

УМОВИ ТА МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ФІЗИЧНИХ ТЕРАПЕВТІВ

Волошко Лариса Борисівна

к. пед. н, доцент

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

Україна

Ефективна реабілітаційна допомога населенню, яка надається фахівцями сфери охорони здоров'я, зокрема фізичними терапевтами, є актуальною проблемою сучасного суспільного життя. Усвідомлено сформований особистісно-професійний імідж підвищує якість професійної діяльності фахівців соціономічних професій [1]. Разом із тим проблема формування іміджу фізичного терапевта розроблена недостатньо.

Під особистісно-професійним іміджем фізичного терапевта ми розуміємо образ суб'єкта-носія, сукупність його візуальних характеристик і поведінкових актів, сформованих у професійному середовищі, з метою успішної професійної самоактуалізації у суспільстві. Необхідно розрізняти дві сторони іміджу: особистісний імідж – образ людини, обумовлений її внутрішніми якостями та індивідуальними властивостями психіки; професійний імідж – образ особистості, детермінований специфікою професійної діяльності, пов'язаної з наданням реабілітаційних послуг.

Особистісно-професійний імідж для фізичного терапевта виступає специфічним корелятором суб'єкт-суб'єктної взаємодії, дає можливість пристосуватися суб'єкту іміджеутворювальної діяльності до виконання професійних функцій, спонукає його до результативної спільної діяльності з пацієнтами. Особистісно-професійний імідж фізичного терапевта стає затребуваною професійною якістю, тому здійснює вирішальний вплив на споживачів реабілітаційних послуг.

Аналізуючи різні підходи [2] до визначення складових іміджу майбутнього фізичного терапевта, ми виокремили такі його характеристики: 1) цілісність – відповідність соціальним очікуванням суспільства; 2) неповторність –

визначається особистісними якостями та характеристиками конкретного носія;

- 3) варіабельність – відсутність незмінної конструкції; необхідність розвитку;
- 4) цілеспрямованість – потребує спеціальних зусиль з боку носія, має кінцеву мету створення та передбачає обов'язковий емоційний відгук реципієнтів;
- 5) прагматичність – імідж орієнтований на вирішення обмеженого кола задач, що відповідають особливостям конкретної ситуації;
- 6) презентабельність – важливими є зовнішня сторона конструювання свого образу для інших, екстеріоризація внутрішніх якостей; обов'язковість елементів творчої самопрезентації особистості;
- 7) публічність – імідж має відкриту соціальну орієнтацію на споживачів реабілітаційних послуг;
- 8) подвійна природа – містить риси конкретного фаху (зокрема, для фізичного терапевта – емпатія) та універсальні атрибути (ініціативність, креативність, комунікабельність);
- 10) керованість – можливість зміни іміджу у відповідності до особистісних та професійних цілей у процесі спеціально організованої діяльності щодо його моделювання, діагностики, корекції.

Особистісно-професійний імідж містить обов'язкові структурні компоненти, які необхідно врахувати при розробці педагогічної технології формування іміджу у майбутніх фізичних терапевтів: 1) мета створення іміджу – досягнення стійкого ділового успіху; 2) зміст іміджу – позитивне когнітивне та емоційне відношення до певного суб'єкта, яке носить оціночний характер; 3) засоби формування іміджу; 4) кінцевий результат формування іміджу, що обов'язково містить оціночну думку оточуючих про носія іміджу.

Особистісно-професійний імідж майбутніх фахівців соціономічної сфери повинен формуватися цілеспрямовано на всіх етапах професіоналізації особистості. На етапі професійної підготовки необхідно здійснити формування базової іміджевої компетентності фахівця, в основі якої лежить система знань внутрішніх і зовнішніх механізмів іміджеформувальної діяльності, основних технологій і технік її реалізації на практиці. Основними засобами формування іміджу можуть виступати: аналіз практичних ситуацій, моделювання «ситуацій успіху»; формування спрямованості на конкретні соціальні практики; надання

позитивного прикладу; використання засобів інтерактивної взаємодії; формування навичок іміджування як форми самопрезентації.

На етапі професійного становлення (початок включення у професійну діяльність) важливим є цільове імідж-моделювання, при якому формується відповідний стиль професійної діяльності. Основними засобами розвитку іміджу виступають: розвиток навичок самоаналізу; проектування та моделювання, набуття досвіду подолання проблем і досягнення цілей у конкретній різноманітності виробничих умов та відносин; визначення засобів нейтралізації негативних рис і посилення впливу позитивних.

На етапі вільного професійного розвитку відбувається концентрація неповторного особистісно-професійного іміджу, оформлення індивідуального стилю діяльності. Основними засобами його розвитку виступають: експериментування, індивідуальний підбір засобів самовиразу у професії, самонавчання; оцінювання відповідального особистого вибору із множини альтернатив; оволодіння технологіями захисту іміджу в конфліктних ситуаціях.

Отже, цілеспрямоване формування професійного іміджу сприятиме успішній професіоналізації майбутніх фізичних терапевтів, продуктивній самореалізації у майбутній професійній діяльності. Проектування ідеального іміджу фізичного терапевта представляється нам перспективним науковим завданням педагогічної іміджелогії, тому що дозволяє розкрити загальне, особливе та одиничне в онтології професійного іміджу.

Список використаних джерел:

1. Волошко Л. Б. Особистісно-професійний імідж майбутніх фахівців соціономічної сфери як наукова категорія професійної педагогіки / Л. Б. Волошко // Молодь і ринок. – 2016. – №1 (132). – С. 103-108.
2. Валеева О. Н. Имидж личности : социально-психологический анализ феномена / О. Н. Валеева // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. – 2014. – № 42. – С. 25-31.