

СТРУКТУРНА, ПРИКЛАДНА ТА МАТЕМАТИЧНА ЛІНГВІСТИКА

УДК 811.161:311.2

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.1.2/02>

Філюк Л. М.

Одеський національний медичний університет

КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ ДЕФІНІЦІЙ ПОНЯТТЯ «ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ»

Поняття «професійний імідж» є одним із активно вживаних у сучасному суспільстві. Його загальне смислове наповнення є інтуїтивно зрозумілим, проте в рамках різних наук робляться децю відмінні акценти. Таким чином, виявлення принципової сутності професійного іміджу залишається важливим науковим завданням, що може бути вирішене за допомогою лінгвістичних методів. Адекватну класифікацію визначень аналізованого поняття можна створити за допомогою кластерного аналізу. Алгоритм дій складається з таких кроків: 1) добір існуючих визначень професійного іміджу з різноманітних наукових та навчально-наукових джерел; 2) виділення основних смислових компонентів у межах дібраних дефініцій; 3) опис визначень як таких, що містять або не містять кожний зі смислових компонентів; 4) здійснення кластерного аналізу дефініцій; 5) опис сформованих кластерів. Для з'ясування особливостей поняття «професійний імідж» методом суцільної вибірки було дібрано та проаналізовано 40 дефініцій, представлених у наукових та навчально-наукових джерелах. В рамках здійсненого аналізу було виділено 10 основних компонентів, що з різних боків характеризують аналізоване поняття: 1) акмеологічний; 2) культурний; 3) соціальний; 4) психологічний; 5) професійний; 6) діяльнісний; 7) аксіологічний; 8) моральний; 9) особистісний; 10) представницький. Проведене дослідження виявило, що найбільш вираженими компонентами у складі дефініцій поняття «професійний імідж» є професійний, діяльнісний та представницький, децю меншою мірою – психологічний, акмеологічний та соціальний. Разом із тим, культурний, аксіологічний, моральний та особистісний компоненти майже не впливають на сприйняття та розуміння професійного іміджу. Кластерний аналіз виявив, що найбільш розповсюдженими є тлумачення, згідно з якими професійний імідж сприймається як соціально орієнтований образ фахівця у певній професійній діяльності, опосередкований його самопрезентацією. На другому місці – визначення, згідно з якими розглянутий феномен є емоційно забарвленим образом фахівця, опосередкованим його самопрезентацією. На третьому місці – тлумачення, у відповідності до яких професійний імідж сприймається просто як образ фахівця у певній професійній діяльності. Найменш розповсюдженими є визначення, згідно з якими аналізоване поняття представляє собою образ особистісно реалізованого фахівця у певній професійній діяльності, опосередкований його самопрезентацією. Проведене дослідження дозволяє наблизитися до розуміння принципової сутності професійного іміджу поза конкретно науковою дисципліною чи сферою діяльності.

Ключові слова: професійний імідж, кластерний аналіз, компонент, дефініція, поняття.

Постановка проблеми. Поняття «професійний імідж» є одним із активно вживаних у сучасному суспільстві. Його загальне смислове наповнення є інтуїтивно зрозумілим, проте в рамках різних наук робляться децю відмінні акценти. Наприклад, педагогіка розглядає професійний імідж в контексті взаємодії вчителя з учнями та колегами, психологія характеризує його в сукупності індивідуально-особистісних рис людини,

культурологія зосереджується на соціокультурних обставинах побутування професійного іміджу. Отже, виявлення принципової сутності професійного іміджу залишається важливим науковим завданням, що може бути вирішене за допомогою лінгвістичних методів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових досліджень, присвячених професійному іміджу, демонструє, що автори зосеред-

жують увагу на різних аспектах цього поняття. Воно розглядається в межах психології (К. С. Гурчяні, Р. Е. Кравець, В. Н. Лугова, Н. В. Савченко, Г. Р. Чернова), іміджології (К. І. Атаманська, М. А. Беляєва, К. А. Дорожинська, О. С. Митцева, Л. М. Семенова), культурології (Ж. М. Алексєєва, В. В. Попова, Л. Г. Попова, А. А. Радугін, Н. В. Шарковська), педагогіки (І. Н. Бойко, В. І. Бондаренко, Л. Волошко, Є. А. Гасаненко, А. В. Демидов) тощо. Разом із тим, єдиного загальноприйнятого визначення професійного іміджу не існує.

Формулювання цілей статті. Багатогранність поняття «професійний імідж» обумовлює необхідність створення теоретично та методологічно обґрунтованої класифікації його визначень. На наш погляд, найбільш адекватну класифікацію визначень аналізованого поняття можна створити за допомогою кластерного аналізу. Алгоритм дій складається з таких кроків: 1) добір існуючих визначень професійного іміджу з різнотипних наукових та навчально-наукових джерел; 2) виділення основних смислових компонентів у межах дібраних дефініцій; 3) опис визначень як таких, що містять або не містять кожний зі смислових компонентів; 4) здійснення кластерного аналізу дефініцій; 5) опис сформованих кластерів.

Виклад основного матеріалу. Для з'ясування особливостей поняття «професійний імідж» методом суцільної вибірки ми дібрали та проаналізували 40 дефініцій, представлених у наукових та навчально-наукових джерелах. Зокрема, були проаналізовані тексти монографій, дисертацій, авторефератів дисертацій, наукових статей, підручників і посібників. В рамках здійсненого аналізу було виділено 10 основних компонентів, що з різних боків характеризують аналізоване поняття. Зокрема, мова йде про акмеологічний, культурний, соціальний, психологічний, професійний, діяльнісний, аксіологічний, моральний, особистісний, представницький.

Акмеологічний компонент у дібраних визначеннях характеризується наступним чином: 1) особистісне самовдосконалення; 2) саморозвиток сучасного фахівця; 3) професійний успіх; 4) досягнення вершин професійної майстерності; 5) майстерне оволодіння професійними компетенціями; 6) самоствердження як фахівця та особистості; 7) самореалізація в кар'єрі; 8) самоактуалізація.

Культурний компонент міститься у таких тезах: 1) культура вербальної та невербальної комунікації; 2) базові культурні характеристики;

3) знання культурологічного характеру; 4) культуротворчі параметри.

Соціальний компонент представлений наступними дефініціями: 1) суспільна значущість; 2) вдала соціальна адаптація; 3) суспільні характеристики; 4) гармонія особистісних рис спеціаліста з професійними вимогами з точки зору соціального оточення; 5) репутаційні вимоги; 6) суспільна роль; 7) узагальнений образ фундаментальних рис представників даної професійної спільноти; 8) соціальні очікування; 9) відповідні соціально-комунікативні параметри; 10) ефективна взаємодія людини з навколишнім світом; 11) соціально прийнятний образ; 12) регулятор суспільних відносин; 13) соціальні очікування; 14) соціальна когнітивна функція; 15) вимоги соціального середовища.

Психологічний компонент характеризується за допомогою таких тез: 1) емоційно-психологічний вплив; 2) емоційні образи; 3) душевні стани учасників трудового процесу; 4) побудова стосунків; 5) психологічна стійкість; 6) система психологічних властивостей; 7) готовність та здатність до прийняття партнера; 8) вплив на емоційно-психологічну сферу реципієнта; 9) емоційно забарвлені образи; 10) психологічні знання; 11) психологічна захищеність; 12) міжособистісні стосунки; 13) психологічний вплив на інших.

Професійний компонент представлений такими дефініціями: 1) досягнення цілей професійної діяльності; 2) професійні знання, уміння та навички; 3) професійна самореалізація; 4) професійно значущі якості; 5) професійна успішність; 6) професійна діяльність; 7) перспективи професійної кар'єри; 8) компетенції та якості, необхідні для конкретної роботи; 9) стан виробничих питань; 10) професійні характеристики; 11) наявність досвіду роботи; 12) виконання професійних функцій; 13) кар'єрне зростання; 14) наявність професійної підготовки; 15) професійні стереотипи; 16) вимоги до професійного середовища; 17) професійне навчання; 18) конкретні професійні деталі.

Діяльнісний компонент визначається таким чином: 1) поведінкові моделі; 2) розширення повноважень; 3) професійні взаємовідносини; 4) практика; 5) послідовність дій; 6) характер дій; 7) формування образу професіонала у свідомості колег; 8) вибір конкретних моделей поведінки; 9) створення реєстрів для конкретних професій; 10) робота над собою в рамках становлення творчої особистості; 11) набір уявлень про те, як має поводитися спеціаліст певного фаху; 12) особис-

тісна презентація або реклама; 13) співвіднесення особистісних та професійних вимог із цільовою групою; 14) досягнення професійних і особистісних цілей; 15) предмет діяльності; 16) професійні життєві показники.

Аксіологічний компонент міститься у наступних тезах: 1) позитивні якості професійного образу; 2) негативні якості професійного образу; 3) ціннісні уявлення, що панують у певному професійному середовищі; 4) підвищення престижності фаху; 5) внутрішні характеристики особистості; 6) аксіологічні компоненти професійної діяльності; 7) особистісні цінності.

Моральний компонент представлений такими дефініціями: 1) моральні характеристики; 2) моральні принципи ділової взаємодії; 3) моральні норми певного соціокультурного середовища.

Особистісний компонент втілюється у таких характеристиках: 1) індивідуально-особистісні якості; 2) форма життєвого прояву фахівця; 3) професійно значущі особистісні якості; 4) конкурентоспроможність; 5) певна особистісна місія; 6) усвідомлення власних можливостей; 7) система поглядів на світ; 8) особистісно-ділові характеристики; 9) образ «Я»; 10) сукупність індивідуально-особистісних характеристик; 11) певні особистісні якості; 12) особисті вміння та навички; 13) життєва компетентність.

Представницький компонент фіксується у наступних дефініціях: 1) сукупність зовнішніх характеристик; 2) цілісний багатогранний образ людини; 3) образ-стереотип; 4) персоніфікований образ професії; 5) загальний облік особи; 6) сприйняття образу фахівця його професійною та соціальною групою; 7) візуальні характеристики особи; 8) враження, яке складає фахівець в інших; 9) емоційне сприйняття образу спеціаліста; 10) уявлення про те, яким має бути облік

людини певної професії; 11) зовнішній вигляд; 12) образ соціально-професійної ролі; 13) мовленнєві риси; 14) образ професійної ролі людини; 15) візуальні характеристики фахівця; 16) образ особи, що ґрунтується на вимогах до певної професії; 17) окремі параметри презентації та самопрезентації; 18) вдала презентація професійних та особистих якостей; 19) статусні характеристики.

Кожне із 40 визначень ми розглянули як таке, що містить або не містить виділені 10 компонентів, після чого здійснили кластерний аналіз. Дослідження виявило, що сукупність дефініцій професійного іміджу може бути розподілена за чотирма кластерами (таблиця 1).

Перший кластер включає 35% визначень поняття «професійний імідж». Об'єднані ним дефініції містять, передусім, соціальний, професійний, діяльнісний та представницький компоненти. Подібні визначення пропонують Л. Волошко, Р. Е. Кравець, В. Н. Лугова, О. С. Митцева, В. В. Попова, Н. О. Прус, Л. І. Серман тощо. Наприклад, Л. Волошко тлумачить професійний імідж як образ суб'єкта-носія, сукупність його візуальних характеристик та поведінкових актів, сформованих у певному професійному середовищі з метою успішної соціальної адаптації та самоактуалізації [3, с. 105]. З точки зору О. С. Митцевої, професійний імідж – багатогранне, міждисциплінарне поняття, суть якого синтезує соціальний образ характеристик представників певної соціально-професійної групи відповідно до очікування суспільства. Водночас він є цілісним, динамічним та інтегративним образом, обумовленим професійною діяльністю суб'єкта, а саме «Місією особистості», позитивною «Я-концепцією», зорієнтованою на «Я-бажане, Ідеальне», що сприяє постійному професійному та особистісному саморозвитку та самовдосконаленню сучасного фахівця. Метою професійного іміджу є досяг-

Таблиця 1

Кластеризація дефініцій поняття «професійний імідж»

Компоненти	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4
акмеологічний	0,214286	0,100000	0,000000	1,000000
культурний	0,071429	0,300000	0,000000	0,000000
соціальний	1,000000	0,600000	0,000000	0,000000
психологічний	0,428571	1,000000	0,333333	0,142857
професійний	0,928571	0,700000	0,888889	1,000000
діяльнісний	0,857143	0,000000	0,777778	0,857143
аксіологічний	0,000000	0,400000	0,222222	0,142857
моральний	0,000000	0,200000	0,111111	0,000000
особистісний	0,357143	0,600000	0,444444	0,428571
представницький	1,000000	0,700000	0,555556	0,714286

нення суб'єктом-прообразом професійних та особистісних цілей щодо забезпечення координації дій, психічних станів учасників трудового процесу [6, с. 196]. Л. І. Серман вважає, що професійний імідж – це багатоаспектний феномен, що виникає в соціальному середовищі та функціонує як регулятор соціальних взаємин; сукупність зовнішніх візуальних характеристик і поведінкових актів, що об'єднує систему професійних знань, умінь і навичок на шляху до досягнення професійного успіху [9, с. 78]. Таким чином, об'єднані першим кластером визначення трактують професійний імідж як соціально орієнтований образ фахівця у певній професійній діяльності, опосередкований його самопрезентацією.

Другий кластер охоплює 25% дефініцій. Зазначені поняття включають, в основному, психологічний, професійний та представницький компоненти. Така точка зору на професійний імідж характерна для М. А. Беляєвої, К. А. Дорожинської, Г. В. Євтушенко, С. А. Маскалянової, І. В. Размолодчикової, Л. М. Семенової, О. А. Фролової тощо. Наприклад, на думку Г. В. Євтушенко, професійний імідж – це емоційний образ, сформований із багатьох формотворчих компонентів, який визначає рольову відповідність особистості фахівця до стандартів та вимог його професії в очах колег і суспільства [4, с. 631]. І. В. Размолодчикова вважає, що це інтегрована якість особистості спеціаліста, що об'єднує в собі систему культурологічних, психологічних, педагогічних знань, умінь і навичок, його особлива здатність до синтезу чарівливості та духовності, що сприяють професійному та особистісному розвитку [8, с. 10]. Можна сказати, що професійний імідж сприймається авторами як емоційно забарвлений образ фахівця, опосередкований його самопрезентацією.

Третій кластер містить 22,5% визначень поняття «професійний імідж». Ці дефініції ґрунтуються переважно на професійному та діяльнісному компонентах. Визначення такого типу пропонують Ж. М. Алексєєва, В. І. Бондаренко, Є. А. Гасаненко, К. С. Гурчіані, Є. Ю. Камішева, С. С. Толмліна, Н. В. Шарковська тощо. Наприклад, Ж. М. Алексєєва розглядає професійний імідж як цілеспрямований образ з метою впливу на емоційно-психологічну сферу «реципієнта» («адресата») для своєї популяризації або реклами [1, с. 13]. В. І. Бондаренко характеризує його як цілісний образ спеціаліста, цілеспрямовано сформований у свідомості колег з метою підвищення професійної взаємодії та спрямований

на підвищення престижності професії [2, с. 33]. С. С. Томліна визначає професійний імідж як поєднання професійних рис, особистісних якостей та зовнішнього вигляду [10, с. 106]. Отже, в цілому представники третього кластеру характеризують професійний імідж як образ фахівця у певній професійній діяльності.

Четвертий кластер включає 17,5% дефініцій. Об'єднані цим кластером поняття включають, перш за все, акмеологічний, професійний, діяльнісний та представницький компоненти. Професійний імідж у такому контексті розглядають К. І. Атаманська, І. Н. Бойко, А. В. Коркішко, І. О. Ніколаєску, А. А. Семенова, Є. А. Цветкова, О. І. Шиман. Наприклад, А. В. Коркішко тлумачить професійний імідж як цілеспрямовано сформований образ, який повністю відповідає специфіці професії, залежить від особистісних і професійних якостей, усвідомлено створюваний із метою досягнення професіоналізму, майстерності та кар'єрного росту з опорою на спеціальну підготовку в закладі освіти та практичний досвід [5, с. 134]. На думку І. О. Ніколаєску, це форма життєвого вияву спеціаліста, за допомогою якої він, активуючи особистісно-ділові якості, професійно та особистісно самоутверджується [7, с. 8]. Таким чином, представники цього кластеру тлумачать професійний імідж як образ особистісно реалізованого фахівця у певній професійній діяльності, опосередкований його самопрезентацією.

Висновки. Проведене дослідження виявило, що найбільш вираженими компонентами у складі дефініцій поняття «професійний імідж» є професійний, діяльнісний та представницький, дещо меншою мірою – психологічний, акмеологічний та соціальний. Разом із тим, культурний, аксіологічний, моральний та особистісний компоненти майже не впливають на сприйняття та розуміння професійного іміджу.

Кластерний аналіз виявив, що найбільш розповсюдженими є тлумачення, згідно з якими професійний імідж сприймається як соціально орієнтований образ фахівця у певній професійній діяльності, опосередкований його самопрезентацією. На другому місці – визначення, згідно з якими розглянутий феномен є емоційно забарвленим образом фахівця, опосередкованим його самопрезентацією. На третьому місці – тлумачення, у відповідності до яких професійний імідж сприймається просто як образ фахівця у певній професійній діяльності. Найменш розповсюдженими є визначення, згідно з якими аналізоване

поняття представляє собою образ особистісно реалізованого фахівця у певній професійній діяльності, опосередкований його самопрезентацією.

Ми вважаємо, що проведенне дослідження дозволяє наблизитися до розуміння принципової сут-

ності професійного іміджу поза конкретною науковою дисципліною чи сферою діяльності. Подальші розробки дозволять уточнити та конкретизувати ступінь значущості кожного з компонентів професійного іміджу для конкретних сфер діяльності.

Список літератури:

1. Алексєєва Ж. М. Образ юриста в сучасній європейській культурі: автореф. дис. канд. юр. наук. Київ, 2008. 20 с.
2. Бондаренко В. І. Критерії, показники та рівні сформованості професійного іміджу майбутніх учителів технології. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2015. Вип. 52. С. 32–39.
3. Волошко Л. Особистісно-професійний імідж майбутніх фахівців соціальної сфери як наукова категорія професійної педагогіки. *Молодь і ринок*. 2016. № 1. С. 103–107.
4. Євтушенко Г. В. Імідж сучасного викладача: сутність та особливості формування. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 11. С. 630–634.
5. Коркішко А. В. Педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх магістрів педагогіки вищої школи: дис. канд. пед. наук. Слов'янськ, 2018. 357 с.
6. Митцева О. С. Професійний імідж фахівця: суть, функції, структура. *Педагогіка та психологія: збірник наукових праць*. 2018. Вип. 59. С. 191–200.
7. Ніколаєску І. О. Розвиток професійного іміджу соціального педагога в післядипломній освіті: автореф. дис. канд. пед. наук. Черкаси, 2011. 23 с.
8. Размолодчикова І. В. Формування професійного іміджу вчителя початкових класів у процесі вивчення фахових дисциплін: автореф. дис. канд. пед. наук. Кіровоград, 2011. 23 с.
9. Серман Л. І. Педагогічні умови формування професійного іміджу у майбутнього вчителя іноземних мов: дис. канд. пед. наук. Київ, 2020. 250 с.
10. Томіліна С. С. Аналіз трактування поняття «професійний імідж» у науковій літературі. *Криворізькій державній педагогічній університет*. 2006. Т. 14. С. 102–107.

Filiuk L. M. CLUSTER ANALYSIS OF DEFINITIONS OF THE CONCEPT “PROFESSIONAL IMAGE”

The concept of “professional image” is one of those actively used in modern society. Its general semantic content is intuitive, but within the framework of different sciences, somewhat different accents are made. Thus, identifying the fundamental essence of the professional image remains an important scientific task that can be solved using linguistic methods. Adequate classification of definitions of the analyzed concept can be created using cluster analysis. The action algorithm consists of the following steps: 1) selection of existing definitions of professional image from various scientific and educational sources; 2) selection of the main semantic components within the selected definitions; 3) description of definitions as containing or not containing each of the semantic components; 4) carrying out a cluster analysis of definitions; 5) description of the formed clusters. In order to find out the specifics of the concept of “professional image”, 40 definitions presented in scientific and educational sources were selected and analyzed using the continuous sampling method. As part of the analysis, 10 main components were identified, which characterize the analyzed concept from different angles: 1) acmeological; 2) cultural; 3) social; 4) psychological; 5) professional; 6) operational; 7) axiological; 8) moral; 9) personal; 10) representative. The conducted research revealed that the most pronounced components in the definitions of the concept of “professional image” are professional, activity and representative, to a lesser extent – psychological, acmeological and social. At the same time, cultural, axiological, moral and personal components have almost no influence on the perception and understanding of the professional image. The cluster analysis revealed that the most widespread are the interpretations according to which the professional image is perceived as a socially oriented image of a specialist in a certain professional activity, mediated by his self-presentation. In second place are definitions according to which the considered phenomenon is an emotionally colored image of a specialist, mediated by his self-presentation. In third place is the interpretation, according to which the professional image is perceived simply as the image of a specialist in a certain professional activity. The least widespread are the definitions according to which the analyzed concept represents an image of a personally realized specialist in a certain professional activity, mediated by his self-presentation. The conducted research allows us to get closer to the understanding of the fundamental essence of the professional image outside a specific scientific discipline or field of activity.

Key words: professional image, cluster analysis, component, definition, concept.