, в частности, экономическим [1, с. 1]:

1) *социальная адаптация*. Благодаря правильно подобранному имиджу возможно быстрое вхождение в конкретную социальную среду, расположение к себе людей, налаживание с ними самых продуктивных и доброжелательных контактов;

2) *высвечивание лучших личностно-деловых характеристик*. Это означает способность подчеркнуть свои наиболее выгодные качества, вызывая у людей доверие, симпатию и обращая их внимание на свои профессиональные достоинства;

3) *сглаживание или сокрытие негативных личностных данных*, т. е. возможность посредством одежды, прически, макияжа, хороших манер поведения скрыть некоторые личностные недостатки;

4) *концентрация внимания людей на себя*. Как правило, люди в большей мере заинтересованы в общении и работе с личностью, которая демонстрирует неординарность и доброжелательность;

5) *расширения возрастного диапазона общения*. Это означает не замыкание личности в своем возрастном имидже и возрастной группе, что позволит расширить круг контактов и успешно заниматься профессиональной деятельностью в разновозрастных социумах.

Зарубежные исследователи считают, что 92 % производимого впечатления зависит от того, как человек звучит и конечно, как выглядит. С помощью правильно сформированного имиджа человек, в частности студент, может транслировать определенные качества личности, позиционируя себя наиболее презентабельным образом.

Грамотный имидж предполагает, что он должен быть прагматичным, т. е. ориентирован на ограниченный круг задач, соответствующих определенной цели, в частности, достижению успеха в определенной области. Например, для того чтобы добиться успеха в выполнении своей профессиональной роли, нужно обязательно соответствовать этой роли внешне и обладать убедительным имиджем. Однако, как уже было отмечено выше, внешний облик это не единственная необходимая составляющая профессионального имиджа.

В сознании и подсознании окружающих формирование образа будущего специалиста, что и составляет основу профессионального имиджа, по мнению авторского коллектива российских ученых, определяется двумя составляющими [2]:

1) внутренние, содержательные элементы образа (работоспособность, трудолюбие, пунктуальность, исполнительность, умение разумно формировать свою позицию, стратегию жизни);

2) внешние, «демонстрационные» элементы образа (внешний облик, манера поведения).

Роль обеих составляющих в формировании профессионального имиджа может быть различной – в зависимости от сферы деятельности и выбранной профессии. Для работников эстрады, шоу-бизнеса вторая составляющая, скорее всего, является преобладающей. Для людей, чья деятельность связана не с демонстрацией своей личности публике, а с более традиционной формой деятельности, доминировать будет первая группа факторов имиджа.

Поскольку студент экономического факультета готовит себя не для сцены, а в основном – для работы в офисе (бизнес или государственная служба), качествами первостепенной важности в данном случае являются его деловые навыки, трудолюбие и умение строить стратегию своего профессионального роста, находить решение непростых задач в сложившихся условиях.

Таким образом, актуальность формирования профессионального имиджа в студенческой среде объясняется тем, что грамотно созданный благоприятный имидж имеет определенное и далеко не последнее значение, как при построении межличностных отношений, так и при трудоустройстве и дальнейшем продвижении по карьерной лестнице. Формируя свой имидж, студент должен знать, что ему следует изменить в своем облике, когда и как ему стоит выглядеть, говорить и вести себя. Студентам следует обучаться технологии самоимиджирования, т. е. самостоятельному формированию имиджа в соответствии с социальной ролью и выбранной профессией.

Существует пять взаимосвязанных этапов формирования имиджа: на первом этапе происходит изучение своих индивидуально-психологических особенностей; на втором этапе – изучение своих физических данных; на третьем этапе – определение важных личностно-деловых качеств, необходимых для исполнения роли, в частности, профессиональной; на четвертом этапе происходит индивидуальный подбор средств и атрибутов имиджа с учетом информации, полученной в результате прохождения предыдущих этапов; на завершающем пятом этапе происходит реализация сформированного имиджа. В процессе прохождения всех стадий формирования имиджа люди анализируют себя, свои возможности и способности, определяют свою собственную уникальность и преимущества.

Успешный имидж современного студента многообразен. Он вбирает в себя множество характеристик субъекта, стараясь именно через них продемонстрировать индивидуальность личности будущего специалиста, его профессиональные преимущества и уникальность.

Человеческое общество устроено таким образом, что во все времена встречали друг друга по одежке, а провожали по уму. Т. е. можно говорить о том, что профессиональный имидж находится на первой ступени становления карьеры завтрашнего специалиста, что и определяет значимость формирования профессионального имиджа в процессе подготовки специалистов с высшим образованием, учитывая высокую конкуренцию на рынке труда.

#### **Список использованных источников**

1 Коллинз, Д. «2 Э: Этика и этикет в бизнесе» [Электронный ресурс]/ Электронная библиотека. – URL: [https://bookz.ru/authors/deiv-kollinz/2-e-eti\\_706/1-2-e-eti\\_706.html](https://bookz.ru/authors/deiv-kollinz/2-e-eti_706/1-2-e-eti_706.html). – Дата доступа: 28.01.2018.

2 Соколинский, В. М. Имидж студента экономического вуза: как его удачно сформировать? / В. М. Соколинский, Т. В. Соколинская // Психология в экономике и управлении. – 2010. – № 1. – С. 91–97