

ФОРМИРОВАНИЕ КРЕАТИВНОГО ИМИДЖА СТУДЕНТА КАК КОМПОНЕНТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА**CREATIVE IMAGE FORMING STUDENT: AS A COMPONENT OF TRAINING FUTURE SPECIALIST****Ospanova B.A.**

Prof. Dr. Ahmad Yasavi International Turkish Kazak University oba_49@mail.ru

Rakhmet U.

Assoc. Prof. Dr. Ahmad Yasavi International Turkish Kazak University

ТҮЙІНДЕМЕ

В условиях постиндустриального общества знания и информация выступают как движущие силы общественного прогресса. При этом особенность этой социальной сферы состоит в ее сложности и неоднозначности, поскольку образование связано не только с усвоением новых знаний, но и с социокультурным развитием личности, ее способностью адаптироваться в новых условиях жизни, с раскрытием потенциала будущего специалиста. Немаловажным фактором является то, что поставленные перед государством, педагогической общественностью задачи модернизации высшего образования диктуют необходимость формирования активной личности будущего специалиста, собственной Я - концепции, включающей также создание креативного имиджа.

Ключевые слова: Творческий образ**SUMMARY**

In the conditions of a post-industrial society, knowledge and information act as the driving forces of social progress. Moreover, the peculiarity of this social sphere is its complexity and ambiguity, since education is associated not only with the assimilation of new knowledge, but also with the socio-cultural development of the personality, its ability to adapt in new conditions of life, and the potential of the future specialist. The undemanding factor is that the tasks set for the state, the pedagogical community of modernization of higher education dictate the need to form an active personality of the future specialist, his own self - a concept that also includes the creation of a creative image.

Keywords: Creative Image Forming Student

В условиях постиндустриального общества знания и информация выступают как движущие силы общественного прогресса. При этом особенность этой социальной сферы состоит в ее сложности и неоднозначности, поскольку образование связано не только с усвоением новых знаний, но и с социокультурным развитием личности, ее способностью адаптироваться в новых условиях жизни, с раскрытием потенциала будущего специалиста. Немаловажным фактором является то, что поставленные перед государством, педагогической общественностью задачи модернизации высшего образования диктуют необходимость формирования активной личности будущего специалиста, собственной Я - концепции, включающей также создание креативного имиджа.

В первую очередь следует остановиться на дословном переводе с английского слова «имидж» (image) , что означает образ. Происхождение этого понятия имеет несколько толкований. Одни считают, что происходит оно от латинского imago, связанного со словом imitari – имитировать. Согласно толковому словарю Вебстера, имидж – это искусственная имитация или преподнесение внешней формы какого-либо объекта и, особенно, лица. Современный словарь иностранных слов даёт такое определение: имидж – целенаправленно сформированный образ какого-либо лица, явления или предмета, выделяющий определённые ценностные и призванный оказать эмоционально-

психологическое воздействие на кого-то в целях популяризации, рекламы и т.д. Более краткое (хотя и неполное) определение: имидж – это впечатление об объекте.

Прежде чем подойти к проблеме формирования имиджа, необходимо рассмотреть некоторые свойства человеческого сознания. Как правило, человек мыслит и действует, ориентируясь не столько на саму реальность, сколько на сформировавшиеся под влиянием социальных коммуникаций представления о ней. Информационные конструкции, такие, как символ, миф, репутация и т.д., имеют большое, иногда решающее значение для человека, группы, общества в целом. В современных условиях важнейшими компонентами этого мира являются социальные стереотипы и имиджи.

Понятие социального стереотипа впервые было введено в научный оборот американским исследователем СМИ У. Липпманом. Согласно положениям У. Липпмана социальные стереотипы представляют собой основной мыслительный материал, на котором строится массовое сознание. Одним словом, стереотипы имеют объективную природу и являются неотъемлемым свойством психики человека делать обобщения. Стереотип определяют, как стандартизированный и устойчивый образ, имидж – образ целенаправленно сформированный. Сходность определений подталкивает к тому, что имидж – разновидность стереотипа. Однако, эти два понятия не только не одно и то же, но в некотором смысле противоположность друг друга. Во-первых, различие кроется в этимологии самих слов. Стереотип в переводе с греческого означает «твёрдый отпечаток». Он воспринимается готовым и не требует домысливания. Имидж же связан с понятием *imagination* – воображение. Он - всегда «полуфабрикат», всегда «довоображается», человеку лишь задаётся направление такого «домысливания». Человек сам достраивает предлагаемый ему имидж, становясь, таким образом, его соавтором. После чего имидж воспринимается не как нечто навязанное, а как собственное видение явления. Известно, что имидж – это не только средство, инструмент управления, но объект управления.

Следует отметить, что в период возникновения новых экономических общественно-политических реалий необходимо формирование у будущих специалистов соответствующей логико-понятийной системы, а также развитие у них коммуникативно-речевых возможностей для реализаций и самореализации. Создание собственного имиджа - это процесс длительный, работа, в которой молодому человеку должны помочь преподаватели-профессионалы. Вполне понятно, что формирование имиджа происходит, в первую очередь, непосредственно в процессе обучения студента, поскольку само содержание образования является отражением состояния общества, сформированной в нем системы ценностей и духовно-нравственных ориентиров, его культурной среды. С точки зрения формирования позитивной Я-концепции и креативного имиджа специалиста особую важность приобретает гуманитарная составляющая подготовки специалистов, которая определяет задачи воспитания гражданина, человека гуманистической и духовно- нравственной ориентации.

Разумеется, будущий профессиональный успех определяется способностью молодого человека найти свое место в мире, в современном обществе. Требования к современному студенту значительно возросли в последние годы. Сегодня это активный, деятельный человек, который знает, каких высот он хочет достичь в жизни и стремится к профессиональному успеху и карьерному росту. Он энергичен и деловит, целеустремлен, требователен к себе и окружающим, в условиях остро конкурентной ситуации на рынке труда студент отчетливо осознает, что создаваемый им креативный имидж специалиста – профессионала должен выделять, отличать его от других претендентов. Сегодня большинство студентов уже осознало необходимость формирования собственного имиджа как необходимого атрибута эффективных деловых отношений во внутривузовской среде и будущей профессиональной деятельности. При этом понятие «имидж» означает

собираемый образ, который включает не только внешнее впечатление и представление о человеке, способность его к самопрезентации, но и стиль мышления, особенности действий и поступков, его представление о себе.

Как отмечает В.А.Сластенин, «молодой специалист становится активным субъектом, реализующим в избранной профессии свой способ жизнедеятельности, готовым доопределить задачи независимо от частных ситуаций и обстоятельств, вырабатывать особенную стратегию профессионального мышления, поведения и деятельности» [1, 10].

Несомненно, одна из целей деятельности современного вуза – обеспечить становление личностной и профессиональной культуры специалиста. В этой связи перед преподавателями вуза стоит задача способствовать формированию у студента позитивной Я-концепции, т.е. целостного представления молодого человека о себе как о личности, члена общества и коллектива, работнике, будущем профессионале. Как известно, Я-концепция способствует достижению внутренней согласованности личности, является активным началом, важным фактором в интерпретации опыта и регулятором поведения человека.

Вполне очевидно, быстро меняющаяся социальная среда порождает новые требования к системе высшего профессионального образования, качеству и содержанию получаемого образования. Как показывают материалы исследований, выпускники вузов в настоящее время в достаточной мере владеют фундаментальными знаниями в профессии и способностью осуществлять исследовательскую деятельность, но не готовы; к выполнению профессиональных обязанностей, эффективным действиям в конкретной профессиональной ситуации. Предоставление образовательной услуги осложняется непрерывно возрастающими требованиями к уровню подготовки выпускников, все более обостряемой проблемой их трудоустройства, все более ощутимой конкуренцией среди вузов. На «выпуске» требуется полностью готовый конкурентоспособный специалист, сформированными акме-креативными качествами, обладающий достаточным уровнем компетенции, способный быстро адаптироваться к постоянно меняющимся современным требованиям учебно-воспитательного процесса.

В этой связи вектор фундаментальных педагогических исследований должен быть направлен на поиск новых подходов к формированию и становлению личностно-профессиональной готовности будущего специалиста, способного продуктивно осуществлять образовательную деятельность в новых социально-экономических условиях, в новых типах общеобразовательных учреждений, с использованием личностно-ориентированных, развивающих технологий и информационно-коммуникационных, высокопродуктивных дидактических систем.

Мы придерживаемся мнения, что профессия как система задач, форм и видов деятельности, обеспечивает удовлетворение потребностей общества в достижении значимого результата, требует специалистов, обладающих определенной суммой знаний, навыков и умений, имеющих соответствующие профессионально важные качества и способных эффективно решать профессионально-ориентированные, развивающие задачи. В то же время человек как субъект деятельности требует от профессии возможности не просто «получать взамен затраченного труда необходимые средства его существования и развития» (А.К.Маркова [2,17]), а как можно полнее раскрывать свой творческий потенциал и самореализовываться.

Безусловно, создавая имидж студенту как будущему специалисту, необходимо думать о «потребителе» - будущем работодателе. На современном рынке труда выпускники вуза выступают именно в качестве «товара», который продается и покупается. Это связано с представлением работодателя о том, как должен выглядеть преуспевающий деловой человек, специалист. С этой целью необходим анализ требований и ожиданий общества, деловой

среды по отношению к специалисту. Такой анализ вначале осуществляется студентом на эмпирическом уровне, в результате наблюдений, анализа мнений, оценок представителей взрослого окружения, значимого для студента: родителей, преподавателей, знакомых и т.д. Учитывая эти особенности, студент, в соответствии с постоянно формируемой Я-концепцией, вырабатывает собственный имидж. Однако работа над имиджем всегда зависит не только от ожиданий тех, кто окружает молодого человека, но и от личности самого носителя имиджа. В отдельных вузах Казахстана уже проводятся исследования по изучению имиджа современного студента. Например, в Международном казахско-турецком университете им.Х.А.Ясави г.Туркестане, на педагогическом и экономическом факультетах было выявлено, что почти все опрошенные (63%, 65%) следят за своим имиджем, а больше половины респондентов успех в достижении поставленных целей связывают с использованием эффективной поведенческой техники. Большинство студентов с радостью воспользовались бы советами специалиста в области имиджа для повышения внешней привлекательности, коммуникабельности и личного обаяния.

Другое исследование, проведенное членами ALESEC (Ассоциации студентов и молодых специалистов в области экономики и управления), показало, что среди личных качеств сотрудника наиболее важными студенты посчитали порядочность, творческо-креативную и деловую активность. По мнению же работодателей, в работнике, не менее важна компетентность, чувство ответственности и исполнительность. Умение подать себя и эрудиция тоже занимают не последнее место [3, 61].

С точки зрения формирования креативного имиджа студентов вуза необходимо давать и представление о миссии, как основной цели человека или организации. Имидж необходим лишь постольку, поскольку позволяет выполнить миссию, при этом сама миссия, задает определенные требования к креативному имиджу. Имидж дает возможность молодому специалисту реализовать свою миссию, добиваться того, чтобы другие воспринимали так, как он презентует себя. Например, если студент уже в процессе обучения ставит себе цель достичь больших успехов в профессиональной карьере, то он должен выглядеть как человек, способный добиться этого, т.е. демонстрировать своим поведением целеустремленность, настойчивость, лидерские качества.

К сожалению, приходится констатировать, что при всех успехах и способностях перед молодыми людьми остро стоит проблема самопрезентации. Нередко отечественные молодые специалисты при блестящих знаниях не умеют себя представлять. И именно целенаправленная работа по созданию имиджа приводит к выработке таких немаловажных качеств, как умение подать себя, осознание собственной значимости.

Сегодня перед вузами стоит задача не просто подготовки грамотного специалиста, обладающего всеми компонентами профессиональной культуры, но и креативно развитой личности. Формирование мировоззрения молодого человека и социально ценных качеств личности, составляющее понятие позитивного, креативного имиджа, становится приоритетной задачей вуза наряду с формированием профессиональной компетентности специалиста. Существенным моментом является то, что сформированность целевой устремленности у будущего специалиста к личностному и профессиональному росту возможна через изменение его профессионального сознания и развитие креативного мышления, которые могут эффективно реализоваться через мотивационно-ценностную сферу профессиональной акме-креативной деятельности, которая является побуждающим фактором синергетического самообучения и саморазвития.

Актуальной проблемой современности является формирование у будущих специалистов способностей и потребностей в постоянном обновлении профессиональных знаний и умений, в креативном саморазвитии, в направленности на достижение высот

профессионализма. При этом подходе внимание акцентируется на самой личности и блоке важнейших личностно-значимых, профессиональных качеств, приобретения опыта профессиональных действий в нестандартных ситуациях взаимодействия, установки к взаимодействию. Учет личностно-профессиональных качеств позволяет развивать установку на личностно-профессиональное самосовершенствование путем познания своих возможностей и правильной самооценки достигнутого уровня профессионального мастерства.

Стимулирующим фактором в данном случае выступает мотив психолого-педагогического самовыражения и самоутверждения, стремление найти свое место в обществе и, следовательно, повлиять на его развитие. В становлении и развитии личности будущего специалиста, как и его творческого потенциала, мы выделяем стадии самоидентификации, самоопределения и самореализации.

Самоидентификация предстает как единство самопознания и соотнесения своего образа с образами других людей. Самопознание позволяет личности дать соответствующую оценку своим способностям, качествам, возможностям, действиям, поступкам и перспективам развития, осмыслить приоритеты и смыслы собственной жизни, личный социальный статус. В целом же описанное позиционирование носит позитивный характер, а главное, оно имеет выход в процесс самоопределения.

Самоопределение накладывает на личность ответственность за свою судьбу и в этом плане несет в себе мощный ценностно-мотивационный заряд. В определенной степени самоопределение есть та отправная точка, от которой начинается процесс самореализации.

По мнению А.А.Деркача [4,28], полная и всесторонняя профессиональная самореализация возможна только при оптимально выстроенной траектории личностно-профессионального самосовершенствования и профессионального роста.

Отметим, что рассматриваемые процессы становления и развития творческого потенциала интенсивно протекают в вузе, задача которого предложить студенту - будущему специалисту, некий идеал как главный стимул, концентрирующий в себе профессионально ценностные ориентиры. Следовательно, воображаемый идеал приобретает значение высшей ценности, творческое осмысление которой способствует личностно-профессиональному становлению.

Опираясь на вышесказанное, можно утверждать, что для решения поставленных задач необходимо пересмотреть подходы к обучению в вузе будущих специалистов, способных осуществлять поставленные цели. Сегодня требуется творчески мыслящий специалист, способный к эффективной рефлексии, к выработке стратегически верного направления в образовательной политике и к успешной реализации своих потенциальных возможностей. Рефлексия является основным механизмом осмысления профессиональных успехов и неудач, личностных достижений. Личностная рефлексия - основа профессиональной рефлексии является обязательным атрибутивным качеством компетентного специалиста и развивается у студентов в процессе учебно-познавательной деятельности средствами метакогнитивных процессов -это позволит профессиональной осведомленности, перерасти в профессиональную компетентность.

Следет обратить внимание, что при возникновении трудностей и выходе в рефлексивную позицию будущий специалист не только перестраивает свои действия, но и просматривает возможные их изменения. С помощью рефлексии студент объективирует отдельные собственные интеллектуальные операции, эмоциональные состояния и переживания. Превращаясь в механизм самоанализа, рефлексия становится инструментом самоконтроля, дает возможность осознающей себя личности проследить те или иные отношения в

собственном субъективном мире. В способе решения профессиональных задач мышление студента неразрывно связано с осмыслением, переосмыслением, открытием нового для себя, проецированием личностного смысла на реальный педагогический процесс. Развитие рефлексивного креативного мышления, осознание его значения для творческого решения профессиональных задач будут способствовать активизации познавательной деятельности студентов и систематической работе по повышению ими своей профессиональной компетентности. Рефлексия играет детерминирующую роль относительно других профессиональных качеств, поэтому учебный процесс в вузе должен быть организован так, чтобы уже с первого курса у студентов рефлексия формировалась не стихийно, а целенаправленно. Важно разделить два уровня рефлексии: рефлексия по поводу собственного учения (в позиции «студент») и рефлексия по поводу организации обучения (в позиции «педагог»). Способность к профессиональной рефлексии определяется как совокупность следующих умений: переходить из пространства мыслительной или организационной деятельности в пространство выделения, анализа и проектирования способа этой профессиональной деятельности; фиксировать результаты анализа в собственных схемах и представлениях, а изменение этих схем и представлений (перепроектирование) делать содержанием собственной профессиональной деятельности.

Производя соотношение знания о себе с социально-профессиональными требованиями и нормами, позволяет студентам определить свое место в системе общественных отношений. Совершенствование знаний о себе, постоянное обращение к своему «Я», помогает лучше адаптироваться к социальным условиям, отрегулировать свое поведение. Профессиональный и личностный рост в значительной мере связан с особенностями профессионального самосознания.

Предлагаем рассмотреть строение профессионального самосознания в следующем плане. Строение профессионального самосознания образует трехуровневую структуру, динамику трех образов «Я»: «Я-реальное (настоящее)», «Я-идеальное (профессиональное)» и «Я-будущее (развивающийся профессионал)». Такое строение позволяет проследить процесс становления профессионального самосознания в учебно-профессиональной деятельности.

«Я-реальное»- это комплекс представлений о себе. Он формируется во взаимодействии со сложившейся у студента Я-концепцией, а также со сложившимся у него идеалом своего будущего. «Я-идеальное (профессиональное)» - это комплекс представлений студента об идеальном профессионале. «Я-будущее (развивающийся профессионал)» -это комплекс представлений студента о перспективах своего развития и самосовершенствования на профессиональном пути, выход на смысложизненное самоопределение.

Профессиональное восхождение к акме – требует самоактуализации личности в педагогическом сознании от «Я-реального» к «Я-идеальному». Это целенаправленный, осознанный и непрерывный процесс поиска на основе анализа собственных смыслов жизни и деятельности, побуждающий будущего специалиста постоянно расширять границы субъектного Я. Потребность в постоянном восхождении по вертикали определяется смыслом акме-креативной деятельности и коммуникативного общения, развивающих личность обучаемых и обучающихся. Адекватная критически-рефлексивная деятельность сознания преподавателя сопровождается позитивными и негативными эмоциями, переживаниями, испытываемыми в трудных ситуациях. При этом знание преподавателем полифункциональной сущности рефлексии направляет на поиск критериев и показателей эффективности педагогической деятельности и общения.

Необходимо подчеркнуть, что на основе изучения индивидуально-психологических особенностей человека составляется его психологический портрет, в который обычно включаются следующие компоненты: направленность, ее виды (деловая, личностная,

коммуникативная); интеллектуальность - степень развития и структура интеллекта; эмоциональность - уровень реактивности, тревожности, устойчивости; волевые качества - умение преодолевать трудности, настойчивость в достижении цели; коммуникативность, степень общительности; самооценка (низкая, адекватная, завышенная); работоспособность - уровень самоконтроля, скорость и точность выполняемых операций; способность к групповому взаимодействию, умение разрешать сложные ситуации.

Однозначно, эффективность усилий по формированию культуры позитивного, креативного имиджа будущего специалиста, способна повысить целенаправленная, правильно поставленная работа, в период производственной практики. В процессе этой работы активно формируются лидерские качества будущего специалиста. Следует также отметить, что систематическая педагогическая работа позволяет формировать целостный имидж социально зрелого, общественно активного, профессионально компетентного студента, человека с активной жизненной позицией, богатым духовным миром, позитивной Я-концепцией.

Таким образом, в последние годы в обществе сложилось новое понимание того что возрастает потребность в формировании креативного имиджа студентов, обладающих способностью к перманентному развитию и совершенствованию. На сегодня такая система еще несовершенна. Сказанное обуславливает: наличие потребности в научном исследовании фундаментальных основ создания этой системы; высокую степень актуальности проблемы создания психолого-педагогических условий для формирования креативного имиджа у будущего специалиста. Становится очевидным, что в высшем образовании наиболее актуальным является вопрос синтеза педагогических и психологических концепций, глубокое психологическое осмысление закономерностей учебной деятельности, принципов и методов обучения и управления учебным процессом.

Казахстанские ученые ведут активные поиски по развитию системы образования, сутью которой является создание условий для приобретения студентами «действующих знаний», то есть, знаний, умений, навыков, опыта, компетенций, необходимых в повседневной жизни, в решении реальных проблем современности.

Как известно, для того чтобы целенаправленно формировать имидж будущего специалиста, необходимо осознание высоких целей и задач, миссии высшего учебного заведения. Личное участие каждого преподавателя и студента в общественно значимых мероприятиях вуза способствует самораскрытию личности, ее творческих способностей, формированию креативного имиджа будущего специалиста. Полагаем, что эти тенденции окажут существенное влияние на развитие высшего образования которое будет ориентироваться на становление социально и профессионально активной личности, обладающей высокой акме-креативностью, мобильностью и профессионализмом.

Из вышеизложенного следует, что построение успешной карьеры сегодня не представляется возможным без сформированного креативного имиджа студента как важного компонента профессиональной подготовки востребованного специалиста. Собственно, в этом и будет заключаться смысл личностно ориентированного образовательного процесса, нацеленного на развитие индивидуальной, а следовательно, неповторимой природы каждого студента.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Слостенин В.А. Гуманитарная составляющая модернизации высшего профессионального образования // Модернизация профессиональной подготовки молодежи в системе учреждения образования: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Ч. 1, с.9-22.

2. Маркова А.К. Формирование мотивации учения: Кн. для преподавателя М.: Просвещение , 1990. — 192 с.
3. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Формирование общественного лица фирмы – Маркетинг ,1998.- № 6 с.60-63
4. Деркач А.А. Акмеология: личностное и профессиональное развитие человека. М.: Изд-во РАГС, 2001.-541 с.
5. Оспанова Б.А.Креативная психология :Учебник для вузов. Алматы, 2012.- 420с.