

Social Work & Education

©SW&E. 2023

УДК 378.147: 373.3 – 051

DOI: 10.25128/2520-6230.23.3.11

Ольга СОРОКА,

доктор педагогічних наук,
професор, завідувач кафедри
соціальної роботи та
менеджменту соціокультурної
діяльності, Тернопільський
національний педагогічний
університет імені Володимира
Гнатюка, Тернопіль, Україна;
sorokaolga175@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1483-8974>

Світлана КАЛАУР,

доктор педагогічних наук,
професор, професор кафедри
соціальної роботи та
менеджменту соціокультурної
діяльності, Тернопільський
національний педагогічний
університет імені Володимира
Гнатюка, Тернопіль, Україна;
svitlanakalaur@gmail.com
ORCIDiD: <https://orcid.org/0000-0001-8099-9392>

Статус статті:

Отримано: серпень 20, 2023

1-ше рецензування: вересень 02, 2023

Прийнято: вересень 30, 2023

Сорока, О., Калаур, С. (2023). Теоретичні та практичні аспекти формування професійного іміджу в процесі розвитку професійно-мовленнєвої компетентності студентів коледжів. *Social Work and Education*, Vol. 10, No. 3. pp. 382-392. DOI: 10.25128/2520-6230.23.3.11

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ В ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНО- МОВЛЕННЄВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ КОЛЕДЖІВ

Анотація. У статті актуалізовано проблему формування професійного іміджу в процесі розвитку професійно-мовленнєвої компетентності студентів коледжів. Підкреслюється, що вивчення іміджу студента особливо актуальне сьогодні, оскільки постійно зростають вимоги до майбутнього професіонала, як до сучасного конкурентоспроможного фахівця. Проаналізовано сучасні наукові підходи до трактування понять «імідж», «професійний імідж». З'ясовано, що професійний імідж є тим образом, який необхідно створювати цілеспрямовано й свідомо з метою досягнення професійних і особистісних цілей, професійного зростання й саморозвитку.

Визначено структурні компоненти іміджу фахівця: зовнішній, процесуальний і внутрішній. Зовнішня складова передбачає міміку, жести, тембр і силу голосу, одяг, манери, ходу. Зовнішній вигляд може створити позитивний настрій на роботі, сприяти або навпаки, перешкоджати порозумінню, полегшуючи чи утруднюючи спілкування і взаємодію між людьми. Процесуальна складова іміджу конкретизується такими формами спілкування, як професіоналізм, пластичність, виразність тощо. Внутрішня складова акцентована на внутрішньому світі людини, увлеченнях про її духовний, інтелектуальний розвиток, цінності, інтереси, особистість загалом.

Зроблено висновок, що характерною особливістю іміджевої підготовки є її комунікативна спрямованість. Саме тому у статті запропоновано використовувати при формуванні професійного іміджу молодших фахових бакалаврів навчальні методи, акцентовані на контакті й взаємодії, що забезпечують побудову діалогу.

Серед найбільш дієвих форм інтерактивного навчання студентів коледжу пропонуємо застосовувати тренінг і діалог. У статті представлено тренінг «Професійний імідж», спрямований на формування означеного іміджу в процесі розвитку професійно-мовленнєвої компетентності студентів коледжів, що містить вербальну й невербальну частини.

Ключові слова: імідж; професійний імідж; професійно-мовленнєва компетентність; молодші фахові бакалаври; студенти медичних коледжів; студенти-медики; коледж; тренінг.

ВСТУП

Становлення особистості людини зумовлено наявністю певних умов та засобів реалізації її потенціалу, що передбачає спеціальним чином побудований процес навчання. Надання орієнтування у засобах та можливих шляхах реалізації потенціалу людини є важливим аспектом у самовизначенні, як професіонала, так і особистості людини, оскільки створює певну базу, необхідну для формування її внутрішньої позиції. Так, процес професійної підготовки є одним із важливих чинників у становленні зрілої особистості майбутнього фахівця. Продуктивність професійної реалізації, у свою чергу, безпосередньо залежить від активності людини у процесі її професійного самовизначення. Розглядаючи процес професійного самовизначення студента медичного коледжу, необхідно враховувати труднощі, пов'язані з відсутністю чіткого уявлення в абітурієнтів про обрану професію, можливості самореалізації та особливості професійної діяльності.

Сьогодні формування іміджу стає важливою проблемою не тільки у політичній і діловій сферах, а й у сфері студентського життя. Вивчення іміджу студента особливо важливе в наш час, оскільки зростають вимоги до майбутнього професіонала, як до сучасного конкурентоспроможного фахівця. Разом із цим змінюється і сам імідж студентів. Він є безпосередньою частиною студента і одночасно з цим, інструментом передачі його унікальності, що передається зовнішнім виглядом, манерами спілкування та поведінки. Від формування успішного професійного іміджу залежатиме ефективність навчальної та майбутньої професійної діяльності.

Сучасні вимоги до випускника коледжу пов'язані не тільки з високою професійною підготовкою фахівця, але і з його іміджем як особистості, що володіє високою мовною культурою. Загальна лінгвістична підготовка студентів медичного коледжу передбачає вивчення фонетики, лексикології, морфології, синтаксису, але цього, звичайно, недостатньо для формування загальної мовної культури особистості, її позитивного іміджу для майбутньої професії.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Актуальність проблеми іміджу у різних сферах підтверджується численними дослідженнями теоретиків і практиків. Питання різних типів іміджу останнім часом стали об'єктом досліджень А. Акаймова, Н. Барни, К. Боулдін (К. Boulding), Д. Бурстін (D. Boorstin), Ю. Палехи, Т. Федорів та ін. Специфіка формування професійного іміджу майбутніх фахівців представлена дослідженнями Я. Андрющенко, Л. Грень, Л. Данильчук, Ю. Дзядевич, І. Размолодчикова, О. Капустюк, В. Пастушенко та ін.

У сучасній науці сформувалися три основні підходи до трактування поняття «імідж». Так, О. Бойко, В. Закикін, А. Лаврентій, З. Фройд розглядають імідж, як цілеспрямовано сформований образ себе з метою впливу на оточуючих і досягнення бажаного про себе враження; Н. Барна, В. Бугрим, С. Уланова – як стихійно сформований образ будь-якого об'єкта, що цілком залежить від реально існуючих його особливостей. Більшість дослідників-іміджеологів (П. Берд, Е. Берн, Л. Браун, В. Дячук, Е. Гофман (E. Goffman), Ф. Тейлор та ін.)

розглядають імідж, як складне психологічне утворення, психологічну систему, що має багатокомпонентну структуру.

Ми солідарні з дослідниками структури професійного іміджу майбутніх педагогів (Козлова, Гребеник, Волосюк, 2019) у тому, що означений феномен відображає моральні та фахові якості фахівця і є цілеспрямовано сконструйованим образом для оточення, що відображає міру його відповідності очікуванням і потребам суспільства.

Метою статті є актуалізація проблеми формування професійного іміджу в процесі розвитку професійно-мовленнєвої компетентності студентів коледжів.

Завдання: розкрити сутність понять «імідж», «професійний імідж»; запропонувати дієві заходи щодо формування іміджу молодших фахових бакалаврів, серед яких ключовим є тренінг і діалог.

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для ґрунтового аналізу особливостей формування професійного іміджу в процесі розвитку професійно-мовленнєвої компетентності студентів коледжів було застосовано теоретичні методи, пов'язані з вивченням наукової психолого-педагогічної літератури, аналіз, синтез, порівняння, узагальнення. Пошук інформації здійснювався в електронній базі даних Google Scholar, на українських і зарубіжних веб-сайтах, що висвітлювали досліджувану проблему. У практичному контексті було розроблено тренінгову програму для студентів коледжу, спрямовану на формування професійного іміджу в процесі розвитку їхньої професійно-мовленнєвої компетентності.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

Поняття «імідж» походить від англ. image – образ, уявлення. Це сукупність уявлень, що склалися в громадській думці про те, як повинна поводитися людина відповідно до свого статусу. Імідж завжди пов'язаний із піаром, рекламою, а його мета – сформувати у масовій свідомості певне ставлення до об'єкту. Набуття позитивної репутації є доволі тривалим процесом, а створення бездоганного, позитивного, стійкого реноме неможливе без побудови позитивного іміджу. Імідж і репутація супроводжують один одного, оскільки імідж має потужний вплив на громадську думку.

Найчастіше поняття «імідж» представляється, як сформований у масовій свідомості емоційно забарвлений образ когось чи чогось, що має характер стереотипу. Дане поняття застосовується до людини (персональний імідж), організації (корпоративний імідж), соціальної позиції (імідж політичного діяча), професії (імідж фахівця), освіти (імідж випускника освітнього закладу).

Проте єдиного підходу до визначення поняття «імідж» сьогодні не існує. Наведемо деякі з існуючих визначень (табл. 1).

Визначаючи, у широкому сенсі, імідж, як використання зовнішніх засобів вираження внутрішнього змісту, більшість авторів виділяли серед його складових (символіку одягу, макіяжу, мови, рухів, поведінку, особистісний простір тощо). У рамках нашого дослідження ми розглядатимемо професійний імідж, як

символічний образ суб'єкта, що створений у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії, залучений до системи професійної діяльності.

Таблиця 1: Наукові підходи до трактування терміну «імідж»

Сутність поняття «імідж»	Автори
Імідж є певною формою інтеракції, уявлення, яке конструюється для створення враження, для того щоб посилити вплив на партнера чи відповідну спільноту. Імідж створюється завдяки відповідним ситуаціям спілкування, що являють собою певну дію, ритуал, спектакль, де кожен виконує особливу роль у повсякденному житті, конструюючи штучну реальність, яка керує емоціями та враженнями людей (Goffman, 2009).	І. Гоффман (E.Goffman)
Імідж – це маніпулятивна технологія, що складається з поєднання конкретних структурних елементів зі своїми специфічними закономірностями, які застосовуються у відповідних інформаційно-комунікативних ситуаціях, що забезпечують формування певних образів (James, 1899).	У. Джемс (W. James)
«Імідж – певний синтетичний образ, який складається у свідомості людей, соціуму в цілому, стосовно певної особи, організації чи іншого соціального об'єкту, містить у собі значний обсяг емоційно забарвленої інформації про об'єкт сприйняття і спричиняє певну соціальну поведінку. Імідж об'єкта – це він сам і те, що про нього думають цільові аудиторії» (Дмитренко, 2014, с. 164)	М. Дмитренко
«Імідж – сприйняття компанії чи її товарів суспільством» (Kotler, 1976, p. 237)	Ф. Котлер
Імідж – це «багатофакторний феномен, який постає таким завдяки тому що, з одного боку, вплив на людину здійснюється одночасно за деякими каналами, а з іншого – людина звикла оперувати багаторівневими структурами, кожна з яких може і оброблятися окремо, і реалізовуватись у людському сприйнятті на своїй полиці» (Почепцов, 1998, с. 72)	Г. Почепцов
Імідж є певною знаковою структурою, щось більше його самого, що має відношення до людських цінностей та атитюдів (Mandelbaum, 1986)	Е. Сепір
Імідж є результатом і конкретною формою відображення предметів і явищ у світосприйнятті людини. Йдеться про відчуття, уявлення, поняття, які на основі цього формуються, і висновки, що робляться (Серьогін, Лола, Хожило та ін., 2009)	С. Серьогін, В. Лола, І. Хожило та ін.

У повсякденному розумінні «імідж» вживають по відношенню до людини у двох сенсах: як її зовнішній вигляд і як її репутація. Насправді ці дві грані образу взаємодіють між собою. Ми спостерігаємо зовнішній вигляд, а оцінюємо репутацію. Імідж – це образ, що поєднує внутрішні й зовнішні характеристики.

Можна констатувати, що імідж фахівця проявляється у певній узагальненій формі, яка може містити такі структурні компоненти: індивідуальні, особистісні, комунікативні, діяльнісні та зовнішньо-поведінкові характеристики. В образі

конкретного фахівця поєднуються індивідуальний, професійний та віковий іміджі.

У контексті нашого дослідження зупинимося на розгляді професійного іміджу з позиції різних наукових галузей (табл. 2).

Таблиця 2: Сутнісна характеристика «професійного іміджу» (узагальнено на основі джерела О. Митцевої (Митцева, 2018))

Зміст поняття «професійний імідж»	Автори
Соціологія	
Стандартизований емоційно-оцінний ефект, що базується на загальному образі типового професіонала.	В. Петренко
Статусний образ особистості як сукупність уявлень суспільства про те, яким повинен бути індивід відповідно до свого професійного статусу.	Н. Смирнов
Культурологія	
Відображення діяльності людини: її планів і їх реалізації, ділових якостей (організованості, відповідальності, працьовитості), успішності (визнання в певних колах, професійні нагороди, досягнення), предметної атрибутики.	М. Беляєва
Свідомий прояв людиною зовні якостей професії, носієм якої вона є.	В. Орешкін
Педагогіка	
Комплекс професійних і особистісних якостей, компетентностей, зовнішності особистості	С. Бовсун
Багатогранний, міждисциплінарний термін, зміст якого синтезує соціальний образ характеристик представників певної соціально-професійної групи відповідно до очікувань суспільства. Він є цілісним, інтегративним і динамічним образом, обумовленим професійною діяльністю суб'єкта, позитивною «Я-концепцією», що сприяє постійному професійному й особистісному саморозвитку та самовдосконаленню сучасного фахівця.	О. Митцева
Складне утворення, зумовлене особливостями професійної діяльності й соціальними ролями, що виконує особистість	Н. Прус

Ми переконані, що професійний імідж – це образ, який необхідно створювати свідомо й цілеспрямовано для досягнення професійних і особистісних цілей, професійного зростання й саморозвитку.

На основі узагальнення поглядів науковців (Ковальова, 2007; Ковальчук, Ткачівська, Презлята, Курилюк, 2012; Романовська, 2016), ми виокремили у структурі іміджу фахівця зовнішній, процесуальний і внутрішній компоненти. Зовнішня складова передбачає міміку, жести, тембр і силу голосу, одяг, манери, ходу. Зовнішній вигляд, безумовно, може створити робочий чи неробочий настрій на роботі, сприяти або навпаки, перешкоджати порозумінню, полегшуючи чи утруднюючи спілкування і взаємодію між людьми.

Процесуальна складова іміджу конкретизується такими формами спілкування, як професіоналізм, пластичність, виразність тощо. Емоційно яскравий фахівець, який володіє прийомами вербального й невербального прояву почуттів і цілеспрямовано

їх застосовує, здатний створити комфортне середовище на роботі. У свою чергу, внутрішня складова – це внутрішній світ людини, уявлення про її духовний та інтелектуальний розвиток, інтереси, цінності, особистість загалом. Отже, професійний імідж фахівця містить такі структурні компоненти: індивідуальні й особистісні якості, комунікативні здібності, особливості професійної діяльності й поведінки.

Визнаючи важливість кожної з названих складових, у рамках цієї статті зупинимося на комунікативному компоненті іміджу, який формується у фахових молодших бакалаврів під час навчання у коледжі. Так, комунікативний імідж поєднує вербальні й невербальні особливості спілкування студента, зокрема, майбутнього медика. Однак, якщо мова студента-медика є предметом його постійного аналізу, то інформація, яка візуально сприймається, часто залишається на периферії свідомості. Окремий компонент зовнішнього вигляду фахівця медичної галузі має у сприйнятті студентів своє смислове навантаження, але у кожній конкретній ситуації під час заняття він може бути важливим чи малозначним. В одному випадку для студента важлива міміка, в іншому – жести, у третьому – зовнішній вигляд. Тому ми виходимо з того, що молодших фахових бакалаврів медичного коледжу необхідно навчати рефлексивному аналізу, як свого мовлення, так і зовнішнього вигляду в різних навчальних ситуаціях. Рефлексивний аналіз має стати основою цілеспрямованої діяльності студента з саморозвитку. При цьому ми не закликаємо студентів до некритичного дотримання зразка (ідеальної моделі), несумісного з конкретним індивідуально-психологічним складом.

Ми солідарні з Г. Євтушенко в тому, що «особливістю сучасної іміджевої підготовки є її комунікативна спрямованість. Саме тому доволі ефективними є такі методи навчання, що передбачають контакт і взаємодію, забезпечують побудову діалогу» (Євтушенко, Бабошко, Бушля, 2016, с. 636). Зважаючи на це, для формування професійного іміджу в процесі розвитку професійно-мовленнєвої компетентності студентів коледжів радимо використовувати комплекс сучасних педагогічних форм і методів навчання для забезпечення формування практичних навичок зі створення іміджу. Йдеться про тренінг як ефективну інтерактивну форму навчання, яка користується популярністю серед студентів коледжу.

Поділяємо думку В. Кіщука й Г. Лещук в тому, що високий рівень професійно-мовленнєвої компетентності фахівців медичного профілю визначає ефективність надання медичних послуг, сприяє налагодженню порозуміння між усіма суб'єктами процесу медичного обслуговування тощо (Кіщук, Лещук, 2023).

На практичних заняттях з «Психології», «Української мови (за професійним спрямуванням)» студентів навчають реалізовувати функцію самоподачі у педагогічному спілкуванні. Майбутнім медикам на конкретних прикладах показують, наскільки важливо сформуванню перше враження про себе. Тим більше, що практика свідчить, що майже половина студентів і випускників медичних закладів передвищої освіти зазнають найбільших труднощів у ситуації першого контакту з хворими. Тим часом феномен «першого враження» у багатьох випадках визначає подальшу динаміку процесу взаємодії. Перше враження пацієнта про медичну сестру є найважливішою стороною взаємодії навчальної діяльності.

Особлива увага у медичному коледжі приділяється проведенню тренінгів і дискусій. Наприклад, студентам пропонується обговорити, чому часом буває, що всі елементи іміджу у медсестри «на місці», але він все одно «не спрацьовує». Спільно з викладачами учасники дискусії приходять до висновку, що в цьому випадку може не вистачати найважливішого аспекту особистого успіху – привабливості в очах оточуючих.

Загальний висновок, до якого приходять студенти на заняттях – привабливі люди часто й охоче посміхаються, говорять компліменти; мають почуття гумору; природно поводяться; вони веселі; знайомі з етикетом; впевнені у собі; вміють посміятися з себе; дружелюбні, з ними легко спілкуватися тощо.

Безсумнівно, формування іміджу молодших фахових бакалаврів, як складової їхньої професійної майстерності, обумовлено певними природними задатками: зовнішньою чарівністю, гарним голосом, слухом, артистичними даними тощо. Тим не менш, ми впевнені в тому, що значну роль відіграють набуті якості.

З метою формування професійного іміджу в процесі розвитку професійно-мовленнєвої компетентності студентів коледжів ми розробили тренінг, що передбачає дві складові – вербальну й невербальну (таблиця 3). Ми переконані, що професійно-мовленнєва компетентність студента-медика фахового коледжу буде високою, якщо він правильно використовуватиме граматичні засоби в комплексі з мімікою та жестами. Запропоновані завдання в розробленому тренінгу можна трансформувати, скоротити і включити до структури практично будь-якого заняття з різних навчальних дисциплін, витративши на це 10-15 хвилин.

Таблиця 3: Програма тренінгу «Професійний імідж» для студентів фахового медичного коледжу

Вербальний імідж	Невербальний імідж
1	2
<p><i>Тема 1. «Прийоми встановлення контакту у спілкуванні»</i></p> <p>1. Існують різні прийоми встановлення контакту: вітання, звернення до партнера, візитна картка. Всі формули вітання, звернення представлені на занятті у презентації. Зразки візитних карток – на столі кожного студента.</p> <p>2. Складіть мовні формули, які можуть стати вам у нагоді у професійній діяльності, на тему «Ввічлива відмова», розташуйте їх за спаданням категоричності, наприклад, «Я не можу... Я б із задоволенням, але...»)</p>	<p><i>Тема 1. «Уявлення гостя»</i></p> <p>1. Для того, щоб правильно представити гостя, необхідно назвати його ім'я, прізвище, по батькові, повідомити, чим він займається у професійній діяльності, звідки прибув; коротко розповісти про його якості та досягнення.</p> <p>2. Представте гостя чи однокурсника, грамотно використовуючи міміку та жести.</p>
<p><i>Тема 2. «Етикетні формули»</i></p> <p>1. Існують різні формули мовного етикету при зверненні до лікаря, секретаря у приймальні, друга. Назвемо їх.</p> <p>2. Складіть кілька пропозицій, що містять етикетні формули, на теми: «Допоможіть розібратися у скрутній ситуації», «Допоможіть впоратися із завданням», «Допоможіть другу».</p>	<p><i>Тема 2. «Розважальний виступ»</i></p> <p>1. Назвіть правила підготовки розважального виступу.</p> <p>2. Послухайте виступ вашого однокурсника, проведіть аналіз його пози, жестів, міміки, посмішки.</p>

1	2
<p><i>Тема 3. «Публічна промова»</i></p> <p>1. Існують різні види ефектного початку виступу. Це цитата, парадоксальне твердження, заява, що інтригує, компліменти аудиторії тощо.</p> <p>2. Складіть публічний виступ з кількох речень, використовуючи ефектний початок.</p>	<p><i>Тема 3. «Виступ на зборах перед колегами»</i></p> <p>1. Співставте правила підготовки виступу на зборах із розважальною промовою.</p> <p>2. Складіть короткий виступ на тему: «Моя професія». Які невербальні засоби можна використати у цьому випадку?</p>
<p><i>Тема 4. «Уміння переконувати»</i></p> <p>1. Які ви знаєте прийоми для переконання?</p> <p>2. Доведіть переконливо слухачам в аудиторії, що необхідно робити пожертви у товариство захисту бездомних тварин.</p>	
<p><i>Тема 5. «Похвальне слово»</i></p> <p>1. Похвальне слово – це протокольно-етикетний виступ. Що необхідно відзначати, говорячи про конкретну людину?</p> <p>2. Складіть похвальне слово про колегу, однокурсника, відзначаючи його моральні якості, добрі вчинки тощо. Похвальне слово має бути коротким та емоційним.</p>	

Розроблений тренінг можна використовувати на практичних заняттях з курсів «Психологія», «Українська мова (за професійним спрямуванням)» у коледжі для формування професійного іміджу майбутніх фахівців медичної галузі. Досягнення успіху у професії медика багато в чому залежить від уміння спілкуватися з пацієнтами, колегами, використовувати різні методи та прийоми вербального та невербального іміджу.

ВИСНОВКИ

Отже, спеціально організований процес формування іміджу студентів коледжу є засобом становлення професійного самовизначення майбутнього медика на етапі навчання в закладі передвищої освіти. Розроблений тренінг дасть змогу, на нашу думку, створити такі умови, за яких студенти зможуть перейти від синкретичного розуміння іміджу до присвоєння його понятійного розуміння. Сформованість поняття «професійний імідж» у студента-медика динамічна: на першому курсі розуміння даного явища синкретично, на старших курсах з'являється усвідомлене розуміння даного явища, і акцент робиться на внутрішніх характеристиках та описі цілісного образу медика.

ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Наші подальші наукові розвідки будуть спрямовані на пошук ефективних інтерактивних технологій формування професійного іміджу в процесі розвитку професійно-мовленнєвої компетентності студентів коледжів, здатних

налагоджувати комунікативну взаємодію з пацієнтами, керівництвом і колегами по роботі.

ЛІТЕРАТУРА

Дмитренко, М. Й. (2014). Імідж як базова категорія корпоративної культури. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. (56). 162–171.

Свтушенко, Г. В., Бабошко, А. І., Бушля, Д. І. (2016). Імідж сучасного викладача: сутність та особливості формування. *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. Випуск 11. 634–638.

Кішук, В., Лещук, Г. (2023). Формування професійно-комунікативної компетентності фахівців медичного профілю в умовах ускладнення соціально-професійних взаємодій. *Social Work and Education*, Vol. 10, No. 2. 232–241.

Ковальова, О. О. (2007). Психологічні особливості формування основ професійного іміджу у майбутніх педагогів : дис... канд. психол. наук : 19.00.07. Одеса. 340.

Ковальчук, Л, Ткачівська, І., Презлята, Г., Курилюк, С. (2012). Складники професійного іміджу майбутнього вчителя фізичної культури. *Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві* : збірник наукових праць. Професійна підготовка фахівців фізичної культури та спорту (3 (19)). 61–66.

Козлова, О., Гребеник, Т., Волосюк, Т. (2019). Структура професійного іміджу майбутніх педагогів. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*, (10 (94)). 63–74.

Митцева, О. С. (2018). Професійний імідж фахівця: суть, функції, структура. *Збірник наукових праць «Педагогіка та психологія»*. Харків. Вип. 59. 191–200.

Почепцов, Г. (1998). Имиджелогия: теория и практика. К. : АДЕФ-Украина. 392.

Романовська, О. (2016). Поняття і структура іміджу сучасного викладача вищої школи. *Теорія і практика управління соціальними системами*. (2). 135–146.

Формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних та соціальних послуг (2009) : наук. розробка / авт. кол. : С. М. Серьогін, В. В. Лола, І. І. Хожило та ін. ; за заг. ред. С. М. Серьогіна. К. : НАДУ. 32.

Goffman E. (2009). *Asylums: Essays on the Social Situation on Mental Patients and other Inmates*. N.Y. 516.

Kotler, P. (1976). *Managementul marketingului*. URL : https://www.academia.edu/5468014/25079129_Kotler_Keller_Managementul_Marketingului

On a Certain Blindness in Human Beings (1899) / by William James. URL : <https://monadnock.net/james/blindness.html>

Selected Writings of Edward Sapire in Language, Culture, and Pers by Sapire, Edward (1986) ; David G. Mandelbaum. University of California Press; First Edition. 632.

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF PROFESSIONAL IMAGE FORMATION IN THE PROCESS OF DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL SPEAKING COMPETENCE OF COLLEGE STUDENTS

Olga SOROKA, doctor of pedagogical sciences, professor, head of the department of social work and management of socio-cultural activities, Ternopil Volodymyr Hnatiuk national pedagogical university, Ternopil, Ukraine; sorokaolga175@gmail.com

Svitlana KALAUUR, doctor of pedagogical sciences, professor, professor of the department of social work and management of socio-cultural activities, Ternopil Volodymyr Hnatiuk national pedagogical university, Ternopil, Ukraine; svitlanakalaur@gmail.com

Abstract. *The article updates the problem of professional image formation in the process of developing the professional speech competence of college students. It is emphasized that the study of the student's image is especially relevant today. It is up-to-date as the requirements for the future professional, as for a modern competitive specialist, are constantly growing. There are analyzed modern scientific approaches to the interpretation of the concepts of "image" and "professional image". It was found that the professional image is the image that must be created purposefully and consciously in order to achieve professional and personal goals, professional growth and self-development.*

There are defined structural components of the specialist's image: external, procedural and internal. The external component includes facial expressions, gestures, timbre and strength of voice, clothes, manners, gait. Appearance can create a positive mood at work. Or on the contrary, it can hinder understanding, facilitating or hindering communication and interaction between people. The procedural component of the image is specified by such forms of communication as professionalism, plasticity, expressiveness, etc. The internal component is focused on the inner world of a person, ideas about his spiritual and intellectual development, values, interests, personality in general.

It was concluded that a characteristic feature of image training is its communicative orientation. That is why the article proposes to use educational methods focused on contact and interaction. It ensures the construction of a dialogue, in the formation of the professional image of junior professional bachelors.

It is suggested using training and dialogue, among the most effective forms of interactive training of college students. The article presents the training "Professional image" aimed at forming a certain image in the process of developing the professional speech competence of college students. It includes verbal and non-verbal parts. The developed training is designed for eight lessons, which do not exclude invariance. They can be replaced, shortened and included in the structure of any lesson from various educational disciplines, in particular "Psychology" or "Ukrainian language (for professional direction)".

Key words: *image; professional image; professional speech competence; junior professional bachelors; students of medical colleges; college; training.*

REFERENCES

Dmytrenko, M. Y. (2014). Image as a basic category of corporate culture. *Humanitarian Bulletin ZDIA*. (56). 162–171. [in Ukrainian].

Yevtushenko, G. V., Baboshko, A. I., Bushlia, D. I. (2016). The image of a modern teacher: the essence and peculiarities of formation. *Mykolaiv National University named after V.O. Sukhomlynskyi*. Issue 11. 634–638. [in Ukrainian].

Kishchuk, V., Leschuk, G. (2023). Formation of professional and communicative competence of medical specialists in conditions of complication of social and professional interactions. *Social Work and Education*, Vol. 10, No. 2. 232–241. [in Ukrainian].

Kovaleva, O. O. (2007). Psychological features of the formation of the foundations of professional image among future teachers: Diss... Cand. psychol. Sciences: 19.00.07. Odesa. 340. [in Ukrainian].

Kovalchuk, L., Tkachivska, I., Prezlyata, G., Kurylyuk, S. (2012). Components of the professional image of a future physical education teacher. *Physical education, sports and health culture in modern society: a collection of scientific works*. Professional training of physical culture and sports specialists (3 (19)). 61–66. [in Ukrainian].

Kozlova, O., Grebenyk, T., Volosyuk, T. (2019). The structure of the professional image of future teachers. *Pedagogical sciences: theory, history, innovative technologies*, (10 (94)). 63–74. [in Ukrainian].

Mytseva, O. S. (2018). Professional image of a specialist: essence, functions, structure. Collection of scientific works "*Pedagogy and psychology*". Kharkiv. Vol. 59. 191–200. [in Ukrainian].

Pochepstov, G. (1998). Imageology: theory and practice. K.: ADEF-Ukraine. 392. [in Ukrainian].

Romanovska, O. (2016). The concept and structure of the image of a modern teacher of a higher school. *Theory and practice of social systems management*. (2). 135–146. [in Ukrainian].

Formation of a positive image of authorities through improving the quality of administrative and social services (2009): science. development / author number : S. M. Seryogin, V. V. Lola, I. I. Khozhilo, and others. ; in general ed. S. M. Seryogin. K.: NADU. 32. [in Ukrainian].

Goffman E. (2009). *Asylums: Essays on the Social Situation on Mental Patients and other Inmates*. N.Y. 516.

Kotler, P. (1976). *Managementul marketingului*. URL : https://www.academia.edu/5468014/25079129_Kotler_Keller_Managementul_Marketingului

On a Certain Blindness in Human Beings (1899) / by William James. URL : <https://monadnock.net/james/blindness.html>

Selected Writings of Edward Sapire in Language, Culture, and Pers by Sapire, Edward (1986) ; David G. Mandelbaum. University of California Press; First Edition. 632.

Article history:

Received: August 20, 2023

1st Revision: September 02, 2023

Accepted: September 30, 2023