

Л. М. Парамоненко, ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”

ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРИ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ПЕРУКАРСЬКОГО МИСТЕЦТВА ТА ДЕКОРАТИВНОЇ КОСМЕТИКИ

Парамоненко Л. М.

Особливості структури професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики

У статті актуалізується питання формування професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики як чинника їхньої якісної фахової підготовки, наголошується на необхідності дослідження структури професійного іміджу та виокремлення її особливостей. Проведено аналіз останніх наукових розробок з питань формування ефективного професійного іміджу та дослідження структури професійного іміджу. Структура професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики розглядається як полівекторний феномен, що має ядро та базисну основу та якій притаманна ієрархічність. Провідними структурними векторами професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики є вектор, пов'язаний з професійним напрямом у сфері надання перукарських послуг та салонною діяльністю та педагогічно спрямований вектор. У статті виокремлено провідні іміджеві характеристики структури професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики.

Ключові слова: структура іміджу, професійний імідж, майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики.

Парамоненко Л. М.

Особенности структуры профессионального имиджа будущих специалистов по парикмахерскому искусству и декоративной косметике

В статье актуализируется вопрос формирования профессионального имиджа будущих специалистов по парикмахерскому искусству и декоративной косметике как фактора их качественной профессиональной подготовки, отмечается необходимость исследования структуры профессионального имиджа и выделение ее особенностей. Проведен анализ последних научных разработок по вопросам формирования эффективного профессионального имиджа и исследования структуры профессионального имиджа. Структура

професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики розглядається як полівекторний феномен, який має ядро і базисну основу, до якої належить ієрархічність. Ведучими структурними векторами професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики автором виділені вектор, який пов'язаний з наданням перукарських послуг і салонної діяльності і педагогічно спрямований вектор. У статті виділені ведучі іміджеві характеристики структури професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики.

Ключові слова: структура іміджу, професійний імідж, майбутні фахівці з перукарського мистецтва та декоративної косметики.

Формування професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики у процесі навчально-виховної діяльності є одним з провідних завдань їхньої якісної фахової підготовки. Саме криза призми іміджу майбутні фахівці демонструють соціальному оточенню свої найпривабливіші особистісні й професійні якості, підвищують навички визначення самооцінки, вчать усвідомлювати свої недоліки, співвідносити свої іміджеві характеристики з необхідним зразком професіонала. Створений ефективний професійний імідж сприяє не тільки підвищенню самопізнання й самовираження, але й установленню гармонійних відносин з оточуючим соціально-професійним середовищем. У зв'язку з цим актуалізується проблема визначення структури професійного іміджу та її особливостей, що зумовлює визначення педагогічних аспектів стратегії та тактики його формування з запровадженням різноманітних форм та методів. Однак проведений аналіз наукових розвідок з питань структури та змісту феномену іміджу, зокрема професійного, дозволяє зробити висновок, що ця проблема залишається одним із провідних дискусійних питань у сучасній науковій думці. Незважаючи на появу останнім часом значної кількості наукових праць, що досліджують структуру іміджу (Т. Гур'єва, О. Данчева, Л. Донська, О. Змановська, А. Калюжний, О. Панасюк, О. Перелигіна, Г. Почепцов, Е. Семпсон, Дж. Ягер та ін.), структуру професійного іміджу (А. Бірюкова, К. Гурчіані, Л. Данильчук, Ю. Дзядевич, В. Ісаченко, А. Калюжний, К. Киткін, А. Кононенко, О. Костенко,

В. Орешкін, А. Панфілова, М. Сперанська-Скарга та ін.), структура професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики залишається недостатньо вивченою проблемою. Це надає актуальності нашому дослідженню та зумовлює мету статті, а саме: виокремити особливості структури професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики.

На думку О. Змановської, іміджі відрізняються за своєю структурою, що передбачає наявність певних якостей, ступінь їх вираження та ієрархію за важливістю [2, с. 17]. Це дає підстави припустити, що структура професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики також має певні відмінності.

У визначенні структури професійного іміджу важливим є питання визначення його складників. Дослідники Т. Гур'єва, О. Панасюк до структури іміджу відносять п'ять його складників:

- середовищний імідж;
- габітарний імідж;
- оречевлений імідж;
- вербальний імідж;
- кінестетичний імідж [6,с. 94,].

А. Коханенко до структури іміджу особистості поряд з вищезазначеними додає особистісний та професійний іміджі [4].

Відома дослідниця у галузі іміджелогії Е. Семпсон у структурі особистісного іміджу виокремлює такі його різновиди: самоімідж, імідж, що сприймається, та імідж, що вимагається[10]. „Самоімідж впливає із минулого досвіду та є відображенням стану самоповаги, довіри до себе... Імідж, що сприймається - це те, якими нас бачать інші...Ми часто не знаємо як до нас ставляться інші насправді, як реально про нас відгукуються. Імідж, що вимагається, означає, що ряд соціальних ролей, професій потребують визначення низки певних іміджевих характеристик” [1, с. 364].

Спрямованість сучасної вітчизняної професійної освіти на гуманістичні та особистісно орієнтовані навчально-виховні моделі, що базуються на теоріях конструктивізму та соціального навчання, передбачають утворення невід'ємного цілісного образу між особистістю та її професійною діяльністю. У такому контексті професійний імідж фахівця доцільно розглядати як невід'ємний складник особистісного та професійного компонентів. “Особистісний імідж – це як база, а професійний – як надбудова ... якщо професійний імідж з плюсом, а особистісний з мінусом, то це – особливо для професій системи “людина-людина” гірше, ніж навпаки... формуючи імідж клієнта, необхідно робити акцент на створенні позитивного особистісного іміджу”, – наголошує О. Панасюк [6, с. 92].

Щодо структури професійного іміджу, то в будь-якому суспільстві існують уявлення про те, як повинен виглядати та поводитися фахівець тієї чи іншої професії, людина, яка має певний соціальний статус тощо. І. Ломачинська, посилаючись на останні дослідження, проведені у великій кількості організацій, виокремлює три чинники, які визначають можливість прийому на роботу:

1. Справи – 10% – уміння добре працювати, виконувати завдання, які ставить людина, ступінь відповідальності.
2. Імідж і особистий стиль – 30% – як людина прийшла, як виконує роботу, її ставлення до обов'язків.
3. Помітність і розкриття – 60% – з ким людина знайома, яка її репутація, контакти й опубліковані досягнення [5, с. 149–150].

Отже, під час визначення структури професійного іміджу потрібно орієнтуватися не тільки на ті вимоги, що висувають суспільство, певні організації, а й урахувати індивідуальність кожної особистості.

Відправною точкою структури професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики, безперечно, є їхня освітньо-кваліфікаційна характеристика та вимоги державних стандартів. Адже вони визначають зміст професійної підготовки майбутніх фахівців з

урахуванням вимог суспільства, перспективи подальшої професійної діяльності, забезпечують спроможність відповідати запитам сучасного ринку праці. Згідно з нормативними документами, майбутні фахівці з перукарського мистецтва та декоративної косметики мають бути підготовлені до досить широкого кола видів професійної діяльності, зокрема: надання всіх видів перукарських послуг, моделювання нових стрижок та зачісок, розробка та виконання макіяжів, виготовлення постижерних виробів та прикрас для зачісок, завідування та керівництво перукарнями, викладання спеціальних теоретичних знань та навичок, що готують до праці за фахом перукаря, викладання на курсах підготовки та підвищення кваліфікації перукарів у спеціальних навчальних центрах, участь у підготовці телепередач (створення та підтримання іміджу ведучих), підготовка вистав (створення та виконання образного гриму, макіяжу, зачісок). Зазначене різноманіття видів професійної діяльності майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики передбачає полівекторну природу його структури, серед якої вважаємо доцільним виокремлення двох основних векторів, один з яких має бути пов'язаний з професійним напрямом у сфері надання перукарських послуг та салонною діяльністю, а інший – безпосередньо з педагогічною діяльністю майстра виробничого навчання, майстра навчального центру, методиста тощо. Характеристиками та ознаками педагогічного іміджу, за даними, отриманими від студентів, педагогів навчальних закладів, досвідчених педагогів та батьків, найбільш суттєвими виступають: уміння оперувати фактами, приємний тембр голосу, цілеспрямованість, рішучість, працьовитість та інші. Дещо меншою мірою: володіння ораторським мистецтвом, відповідність обіцянок вчинкам, сила волі, інтелектуальний потенціал, уміння добирати кадри й керувати ними [3].

Узагальнюючи висновки чисельних наукових праць, у яких розглядаються особливості педагогічного іміджу (М. Апраксина, О. Бекетова, М. Варданян, А. Калюжний, О. Ковальова, А. Кононенко, М. Сперанська-Скарга, В. Черепанова та ін.), зазначимо, що структура педагогічного іміджу

вміщує габітарну, вербальну й невербальну складові, комунікативну культуру, зовнішній, внутрішній, процесуальний, а також мотиваційний, когнітивний, діяльнісний та емоційний компоненти. Основою структури педагогічного іміджу виступає самосвідомість особистості, її ціннісні орієнтири, готовність до творчої діяльності, саморозвитку та самовиховання.

У визначенні структури професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики певний інтерес викликає й інший її вектор, що пов'язаний з напрямом у сфері надання перукарських послуг та салонною діяльністю. У зв'язку з цим доцільно розглянути структуру іміджу перукаря-модельєра. Структуру іміджу перукаря іміджмейкер І. Сохіна пропонує розглядати в метафоричній формі, де серцевиною є сам майстер, його особистість, риси характеру, а “проміннями” іміджевого “сонця” є такі іміджеві характеристики: зовнішній вигляд, манера поведінки, рівень професіоналізму, вміння спілкуватися з клієнтом, знання модних тенденцій, культура мови, етика та етикет, стабільність й постійність. На думку дослідниці, формування професійного іміджу перукаря з зазначеною структурою дозволяє отримати йому популярність, відомість, славу, постійних та задоволених клієнтів, які рекомендують майстра своїм знайомим [8].

Слід звернути увагу, що на процес формування структури ефективного професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики вагомий вплив здійснюють вимоги не тільки з боку клієнтів перукарень та салонів краси, а й вимоги з боку роботодавців.

Наукові співробітники американського Саракузського університету Г. Нолл та К. Тенкерслей на підставі опитування керівництва понад тисячі фірм прийшли до висновку, що комунікативні здібності (писемні тексти, виступи, чітка артикуляція) є найважливішими засобами позитивного іміджу. Далі в порядку вагомості науковці зазначають усі аспекти зовнішності – доглянутість (шкіра, волосся, нігті), вигляд (загальний вигляд, статура, фізична форма, одяг) та гарні манери поведінки. За даними дослідження, директори та керівники відділів особистісного складу імідж вважають більш важливішою

умовою, ніж курси з підвищення кваліфікації. Усі респонденти провідних фірм вважають, що імідж підприємства має прямий вплив на його успішний розвиток. [Цит. за 9, с. 16].

Перед оформленням нового працівника на роботу до перукарні або салону роботодавець створює профільну характеристику фахівця, з яким би хотілося співпрацювати, тобто структуру його необхідного іміджу. Поряд з технічними професійними навичками, якими має володіти претендент, роботодавці приділяють увагу й його особистісним якостям.

Серед іміджевих характеристик фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики роботодавці виділяють такі, розташувавши їх у відповідній ієрархії:

- високі комунікативні здібності;
- зацікавленість у клієнтах;
- готовність до навчання;
- здатність до співчуття;
- готовність до надання сервісу, якісних послуг;
- упевненість;
- високий рівень самомотивації;
- добра пам'ять;
- здатність виявляти індивідуальність;
- мати різнобічні інтереси та особистісний професійний досвід [11,

р. 34–35].

Англійські іміджмейкери, викладачі та експерти з перукарських послуг міжнародного рівня M. Green та L. Palladino підкреслюють, що всі відомі фахівці з перукарського мистецтва, які досягли високих професійних успіхів, суспільного визнання, мають одну спільну рису: усі вони гарні комунікатори. Високий рівень комунікативних навичок є більш важливішими за їхні технічні можливості. Більшість роботи в перукарнях є рутинною. Однак водночас ті фахівці, які мають талант та творчі здібності, не завжди володіють достатнім комунікативним рівнем.

Під мистецтвом володіння комунікативними навичками фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики M. Green та L. Palladino розуміють своєрідну суміш комунікативних навичок “toolbag”, що вміщує такі компоненти:

1. Вміння слухати та розуміти клієнта, якому надають перукарську послугу, особливо під час першої зустрічі.

2. Володіння ораторськими здібностями. Разом з цим розуміння, коли потрібно говорити, а коли мовчати, є безцінною особистісною якістю. Звичайно, під час консультації клієнта фахівцеві з перукарського мистецтва та декоративної косметики необхідно брати на себе ініціативу у вербальному спілкуванні. Як правило, у процесі подальшого ефективного спілкування ініціатива переходить до клієнта.

3. Навички “читання”. Уміння володіти ситуацією, щоб зрозуміти, що вже було сказано, а що ні, та реагувати певним чином. У процесі комунікації існують моменти, коли поведінка клієнта є приводом до міркувань та вибору подальшої тактики в спілкуванні [11, р. 35].

Однією з привабливих іміджевих характеристик особистості майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики у професійній діяльності є здатність викликати довіру у своїх клієнтів, колег, керівництва, а за спрямованості на педагогічну діяльність й у учнів та їхніх батьків, тому що кожний з них прагне мати справу не тільки з висококваліфікованим, професійно компетентним фахівцем, але й з надійною, добропорядною людиною. У такому контексті, під час визначення структури професійного іміджу набувають актуальності ціннісні пріоритети особистості майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики, їхні ціннісні орієнтири, світогляд, цілеорієнтація. Рівень сформованості особистісних моральних цінностей здатний впливати на зміст структури професійного іміджу, де останній може бути як “розкриваючим”, покликаним розкрити істинні наміри, так і “маскуючим”, тобто іміджем, що приховує істинні наміри [7].

Отже, структура професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики має полівекторну природу, їй притаманна ієрархічність. Провідними структурними векторами професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики є вектор, пов'язаний з професійним напрямом у сфері надання перукарських послуг та салонною діяльністю, та вектор з педагогічною спрямованістю. Ядро та основу структури професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики складають особистісні риси характеру (темперамент, рівень самооцінки, пунктуальність, високий рівень самомотивації, потреба в саморозвитку, самовдосконаленні), ціннісні орієнтири, світогляд; цілеорієнтація тощо. Основа структури професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики має стійкий характер та не залежить від її полівекторності.

Серед провідних характеристик професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики доцільно виокремити такі:

1. комунікативну культуру;
2. габітарний складник, що передбачає загальну доглянутість, зачіску, манікюр, одяг, взуття, аксесуари, особливості зовнішніх рис обличчя, зріст, фігуру, осанку, ходу, тощо. Доцільність зовнішнього вигляду слід розглядати як повагу до соціуму та механізм адаптації в соціально-професійному середовищі.
3. ділову етику та етикет;
4. рівень професійної освіти та професійний досвід;
5. талант та творчі здібності.

Оскільки в межах представленої статті відсутня можливість розглянути всі аспекти зазначеної проблеми, вважаємо, що подальшого розгляду потребує більш докладне вивчення полівекторної структури професійного іміджу майбутніх фахівців з перукарського мистецтва та декоративної косметики, зокрема складника, пов'язаного із завідуванням та керівництвом перукарнями та

виявленню особливостей структури професійного іміджу майстра виробничого навчання, викладача спеціальних дисциплін.

Література

1. **Войт О. В.** Секретная психология / О. В. Войт, Ю. С. Смирнова. – Мн. : Современ. шк., 2006. – 544 с.
2. **Змановская Е. В.** Руководство по управлению личным имиджем / Е. В. Змановская. – СПб. : Речь, 2005. – 141 с.
3. **Ковальова О. О.** Психологічні особливості формування основ професійного іміджу у майбутніх педагогів : дис... канд. психол. наук : 19.00.07 / Ковальова Олена Олександрівна. – Одеса, 2007. – 340 с.
4. **Коханенко А. И.** Имидж рекламных персонажей / А. И. Коханенко. – М., Ростов н/Д. : МарТ. - 2004. – 144 с.
5. **Ломачинська І. М.** Професійна етика : навч. посіб. для дистанційного навчання / за наук. ред. В. І. Ярошовця. – К. : Університет „Україна”, 2005. – 227 с.
6. **Панасюк А. Ю.** Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж / А. Ю. Панасюк. – 2-е изд. – М. : Дело, 2000. – 240 с.
7. **Попова Л. Г.** Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в систем повышения квалификации : дис.. канд. пед. наук : 13.00.08 / Попова Лариса Геннадьевна. – М., 2003. – 209 с.
8. **Сохина И.** Имидж в индустрии красоты– Режим доступа: <http://subscribe.ru/archive/economics.news.rezultat/200607/03223915.html>.
9. **Спиллейн М.** Имидж мужчины: Пособие для преуспевающих мужчин / М. Спиллейн. – М. : Лик Пресс, 1998. – 168с.
10. **Сэмсон Э.** Бизнес-презентация : творческие идеи для блестящего выступления / Элери Сэмсон. – М. : Альпина, 2006. – 202 с.
11. **Green M., Palladino L.** Professional Headressing Level 3 – Fifth Edition / Martin Green, Leo Palladino. – Stamford.: Cengage Learning; May 15, 2007. – 324 p.

Paramonenko L. M.

The structure features of the professional image of the future experts of Hairdressing and Make-up

In the article is actualized an issue of professional image of the future experts in hairdressing and decorative cosmetics as a factor in their quality training, highlights the need to study the structure of a professional image and highlight its features. The analysis of the latest scientific research on the formation of an effective professional image and study the structure of a professional image has been carried out. The structure of the professional image of the future experts in hairdressing and decorative cosmetics is seen as a polyvector phenomenon that has the nucleus and the basis and which is hierarchical. Major structural vectors of professional image of the future experts in hairdressing and makeup - the vector, which connected with the provision of hairdressing services and salon work and the second vector of pedagogical orientation. The article highlights the leading image characteristics of the structure or professional image of the future experts in hairdressing and cosmetics.

Keywords: structure of the image, professional image, future professionals in hairdressing and cosmetics.

Відомості про автора

Парамоненко Людмила Михайлівна – аспірант кафедри педагогіки, старший викладач кафедри образотворчого мистецтва та професійної майстерності Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Основні наукові інтереси зосереджено навколо проблематики професійного іміджу та педагогічних аспектів його формування.

Стаття надійшла до редакції 28.11.12

Прийнято до друку 26.04.13