

2. Мерлин В.С. Психология индивидуальности. – М.; Воронеж, 1996.
3. Родионов А.В. Влияние психологических факторов на спортивный результат. – М., 1983.
4. Столяров В. И. Показатели, компоненты и факторы физической культуры и здорового образа жизни молодежи (социологический анализ) / В. И. Столяров, Б. И. Новиков, В. И. Вишневский // Физическая культура и здоровый образ жизни: тезисы. Всесоюз. науч.-практ. конф., Севастополь, 16-21 февр. 1990 г. – Севастополь, 1990. – С. 149-150.
5. Шевелева И.Н. Профилактика нарушения репродуктивного здоровья студенток средствами физической культуры / И. Н. Шевелева, Ж. Б. Сафонова // Теория и практика физической культуры. – 2007. – № 1. – С. 17-19.
6. Zukowski R. K Doskonalenie zawodowe instruktorow I trenerow: Stan aktualny – perspektywy rozwiazan/Riszard Zukowsri//Trening. – 2001. – №1. – S. 26.
7. Tolley H. How to Succeed at an Assessment Centre / H. Tolley, R/ Wood/ – London: Kogan Page Ltd., – 2005 – 192 p.
8. Vroeijenstijn A.I. Towards A Quality Model for Higher Education // INQAAHE-2001 Conference on Quality, Standards and Recognition, March 2001. Conference on Quality, standards and Recognition, March 2001. – S. 56-60.
9. Female University Students' Physical Activity Levels and Associated Factors – A Cross-Sectional Study in Southwestern Saudi Arabia – <http://www.mdpi.com/1660-4601/10/8/3502>
10. Van Niekerk, Estelle; Barnard, Justhinus G. Health and Lifestyle Practices among Female Students in a South African University Setting. – College Student Journal, Vol. 45, No. 3, September 2011 – <https://www.questia.com/library/journal/1G1-270894550/health-and-lifestyle-practices-among-female-students>

Іванова Г.Я.

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

### СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ФАХІВЦЯ З ФІЗИЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ

*Професійний імідж допомагає фахівцю з фізичної реабілітації реалізувати власне «Я» у реабілітаційній діяльності, яка дозволяє йому максимально ефективно розкрити свій потенціал та індивідуальні здібності до застосування фізичних вправ і природних чинників з лікувальною й профілактичною метою у комплексному процесі відновлення здоров'я, фізичного стану та працездатності хворих та людей з обмеженими можливостями. Тому імідж завжди залишається актуальним і важливим. Акцентуючи унікальні індивідуальні і професійні цінності, цілі, орієнтири, мотивацію, імідж здатний здійснити вплив на свідомість, діяльність, вчинки окремих людей і, навіть, цілих груп. Автор статті наголошує на тому, що в сучасних умовах професійний імідж стає важливим інструментом в реабілітаційній діяльності фахівця з фізичної реабілітації, якому довіряють пацієнти.*

**Ключові слова:** формування іміджу, професійний імідж, фахівець з фізичної реабілітації, фізіотерапевт.

**Іванова Г.Я. Современный взгляд на формирование профессионального имиджа специалиста по физической реабилитации.**

*Профессиональный имидж помогает специалисту по физической реабилитации реализовать собственное «Я» в реабилитационной деятельности. Это позволяет ему максимально эффективно раскрыть свой потенциал и индивидуальные способности относительно применения физических упражнений и естественных факторов в лечебных и профилактических целях в комплексном процессе восстановления здоровья, физического состояния и работоспособности больных и людей с ограниченными возможностями. Поэтому имидж всегда остается актуальным и важным. Акцентируя уникальные индивидуальные и профессиональные ценности, цели, ориентиры, мотивацию, имидж способен осуществить влияние на сознание, деятельность, поступки отдельных людей и, даже, целых групп. Автор статьи также отмечает то, что в современных условиях профессиональный имидж становится основой реабилитационной деятельности для специалиста по физической реабилитации, которому доверяют пациенты.*

**Ключевые слова:** формирование имиджа, профессиональный имидж, специалист по физической реабилитации, физиотерапевт.

**Ivanova G. The modern view on building of professional image of a specialist in physical rehabilitation.**

*Professional image helps a specialist in physical rehabilitation to realize own "I" in the rehabilitation activities. This allows it to most effectively reach their potential and individual skills on the use of exercise and natural factors in the therapeutic and prophylactic purposes in the complex process of restoring health, physical condition and health of patients and people with disabilities. Thus, image is seen to be important and essential. By highlighting unique individual and professional values, aims, and incentives, image is able to influence consciousness, activities, and actions of individual people and entire groups. The author of the article stresses that in the modern time, professional image becomes an essential tool in rehabilitation activities of physiotherapists, which helps win the trust of patients. Attainment of a successful career is not always sufficient for building an effective and positive professional image of a modern rehabilitation medicine specialist. The work on the image should be a continuous lifelong process with the purpose of self-development and self-realization. The theoretical meaning of the concept of professional image of rehabilitation medicine specialist has been refined, and it is seen as a complex and integral formation, which includes interrelated components: internal («I-concept», values, aims at recovery of patient's health, expert knowledge on improvement and maintenance of population health), external (verbal, kinetic, habit and environmental elements) and procedural (style of rehabilitation activities). Image of a physiotherapist is an integral, dynamic, attractive persona based on balance of internal and external characteristics, and the purpose of which is to provide the harmonious interaction of the individual with the surrounding world.*

**Key words:** create the image, professional image, an expert in physical rehabilitation, physiotherapist.

**Вступ** Формування професійного іміджу фахівця з фізичної реабілітації є актуальною проблемою вищої

фізкультурної освіти. Оскільки неперервна і випереджаюча освіта складає основу системної підготовки професіоналів, процес формування іміджу також представляється нам неперервним і спрямованим на досягнення професійної майстерності і високого соціально-особового статусу. Поняття «імідж» стало предметом громадської уваги та наукового аналізу в останнє десятиліття. При цьому імідж означає збірний символічний образ, що має природу соціального стереотипу, включає внутрішні і зовнішні характеристики об'єкту. Імідж є узагальненим враженням, яке створюється людиною, організацією або інститутом на одну або декілька груп громадськості. Уявлення про якість професійно орієнтованих знань, умінь і навичок є важливою іміджевою характеристикою фахівця з фізичної реабілітації, тобто якість професійної діяльності випускника розглядається як наслідок якості його вищої фізкультурної освіти. Процес становлення професійної і соціальної компетентності фахівця з фізичної реабілітації тісно пов'язаний, на нашу думку, з формуванням його особистісного та професійного іміджу щодо застосування профілактичних і відновлюваних заходів з використанням природних факторів, спрямованих на досягнення чи підтримку певного рівня здоров'я людини. Процес побудови і корекції персонального іміджу є актуальною проблемою теорії і практики іміджелогії, що знайшло своє віддзеркалення у дисертаційних дослідженнях О.В. Емельянової, О.А. Пікулевої, Е.Б. Теймурової, Н.М. Шкурко, І.П. Чертикової та ін. Техніки управління особистим іміджем було розроблено Л. Браун, Е.В. Змановскою, А.Ю. Панасюк, М. Спиллейном та ін. Проблеми технології формування професійного іміджу вивчали Ю.В. Андрєєва, А.А. Бирюкова, В. А. Жебит, Л.Г. Попова, Н.А. Тарасенко та ін. Серед прикладних напрямів виділяються питання побудови персонального іміджу людини в міжособистісному і професійному спілкуванні (цим темам присвятили свої дослідження І.А. Баженова, О. Ю. Горбачов, Л.І. Жарікова, Т.С. Зеленська, А.А. Калюжний, А.А. Родіонова, Н.Д. Творогова, Н.А. Фомина, В.А. Чвякін та ін.) Серед досліджень, предметом яких є професійний імідж, спостерігається значна кількість робіт з проблеми формування іміджу вчителя (М.А. Апраксина, М.Р. Варданян, А.А. Деркач, Г.М. Коджаспірова, Л.Г. Попова, Т.Н. Піскунова, І.В. Сузьміна, В.Н. Черепанова та ін.). Ряд учених розглядали цю дефініцію в педагогіці. Так, В.Л. Бенін, Л.А. Волович, Л.Б. Соколова включають імідж в показники культури педагогічної діяльності. Науковці (О.А. Абдулліна, О.С. Газман, Н.В. Кузьміна, В.А. Сластьонін, І.Е. Щуркова та ін.) розглядають феномен іміджу як професійну якість вчителя. Процес формування індивідуальності вчителя досліджувався С.А. Гильмановим, В. І. Загвязинським, Н.Г. Осуховою, А.В. Петровським та ін. Питання, пов'язані з характеристикою формування професійного іміджу фахівця з фізичної реабілітації, залишаються актуальними та доречними.

Робота виконана відповідно до плану НДР Інституту фізичного виховання та спорту Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова.

**Метою дослідження** було охарактеризувати сучасний погляд на формування професійного іміджу фахівця з фізичної реабілітації.

**Основне завдання дослідження:** Здійснити аналіз наукової літератури щодо характеристики сучасного погляду на формування професійного іміджу фахівця з фізичної реабілітації.

**Результати дослідження.** Аналіз робіт вітчизняних і зарубіжних авторів демонструє неоднозначне розуміння іміджу, фактично він розглядається як образ конкретного об'єкту, існуючий в масовій свідомості. Формування іміджу фахівця з фізичної реабілітації на сучасному етапі стає невід'ємною умовою його професіоналізації. При цьому ми розуміємо імідж (від англ. image – «образ») як інтегральне явище, основними характеристиками якого є цілісність, гармонійність, керованість, індивідуальність, рухливість і специфічність, які обумовлені професійною діяльністю. Будучи феноменом індивідуальної, групової або масової свідомості, імідж функціонує як образ-представлення, в якому в складному взаємозв'язку поєднуються зовнішні і внутрішні характеристики об'єкту, його соціальні ролі і функції, взаємодія в семантичному полі культури з іншими категоріями свідомості та менталітетом. Аналіз літератури дозволяє констатувати, що єдине розуміння змістовної основи іміджу тільки складається. Проте можна виділити деякі загальні ознаки поняття «імідж»: 1) імідж розглядається як образ об'єкту, який сам стає об'єктивним предметом у соціальному середовищі; 2) імідж розглядається як думка, враження, визнання, яке виражає соціальні очікування певних груп, оцінне ставлення людей до об'єкту; 3) імідж не фіксований образ, а рухливий. Потрібна спеціальна робота з його створення.

Контент-аналіз філософської, психолого-педагогічної та іміджевої літератури показав, що на сучасному етапі розвитку суспільства відбувається подальше поглиблення і розширення понять «імідж» і «професійний імідж» у галузі теорії і методики професійної освіти в цілому, і вдосконалення процесу формування професійного іміджу майбутніх фахівців з фізичної реабілітації. Відповідно до завдань професійної підготовки, формування іміджу слід розуміти з позиції визначення його цілей, чинників і ефективних умов функціонування. Підходи до вивчення поняття «професійний імідж», як вказує В.В. Попова, «детермінуються предметом іміджування та його аудиторією, метою, яку ставить перед собою дослідник, і методами, які він обирає» [2, с. 172]. Проблема вивчення іміджу характеризується різноплановими дослідженнями у сфері філософії, психології, педагогіки, соціології та акмеології. Психологія вивчає внутрішні передумови до опанування та сприйняття фаху, педагогіка – зовнішні чинники, соціологія – соціальні умови; іміджелогія, враховуючи досягнення всіх наук, шукає ефективні можливості зовнішнього впливу на формування внутрішніх переконань особистості щодо певного фаху. В. В. Попова акцентує увагу на тому, що «спільними для всіх визначень цієї дефініції залишаються кілька ключових характеристик: 1) імідж – це образ-стереотип, який створюється у свідомості реципієнта (особи, групи осіб чи всього суспільства); 2) формується цілеспрямовано, має адресанта та кінцеву мету створення; 3) є образом «діловим» (тобто виявляється в ході професійної активності), але також важливими є особисті здібності (фізичні, фізіологічні, психологічні, морально-етичні, розумові тощо); 4) має поведінковий характер створення, тобто формується в процесі практичної діяльності; 5) важливою є зовнішня складова, елементи презентації та самопрезентації; 6) індивідуальний (конкретний у цей відрізок часу для визначеного реципієнта) і груповий (стереотипне бачення професії у цьому суспільстві) іміджі тісно пов'язані і впливають один на одного; 7) містить риси як конкретні для визначеного фаху (наприклад, сила для спортсмена, робітника чи прискіпливість для науковця), так і універсальні для спеціаліста будь-якого профілю (активність, ініціативність, професіоналізм) [2, с. 172].

Окрім «знанієвого» компонента, у поняття професійного іміджу фахівця з фізичної реабілітації входить і загальна

компетентність, яку можна розділити на такі складові, як компетентність у сфері самостійної пізнавальної діяльності, громадянсько-суспільної, соціально-трудова діяльності, компетентність в побутовій сфері та сфері реабілітаційної діяльності. Крім того, ключові компетентності фахівця, узагальнені І.А. Зимньою, характеризуються наступними п'ятьма основними компонентами: 1) готовність до прояву особистісної властивості у діяльності та поведінці людини; 2) знання засобів, способів, програм виконання дій, рішення соціальних і професійних завдань; 3) здійснення правил і норм поведінки, досвід реалізації знань та умінь; 4) ціннісно-сміслове ставлення до змісту компетенції, його особистісна значущість; 5) емоційно-вольова регуляція. Основними проблемами у формуванні і становленні іміджу успішного фахівця з фізичної реабілітації є знання про зміст, форми, методи і засоби реабілітаційної діяльності. Становлення особистості також неможливе без формування у майбутнього фахівця з фізичної реабілітації професійної культури, яка виступає системою загальнолюдських ідей, професійно-ціннісних орієнтацій і якостей особистості, універсальних засобів пізнання і гуманістичних технологій професійної діяльності. А.А. Кайбияйнен розглядає поняття «професійний імідж фахівця» як особливий соціокультурний феномен, до розробки якого тільки приступає наука [1]. Професійний імідж як складний феномен має багатокomпонентну структуру, що включає інтелектуальні, емоційні, моральні складові та має певні рівні і критерії сформованості в особі майбутнього фахівця. Умовою розвитку професійної компетентності є усвідомлення майбутнім фахівцем з фізичної реабілітації необхідності підвищення своєї кваліфікації, загальнолюдської і професійної культури, особистої відповідальності, ефективного прояву особистісних здібностей і якостей в умовах, що швидко змінюються. Зарубіжні дослідники (I. Lindquist [4], G. Sole [5], L. Swisher [6], S.Verma [7]) вказують, що багато в чому цей процес обумовлений усвідомленням особливої місії фахівця з фізичної реабілітації у суспільстві і його важливий ролі у відновленні здоров'я людини.

Один з видатних фахівців у галузі іміджології В. М. Шепель, досліджуючи проблему формування іміджу, виділив три групи якостей, які сприяють успішному формуванню позитивного професійного іміджу фахівця. Так, у першу групу включено такі якості, як комунікабельності, тобто здатність людини легко встановлювати контакти з іншими людьми, здатність співпереживати та здатність розуміти іншу людину. До другої групи увійшли якості, що характеризують особистість з точки зору її освіти і виховання, наявність моральних цінностей, психологічного здоров'я, умінь прогнозувати і ліквідувати конфліктні ситуації, умінь працювати в критичних і стресових ситуаціях. Третя група пов'язана з життєвим і професійним досвідом особи та її інтуїцією. З позиції сьогодення, від хорошого фахівця з фізичної реабілітації потрібно такі якості і уміння, як комунікабельність, критичне мислення, організаційні здібності, уміння брати на себе відповідальність, оперативно приймати рішення, здатність до емпатії, гнучкість і в той же час твердість, уміння знаходити компроміси, креативність [3]. На додаток, зовнішній вигляд фахівця з фізичної реабілітації представляється однією із структурних частин іміджу. К.В. Самонова вказує, що імідж соціального суб'єкта і об'єкта складається з різних універсальних одиниць, що відображують расову, вікову, статеву, професійну, соціальну і навіть лінгвістичну приналежність, які в сукупності визначають іміджеву карту об'єкта [4, с. 32]. При роботі над іміджем існують специфічні стратегії, методики, техніка, випробувана часом, тому їх можна вважати результативними і ефективними. Залежно від поставлених цілей, можна використовувати наступні стратегії: стратегія універсального іміджу, що формується на базі соціальних стереотипів і колективних образів; стратегія цільового іміджу, який орієнтується на конкретну іміджеву аудиторію та стратегія креативного вибуху, яка відкидає усі стереотипи.

#### ВИСНОВКИ

Для формування ефективного і позитивного професійного іміджу сучасного фахівця з фізичної реабілітації потрібно не лише досягнення успішної кар'єри. Робота над іміджем повинна тривати неперервно протягом життя з метою саморозвитку і самовдосконалення власного «Я». Уточнено теоретичний зміст поняття «професійний імідж фахівця з фізичної реабілітації», яке розглядається як системне цілісне утворення, що включає взаємопов'язані і взаємообумовлені компоненти: внутрішній («Я-концепція», цінності, установки на відновлення здоров'я пацієнтів, компетентність щодо зміцнення та збереження здоров'я нації), зовнішній (вербальний, кінетичний, габітарний і середовищний елементи) і процесуальний (стиль реабілітаційної діяльності). Імідж фахівця з фізичної реабілітації – це цілеспрямовано сформований, інтегральний, динамічний, емоційно-забарвлений і соціально-бажаний образ, обумовлений відповідністю внутрішніх і зовнішніх якостей, покликаний забезпечити гармонійну взаємодію суб'єкта з навколишнім світом. Імідж виконує функцію психологічного захисту, інструментально-комунікативну, соціально-розпізнавальну, культуроформувальну і статусну, будучи в той же час засобом вирішення особистісних і професійних проблем, забезпечуючи конкурентоспроможність, психологічну стійкість і професійний успіх у оздоровчо-відновлювальній діяльності. Структура іміджу є системою взаємопов'язаних характеристик, до яких відносять: зовнішню привабливість, професійну компетентність, вербальний і невербальний елементи, стиль реабілітаційної діяльності та сформоване середовище життєдіяльності.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Кайбияйнен А. А. Имидж вуза и профессиональный имидж специалиста [Електронний ресурс] / А. А. Кайбияйнен // Режим доступу : <http://waucondastore.com/imidzh-vuza-i-professionalnyj-imidzh-specialista/>
2. Попова В. В. Професійний імідж: основні напрями вивчення поняття / В. В. Попова // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2013. – № 1 (13). – С. 170-172.
3. Sole G., Claydon L., Hendrick P., Hagberg J., Jonsson J., Harland T. Employers' perspectives of competencies and attributes of physiotherapy graduates: an exploratory qualitative study. *New Zealand Journal of Physiotherapy*. 2012. 40(3): Pp. 123-127.
4. Swisher, Laura Lee. Introduction: The Physical Therapist as Professional. *Professionalism in Physical Therapy: History, Practice & Development*. St. Louis, Mo: Elsevier Saunders, 2005. P. 228.
5. Verma, S., V., Patterson, M., & Medves, J. Core competencies for health care professionals: What medicine, nursing, occupational therapy, and physiotherapy share. *Journal of Allied Health*, 2006. 35. Pp. 109-115.