

**Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет  
Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій  
Кафедра психології, політології та соціокультурних технологій**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Н.Д.Світайло

(підпис)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

здобувача ступеня бакалавра **менеджменту соціокультурної діяльності**

Ткаченко Богдани Віталіївни

за темою «Формування менеджером соціокультурної діяльності власного  
іміджу як засобу побудови кар'єри»

(галузі знань **02 Культура і мистецтво спеціальність 028 Менеджмент  
соціокультурної діяльності**)

Науковий керівник

кандидат педагогічних наук, доцент

\_\_\_\_\_ О.В.Купенко

(підпис)

(прізвище, ім'я, по батькові)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Підсумкова оцінка:**

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії \_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

Члени комісії \_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

Члени комісії \_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи здобувача ступеня бакалавра менеджмент соціокультурної діяльності Ткаченко Богдани Віталіївни на тему «Формування менеджером соціокультурної діяльності власного іміджу як засобу побудови кар'єри».

53 сторінки, 33 використаних джерела, 2 додатки.

Ключові слова: імідж, власний імідж.

**Об'єкт дослідження** – власний імідж менеджера соціокультурної діяльності.

**Предмет дослідження** – складові формування менеджером соціокультурної діяльності власного іміджу як засобу побудови кар'єри.

Мета та завдання дослідження полягають в дослідженні складових власного іміджу менеджера соціокультурної діяльності та процес його формування, як засобу побудови кар'єри, розробці рекомендацій щодо формування іміджу як засобу побудови кар'єри для студентів спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності».

**Методи дослідження:** метод термінологічного аналізу, метод експертного інтерв'ю, аналіз результатів експертного інтерв'ю, розроблення рекомендацій.

Установлено, що власний імідж менеджера соціокультурної діяльності впливає на побудову його кар'єри і при формуванні власного іміджу варто враховувати кожну деталь.

На формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності впливають такі особливості: «Я-Концепція», зовнішній вигляд, саморозвиток, вміння спілкуватися, манера поведінки, статусне сприйняття, іміджеві символики, способи спілкування та соціальне оточення.

Формування власного іміджу менеджера соціокультурної діяльності – це складна, копітка та важлива робота, яка спрямована на турботу про власний внутрішній стан, формування життєвих цілей, навичок і налаштувань.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖЕРОМ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВЛАСНОГО ІМІДЖУ ЯК ЗАСОБУ ПОБУДОВИ КАР'ЄРИ</b> .....	6
1.1 Визначення поняття «імідж» та основні складові іміджу професіоналу.....	6
1.2 Процес формування іміджу як засобу побудови кар'єри.....	13
1.3 Імідж менеджера соціокультурної діяльності як засіб побудови кар'єри.....	17
1.4 Етичні засади формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності.....	23
<b>Висновки до розділу I</b> .....	25
<b>РОЗДІЛ II. РОЗРОБЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЯК ЗАСОБУ ПОБУДОВИ КАР'ЄРИ СТУДЕНТАМ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»</b> .....	29
2.1 Експертне опитування щодо формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності.....	29
2.2 Методичні рекомендації щодо формування іміджу як засобу побудови кар'єри для студентами спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності».....	322
<b>Висновки до розділу II</b> .....	35
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	366
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	40
<b>ДОДАТКИ</b> .....	43

## ВСТУП

**Актуальність.** На сьогоднішній день поняття власний імідж висвітлено в наукових працях учених як України, так і світу. Науковці розглядають типологію іміджу та його базові складові як системи; технології створення та управління власним іміджем; методи формування, реалізації, коригування іміджу особистості та організації.

Імідж є важливим у побудові кар'єри та має значний вплив на неї. При створенні власного іміджу потрібно обдумати кожну деталь та кожну дію, адже в подальшому це буде мати певні наслідки. Варто враховувати власні якості та навички і вміти оцінювати їх об'єктивно. Завдяки іміджу формується перше враження, яке надалі важко буде змінити, тому створення іміджу – це складна та довга робота, адже він пливатиме не тільки на людину, а й на компанію.

Дослідження щодо ролі іміджу для побудови кар'єри здійснені в наукових працях Н.Барної, В. Маценко, О. Мельник, та ін.; іміджу і етиці людини присвячені праці Ф. Дейвіс, Н. Статінова, та ін.; науково-методичні підходи до управління власним іміджем розкрито у працях О.Павлова, К. Клецової та ін.

**Мета** – дослідити складові власного іміджу менеджера соціокультурної діяльності та процес його формування як засобу побудови кар'єри, розробити рекомендації щодо формування іміджу як засобу побудови кар'єри для студентів спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності».

### **Завдання:**

- 1) визначити поняття «імідж» та виявити основні складові іміджу професіонала;
- 2) дослідити процес формування іміджу як засобу побудови кар'єри;
- 3) визначити особливості іміджу менеджера соціокультурної діяльності;
- 4) визначити етичні засади формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності;
- 5) провести експертне інтерв'ю менеджерів соціокультурної діяльності щодо формування іміджу;

б) розробити рекомендації щодо формування іміджу як засобу побудови кар'єри студентами спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності».

**База практики** – Культурно-мистецький центр СумДУ.

**Цільова аудиторія** – студенти спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності».

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел, додатків.

## **РОЗДІЛ I. Теоретичні засади формування менеджером соціокультурної діяльності власного іміджу як засобу побудови кар'єри**

### **1.1 Визначення поняття «імідж» та основні складові іміджу професіоналу**

Дослівний переклад поняття «імідж» – «зображення, подоба, уявний образ, уявлення, символ» [18]. Це пов'язує зміст поняття із візуальною стороною сприйняття людини, але в сучасному розумінні поняття імідж набуло ширшого змісту. Так поняття «імідж» в українській мові набуло поширення в двох основних значеннях: як зовні спостережуваний вигляд і як образ-уявлення, репутація. Це підтверджує аналіз як довідкової, так й наукової літератури із досліджуваної проблеми [9].

Н. Макіавеллі в праці «Государ» надав науково-прикладне обґрунтування важливості феномена «іміджу» та довів, що «образ-маска» має дуже важливе значення для державного діяча. Філософи М. Монтень, Ф. Бекон, державний діяч Честерфілд звертали увагу на роль враження, яке справляє людина на інших, його значення для суспільного життя та побудови міжособистісних відносин. Психолог Г. Лебон у книзі «Психологія мас» обґрунтовує особливу роль особистої чарівності для досягнення політичного успіху. Філософ Ф. Ніцше стверджував, що кожний геній носить маску [29, с. 11].

Поняття «імідж» З. Фрейд використовував у 30-ті роки минулого століття, але широкого розповсюдження у науці та практиці воно не отримало. Тільки в 60-ті роки ХХ століття американський економіст К. Болдуінг увів поняття «імідж» у більш широкий діловий обіг [8].

Підґрунтям для становлення сучасної досліджень щодо іміджу стала теорія засновника гуманістичної психології А. Маслоу, який створив ієрархію базових людських потреб. Психолог вважав, що однією з основних потреб людини є потреба у визнанні та самореалізації, оскільки кожна людина, на його думку, прагне реалізувати свої таланти та здібності, проявити себе в суспільстві, бажає здобути високу оцінку своїх позитивних якостей, отримати схвалення власних

дій. Психолог наголошує на тому, що визнання дає можливість поважати самого себе, відчувати свободу, впевненість, а репутація, престиж та повага формують почуття власної значущості, сили, корисності. Таким чином, саме завдяки формуванню позитивного іміджу, що відповідає вимогам та очікуванням соціуму, можна отримати справжнє визнання та досягти професійного успіху [18, с. 14].

Спочатку поняття «імідж» використовувалося в підприємстві та економіці для відображення одного з видів засобів психологічного впливу на споживача, а в рекламі – для диференціації товарів. Згодом, поняття «імідж» почали використовувати для відображення одного з видів засобів формування в свідомості мас певного ставлення до окремих суб'єктів [25, с.196].

У 60-і роки ХХ століття в США з'являється новий напрям у науці з дослідження поняття іміджу особистості та його формування – іміджелогія. Представники цієї галузі починають активно використовувати засоби масової інформації для популяризації політичних та суспільних діячів, акторів, співаків [9, с. 215].

Поняття «імідж» багатозначне, його сутність динамічна, його складові перетворюються, видозмінюються відповідно до змін у самому носії певного іміджу та/або в груповій свідомості. Так, у «Короткому психологічному словнику» під редакцією А. Петровського та М. Ярошевського поняття «імідж» визначається «як образ конкретного об'єкта, що існує в масовій свідомості. Як правило, поняття «імідж» стосується конкретної людини, але може також поширюватися і на певний товар, організацію, професію тощо» [12].

За визначенням фахівця з соціології управління та іміджелогії В. Шепеля: «Імідж – індивідуальна подоба або ореол, що створюється засобами масової інформації, соціальною групою чи власними зусиллями особи для привернення до себе уваги» [31, с. 8].

В. Маценко визначає, що імідж – це людина очима інших, або те, якими людину бачать інші (або образ людини в очах інших людей) [12, с. 5].

О. Перелигіна визначає імідж як «систему соціального програмування духовного життя й поведінки суб'єктів (індивідів і груп) загально-цивілізаційними та ментальними стереотипами й символами групової поведінки, опосередковану потужністю мотивації успіху, еталоном бажаного враження, реалістичними здібностями суб'єкта і ситуацією». Дослідниця підкреслює, що імідж залежить від прийнятих соціальних символів, етalonів та групових очікувань. Імідж є досить мінливим, гнучким та завжди залежить від ситуації [21, с. 84].

Власний імідж – це складна суб'єктивна категорія, в основі якої завжди знаходиться оціночний компонент. Імідж завжди створюється з певною метою та на його формування завжди впливає суспільна думка. «Імідж не є просто бажання подобатися... Він виражає, причому в неявному, «шифрованому» вигляді досвід входження людей у систему соціальних відносин» [9, с. 217].

Американські іміджологи стверджують, що імідж є емоційно забарвленим образом чогось чи когось, який володіє потужними регуляторними властивостями, що може викликати відповідні враження і здійснювати вплив на внутрішній світ людини [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 7].

У «Новітньому психологічному словнику» [22, с. 76] поняттю «імідж» дається таке визначення: «емоційно-забарвлений образ будь-кого або будь-чого, що склався в масовій свідомості та має характер стереотипу». Певний імідж мають політичні діячі, представники різних професій тощо. У «Словнику конфліктолога» поняття «імідж» пропонується розуміти як «стереотипний образ конкретного об'єкта, що існує в масовій свідомості» [1, с. 118].

Е. Пайнс зазначає, що імідж – це «розповідь про себе, символ, котрий без слів говорить про те, де на суспільних сходах ви стоїте, до якого кола професій належите, яким є ваш характер, темперамент, уподобання, ваші фінансові можливості». На думку дослідника, саме імідж акцентує увагу не лише на візуальній картинці, а й надає змогу оцінити соціальне положення людини, внутрішній світ [17, с. 34].



І. Нефедова та О. Власова використовують поняття «власний імідж» і дають йому таке визначення: це прояв внутрішніх відчуттів та власних уявлень про себе із урахуванням стереотипів сприйняття оточуючих людей [14, с. 43]. Імідж повинен приховувати недоліки та підкреслювати достоїнства. Імідж може складатися на основі емоційних ролей, котрі люди грають у житті. І буде змінюватися відповідно до того, яку соціальну або емоційну роль людина грає чи збирається грати в даний момент [14, с. 214].

Власний імідж професіоналу – це не тільки засіб завоювати увагу, але й відповідність тому образу, який він створив для себе.

Узагальнюючи запропоновані визначення науковців отримуємо такі особливості поняття «імідж»:

- імідж – це розповідь про самого себе, яка без зайвих слів говорить про людину;
- імідж – це образ, завдяки якому формується уявлення про людину;
- імідж – це людина, очима інших людей;
- імідж – це емоційно-зabarвлений образ;
- імідж – це відповідність створеному образу.

Імідж є складним, багатогранним утворенням, що розкриває унікальність та неповторність особистості та має свою структуру. Як показує аналіз досліджень, виділяють дві основні групи **складових іміджу**: внутрішні та зовнішні.

Соціолог Д. Ягер зауважує, що власний імідж складається з усієї сукупності рис, зовнішнього вигляду, мови, манери поведінки. На його думку, власний імідж – це мистецтво «керувати враженням». Окрім соціально-психологічних характеристик, науковець вносить до визначення поняття «імідж» зовнішні дані особистості [32, с. 40].

За В. Черпановою, власний імідж складається з двох взаємопов'язаних компонентів: ядра, а іншими словами «Я-концепції», яке є досить статичним, але здатним до змін, та змінного елементу [29, с. 6].

Н. Барна пропонує структуру власного іміджу, у котрій провідні складові розташовані у напрямі від зовнішніх мінливих проявів до внутрішніх стабільних якостей:

- зовнішній вигляд (портретні характеристики): фізичні дані (зріст, вага, фігура), костюм (одяг, взуття), зачіска, манера поведінки та мова, жести, погляд та міміка, особливості голосу, запах;

- іміджеві символи: ім'я, особисті символи (колір, числа, герб, логотип, марка), особиста атрибутика (деталі й ознаки зовнішнього вигляду, що повторюються), символи соціального престижу (гроші, статус у суспільстві, професія, посада тощо);

- соціально-ролеві характеристики: репутація (громадська думка про людину, що ґрунтується на особистих досягненнях), амплуа (соціальна роль, котру виконує людина), легенда (історія життя людини, представлена в іміджі);

- індивідуально-особистісні властивості: професійно-важливі якості, домінуючі індивідуальні характеристики, стиль взаємостосунків із людьми, пропаговані ідеї, базові цінності [3, с. 132].

Детальніше зупинимося на цих компонентах. Одяг відіграє досить вагому роль у формуванні іміджу. Відомо, що зовнішньому вигляду свідомо приділяється набагато більше уваги, ніж іншим складовим іміджу [9, с. 219]. Зазвичай одяг є найважливішою частиною іміджу. Для людини, яка є керівником, важливо, те яке перше враження вона сформує про себе, і тому занадто яскравий та відкритий одяг для неї не підійде. Варто уникати одягу із великою кількістю деталей – кишень, замків, складної форми комірів, блискучих гудзиків – такий одяг буде відволікати увагу від особистості самої людини, від того, що вона говорить та як діє [1, с. 14].

Не менш важливим елементом іміджу для менеджера є зачіска. За допомогою зачіски можна зробити імідж як більш жорстким, так й більш м'яким [18, с. 188].

Голос інколи називають «другим обличчям». Голос може розповісти про менеджера так само багато, як й обличчя. При новому знайомстві перше

враження справляє зовнішній вигляд, однак потім, коли розпочинається розмова, голос стає важливішим. Хоча на практиці у процесі створення іміджу люди про голос пам'ятають не завжди. Голос може розповісти про почуття та те, наскільки розкуто, впевнено професіонал себе почуває під час розмови та в діяльності [27, с. 240].

Не менш значну роль в отриманні цілісного образу відіграють письмове та усне мовлення (вербальний канал) та невербальне спілкування. Письмове мовлення – це передача інформації в паперовому вигляді. Усне мовлення – це спілкування наодинці, виступи, переговори, лекції тощо. Така комунікація враховує інтонацію, гучність та емоційне забарвлення голосу. Невербальне спілкування – це комунікація, яка включає в себе міміку, жести тощо. Саме завдяки цьому людина передає свій внутрішній стан та настрій [28].

Стиль життя, середовище, соціальне оточення, поведінка в суспільстві також мають значний вплив на імідж.

Сформований власний імідж як результат буття в соціумі характеризується динамічністю, гнучкістю, адже здатний до змін в залежності від зовнішніх умов та вимог. Власний імідж є цілісним та суб'єктивним відображенням. При формуванні власного іміджу потрібно продумати кожен його елемент. Імідж створюється поступово як образ-уявлення з метою впливу на емоції, поведінку для формування певного ставлення до його носія.

На думку західних політологів, лише 45% успіху менеджера залежить від того, що саме він говорить, а 55% – від того, яке він справляє враження. Слово, манера, тональність виступу, образний ряд, емоційна забарвленість, почуття міри в одязі – усі ці компоненти значною мірою визначають успіх, формують привабливий імідж менеджера [23].

Отже, власний імідж є цілісним та суб'єктивним відображенням. Імідж створюється поступово як образ-уявлення з метою впливу на емоції, поведінку для формування певного ставлення до його носія. Сформований власний імідж як результат буття у соціумі характеризується динамічністю, гнучкістю, адже

здатний до змін в залежності від зовнішніх умов та вимог, що висуваються до його носія.

На думку дослідників А. Калюжного [8] та Л. Нечипоренко [15] визначальну роль щодо власного іміджу відіграють компоненти «Я-концепції», системи уявлень людини про саму себе, яка є базовою для формування позитивного іміджу. На її основі людина будує своє ставлення до самої себе та свої стосунки з іншими людьми. З огляду на те, що Я-концепція – достатньо складне та багаторівневе утворення, Р. Бернс говорить про реальне «Я», ідеальне «Я» та дзеркальне «Я», що сприяють формуванню цілісного образу [15, с. 123].

С. Єрмакова в свою чергу виділяє такі три основні складові іміджу:

- «Я-образ» – власна думка про себе (де самооцінка виступає як самоповага);
- «Я-реальне» – це те, якою людина є насправді (формується на оцінці, як правило, неусвідомленій і не завжди позитивній);
- «Я-імідж» – «Я-зовнішнє», це те, як людина себе «подає» (такі установки пов'язані з уявленнями індивіда про омріяний образ) [10, с. 45].

Оціночний компонент «Я-концепції» є основною складовою в процесі формування власного іміджу. Зазвичай цей компонент називається самооцінкою, особистісним судженням про власну цінність та відображає ступінь розвитку почуття самоповаги, відчуття власної цінності та позитивного ставлення до всього. «Я-концепція» – динамічне психологічне утворення, розвиток якого залежить від внутрішніх та зовнішніх факторів [8, с. 23].

Людина може мати як позитивний (привабливий), так й негативний імідж. Правильно сформований імідж допомагає викликати в людей позитивне враження, прислухатися до порад і побажань, вести відкритий та цікавий діалог, привернути до себе увагу будь-якого керівника, співробітника, партнера тощо. Без нього вкрай складно просуватися по кар'єрних сходах і займати вищі керівні посади.

Отже, кожен, хто прагне здійснювати успішну професійну кар'єру, повинен подбати про те, як створити собі відповідний імідж. Успішно сформований імідж є чудовим початком нових справ, він впливає як на людину, так і організацію, в якій вона працює. При цьому працювати варто над всіма складовими власного іміджу: «Я-Концепцією», зовнішнім виглядом, манерами поведінки, стилем життя, соціальним оточенням, поведінкою в суспільстві, вмінням спілкуватися.

Важливим моментом є створення іміджу, який буде природним для його носію, й не варто вигадувати імідж, якому буде важко відповідати.

Власний імідж повинен створювати певні позитивні асоціації, бути розрахованим на конкретну аудиторію, враховувати її особливості.

## **1.2 Процес формування іміджу як засобу побудови кар'єри**

Побудова кар'єри включає в себе шість етапів, на кожному з них людина розвивається як професіонал та як особистість:

- попередній етап – людина здобуває середню та вищу освіту, змінює декілька робіт і, можливо, знаходить постійну роботу; відбувається процес самоствердження і людина турбується про власну безпеку існування;
- етап становлення – людина освоює професію та прагне отримувати стабільну заробітну плату, але все ще турбується про безпеку існування та самостверджується;
- етап просування – відбувається ріст по кар'єрних сходах та накопичення практичного досвіду, нових знань та навичок; триває процес самоствердження та починається самовираження людини як професіонала та особистості; з'являється інтерес до чогось нового та інших джерел доходу, продовжується власний розвиток;
- етап збереження характеризується закріпленням результатів, яких людина здобула за час роботи; з'являється зацікавленість в тому, щоб ділитися

своїм досвідом та знаннями з молоддю; процес самовираження вже досяг вершини, але людина продовжує займатися саморозвитком;

– етап завершення – підготовка до пенсії; в цей час люди шукають інші джерела доходів, але їх досі цікавить рівень оплати, адже вони піклуються про власну безпеку та здоров'я.

– пенсійний етап – кар'єра вже завершена, але з'являється можливість, щоб проявити себе в інших видах діяльності; стабілізується повага до себе, продовжується турбота про власну безпеку та здоров'я [13].

Розглянемо наведені етапи кар'єри представлені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Етапи побудови кар'єри [13]

Етапи кар'єри	Потреби досягнення цілей	Моральні потреби	Фізіологічні та матеріальні потреби
Попередній	Включає навчання в школі, отримання середньої та вищої освіти, випробування на різних роботах	Початок самоствердження	Безпека існування
Становлення	Освоєння роботи, розвиток та здобуття навичок, формування кваліфікованого фахівця або керівника	Самоствердження, початок самовираження	Безпека існування та здоров'я, стабільна заробітна плата
Просування	Просування по службових сходах, придбання нових навичок і досвіду, зростання кваліфікації	Зростання самоствердження та досягнення більшої незалежності	Зростання, високий рівень заробітної плати
Збереження	Підвищення власної кваліфікації, навчання молоді	Зростання самовираження	Підвищення рівня оплати праці, інтерес до інших джерел доходу
	Приготування до	Стабілізація	Збереження рівня

Завершення	відходу на пенсію	самовираження	оплати праці і підвищення інтересу до інших джерел доходу
Пенсійний	Заняття новим видом діяльності	Самовираження в новій сфері діяльності, стабілізація поваги	Фінансове становище, турбота про здоров'я

Сучасні дослідження вказують на те, що особистий імідж є важливою складовою для кар'єри:

- 1) імідж впливає на тих, хто приймає рішення в питаннях професійного росту;
- 2) люди довіряють тому, що бачать;
- 3) люди часто приймають рішення на основі першого враження;
- 4) люди діють, свідомо чи несвідомо, в інтересах своєї організації, бо гарно виглядати та впевнено почуватися – це добре для них самих [5, с.34].

Серед шести представлених етапів побудови кар'єри (табл. 1.1) найбільш відповідальним з точки зору формування іміджу є попередній етап. Те, яким чином буде сформовано імідж професіоналу на цьому етапі та яким саме буде цей імідж, впливатиме на всі подальші етапи. Отже зосередимо увагу на попередньому етапі побудови кар'єри та дослідимо, як організувати в цей час формування молодою людиною власного іміджу.

Процес формування іміджу, за І. Кріксуною, має декілька етапів:

- 1) визначення того, що людині потрібно вдосконалити в собі, щоб створити позитивний та привабливий імідж, оцінювання власних можливостей та підготовка до роботи над собою;
- 2) робота над створенням зовнішності; підбір стилю одягу, макіяжу, зачіски робота над власними жестами та мімікою;
- 3) вдосконалення комунікаційних навичок – людина готується до публічних виступів, ведення переговорів, бесід та інших видів професійної комунікації;
- 4) робота над технікою поведінки, вдосконалення культури поведінки, вміння складати перше позитивне враження, тактика дій у конфліктних ситуаціях;

- 5) заняття спортом та здорове харчування для підтримки (покращення) власного здоров'я; оволодіння методам розслаблення, зняття нервового напруження;
- 6) робота над власним професіоналізмом, тобто постійний саморозвиток та вдосконалення навичок, якими володіє людина [10].

Для формування позитивного іміджу та подальшого кар'єрного просування О. Павлова пропонує використовувати такий алгоритм:

- 1) визначити об'єктивні характеристики менеджера;
- 2) виявити певні переваги та очікування аудиторії, котрими, на думку аудиторії, має володіти менеджер;
- 3) вивчення уявлень, що склалися в аудиторії про менеджера;
- 4) сконструювати імідж менеджера, як відповідь на переваги й очікування аудиторії;
- 5) розробити стратегію формування іміджу, тобто реалізувати сконструйовану модель;
- 6) здійснювати контроль за реалізацією плану, вимірювати проміжні результати, коригувати за необхідності як модель, так і стратегії і дії щодо її втілення в життя;
- 7) проводити моніторинг сформованого іміджу, діяльність на його підтримку й за необхідності модернізацію [16].

Зазначимо, що в етапах процесу формування власного іміджу за І. Кріксуною процес розгортається більшою від власного бачення особистістю самої себе. В той час як в алгоритмі, запропонованому О. Павловою, більша увага приділяється очікуванням аудиторії та формування іміджу у відповідності цим очікуванням. Вважаємо за потрібне взяти до уваги обидва підходи, але перевагу віддаємо власному баченню особистості самої себе.

Кожен із перерахованих вище етапів формування іміджу впливає не лише на перше враження про людину, а й про її подальшу роботу. Перед початком формування власного іміджу потрібно детально його обдумати, адже потім



вносити зміни як у власну зовнішність та поведінку, так і у враження інших людей буде не просто. При цьому важливо взяти до уваги, що створити потрібно такий імідж, якому людина буде природньо відповідати і який нескладно буде підтримувати.

Ф. Девіс визначив фактори, які впливають на формування власного іміджу:

- загальні та універсальні – виховання, сформований погляд на самого себе, виражений у самооцінці;
- життєвий досвід, пережитий емоційний стан, що створює певний рівень самоповаги;
- досвід свідомого формування іміджу – уміння правильно оцінювати свої сильні та слабкі сторони, давати об'єктивну самооцінку; прагнення проявити свою індивідуальність та місце серед оточуючих людей [6, с. 26].

Отже у процесі побудови кар'єри, особливо на попередньому етапі цього процесу важливим є формування іміджу професіонала із врахуванням бачення особистістю самої себе, але й приділенням уваги очікуванням оточуючих щодо професіоналу відповідної спеціальності та рівня. При цьому у процесі формування іміджу важливо здійснювати контроль щодо того, наскільки процес відбувається у відповідності до запланованого, коригувати за необхідності як модель власного іміджу, так і процес його формування.

### **1.3 Імідж менеджера соціокультурної діяльності як засіб побудови кар'єри**

Враховуючи наявну різноманітність робочих місць для випускника з дипломом менеджера соціокультурної діяльності та видів культурних індустрій, з одного боку, та недостатню дослідженість особливостей формування іміджу саме менеджера соціокультурної діяльності (СКД), з іншого, в цьому підрозділі ми зосередили увагу на професії продюсера як такої, що відображує особливості менеджменту соціокультурної діяльності.

Продюсер – це ініціатор, фінансист, виробник продукції, який здійснює художній та організаційний контроль, відповідає за дотримання договірних зобов'язань [2, с. 290].

Продюсер має бути творчою особистістю, адже він працює у сфері культури і тому повинен бути фахівцем шоу-бізнесу, роботи з артистами, людьми творчих професій, мати творчий підхід до кожної початої справи. Він повинен бути в курсі новинок, які відбуваються в сучасному світі культури, і вміти їх аналізувати. Зараз на ринку наявна висока конкуренція і завдання кожного продюсера – створити новизну, яка принесе успіх та хороший прибуток.

В такій роботі до обов'язків продюсера входить:

- складання бюджету для проекту;
- підбір творчих кадрів (людина, яка втілить задуманий імідж для артиста, звукорежисер тощо);
- обговорення та встановлення робочого графіку;
- розробка методів рекламування;
- уявлення про те, що може зацікавити глядача у появі нового виконавця на сцені [1, с. 291].

До роботи продюсера входять основні п'ять функцій:

- 1) стратегічна – вміння аналізувати ситуацію та розробляти прогнози, на основі яких формуються цілі, організовується порядок дій та складається бізнес-план;
- 2) адміністративна – контроль над роботою, оцінка результатів;
- 3) експертно-інноваційна – спостерігати за новинками на ринку, оцінювати їх, створення умов для втілення в практику;
- 4) соціально-психологічна – створення в колективі сприятливих умов для роботи, вміння вирішувати конфлікти, формувати стандарти поведінки;
- 5) лідируюча – продюсер повинен знати чіткий результат роботи і розумітися в тому, над чим працює і тому він здійснює контроль над виконанням роботи його членів команди, щоб досягти успіху в справі [27, с. 208].

Також продюсер виступає як фахівець, котрий бере безпосередню участь у виробництві культурної події, проекту, регулює фінансові, адміністративні, технологічні, творчі аспекти діяльності щодо створення й використання аудіовізуального твору. Л. Бентлі, Б. Шерман указують, що «поняття «виготовлювач» (producer) має на увазі наявність особи ..., яка керує процесом створення твору, контролює, організує його» [2, с. 290].

Щодо іміджу продюсера, то багато людей не знають продюсера особисто, але бачить його, наприклад по телебаченню, як він веде себе з оточуючими, що говорить та як спілкується, багато людей знає інтригуючу історію його особистого життя чи професійної діяльності. Тобто продюсер – це доволі відома людина.

Якщо говорити про імідж продюсера, то в першу чергу, звертаємо увагу на одяг. Зовнішній вигляд продюсера не повинен бути занадто яскравим, що буде відволікати увагу, але й занадто в офіційному вигляді з'являтися постійно теж не потрібно, як для творчої особистості це доволі нудний та не цікавий образ. Але навіть якщо з'явитися на публіці в діловому костюмі та додати до нього елемент, який буде привертати увагу – це вже буде вказувати на те, що ми бачимо перед собою доволі творчу людину, з якою хочеться поспілкуватися або просто спостерігати за нею. Разом з тим продюсер може не мати жодних елементів, що привертають увагу в своєю костюмі, натомість його репутація та професійна історія важливі.

Також важливі його манера поведінки та спілкування. Така людина повинна вміти контактувати з різними людьми та знаходити спільну мову.

Голос під час розмови має бути впевненим, завдяки йому людям захочеться спілкуватися з цією особистістю та переконатися в її успіхах.

Не лише зовнішній вигляд має вагомий вплив на імідж продюсера. Звичайно, коли він добре виглядає то і спілкуватися приємно, але ще одним компонентом є професійність. Хороший вигляд це завжди добре і відіграє важливу роль, але лише він не принесе успіх у роботі та кар'єру. Продюсер повинен чітко розуміти все, що він робить і розумітися на цьому. Він повинен

бути максимально зацікавленим у своїй справі та бути професіоналом реалізації будь якого проекту.

Саморозвиток для продюсера є важливим. Напевно, ніхто б не хотів працювати з продюсером, який майже не розуміється в своїй діяльності та не розвивається як особистість. Здатність знаходити інноваційні рішення, мати творчу уяву, розумітися не лише в своїй сфері, а й знатися на роботі звукорежисера, оператора є важливим для роботи в соціокультурній діяльності.

Самооцінка продюсера впливає на його імідж та роботу загалом. Він повинен бути готовим до того, що буде працювати з великою кількістю людей і якісь комплекси та занижена самооцінка будуть мати великий вплив на подальшу співпрацю. Навіть тоді, коли щось не виходить і здається, що у справах не буде успіху, не варто вдаватися до крайнощів та здаватися.

Способи спілкування для продюсера також є важливими при формуванні іміджу, адже він постійно працює з людьми і повинен вміти вести переговори, бесіди тощо. Варто працювати над мімікою та жестами, вони передають настрій та внутрішній стан.

Як для іміджу будь якого професіоналу, так і для іміджу продюсера при створенні власного образу важлива є «Я-концепція». Те, що він уявляє про себе, як оцінює власні можливості та якості, залежить його імідж та робота. Але якості, які цінує в собі продюсер, не завжди подобаються іншим, тому потрібно об'єктивно оцінювати себе і не піднімати власну самооцінку вище своїх здібностей. Низьку самооцінку також потрібно постійно виправляти і працювати над собою. Продюсер повинен знати, що йому варто змінити в собі і вміти змінити це. Для цього варто уявити, яким він хоче бути насправді і чи зможе стати таким і володіти певними якостями.

Також до іміджу віднесемо сприйняття продюсера людьми, які його оточують. Чутки, фото, відео, все це впливає на формування іміджу продюсера. Чутки не мають ніякого офіційного підтвердження, і тому поширювати їх доволі просто. З одного боку, вони можуть відіграти позитивну роль для продюсера, а з іншого негативну. Якщо хтось буде не задоволений співпрацею

з продюсером, або просто це буде конкурент, який захоче шляхом неправдивих чуток його позбутися, то найпростіше буде їх розповсюдження. Це вже матиме значний вплив на подальшу діяльність продюсера і він повинен подолати ці перешкоди. Але ж, з іншого боку, про нього та його діяльність дізнається більше людей. Фото та відео мають також великий вплив на імідж продюсера, тому він повинен завжди знати і розуміти, що і де він робить, особливо на публіці. Але ж не в усіх людей складається хороше враження про продюсера, як би добре та відкрито він себе не поведив, завжди є ті, кому щось не сподобається. Зрозуміло, що навіть в такому випадку люди будуть говорити про нього, хоч і не дуже приємними словами. Для продюсера це буде свого роду піар, яким також потрібно навчитися управляти [27].

У своїй професійній діяльності продюсер має працювати не лише із власним іміджем. Важливою справою для продюсера є робота з артистом або представником іншої творчої професії. Вже почавши співпрацю з тим, кого він продюсує, продюсер повинен мати чітке уявлення про імідж. Тобто продюсер має бути фахівцем з іміджу. Він займається просуванням артиста (представника іншої творчої професії), щоб про того дізналися люди, через телебачення, радіо, соціальні мережі, пресу тощо. Щоб робота була успішною, продюсер ще перед самим її початком уже мав все детально продумати і уявити можливі результати, які його очікують. Саме це є важливою складовою діяльності продюсера, тобто – вміння знайти творчий підхід та мати чіткі цілі та завдання і рішуче їх втілювати у життя. Тобто продюсер – це, з одного боку, менеджер, а з іншого – людина культурної індустрії.

Всі вище перераховані особливості формування іміджу продюсера є дуже важливими, і тому потрібно враховувати кожен деталь при створенні власного образу. Адже це впливатиме вже не тільки на його особистий імідж, а й на кар'єру в цілому.

Систематизуємо компоненти іміджу продюсера, спираючись на з'ясовані нами вище складові іміджу професіоналу (таблиця 1.2).

## Елементи іміджу продюсера

Елементи Іміджу	Імідж продюсера
«Я-концепція»	<ul style="list-style-type: none"> <li>- уявлення про себе, вміння оцінювати власні можливості;</li> <li>- впевненість у власних діях;</li> <li>- наявність лідерських навичок;</li> <li>- мати творчий підхід до вирішення завдань та творчу уяву;</li> </ul>
Зовнішній вигляд	<ul style="list-style-type: none"> <li>- зручний одяг;</li> <li>- костюми з елементами, які привертають увагу (аксесуарами);</li> <li>- макіяж, продюсер може собі дозволити яскраві елементи в ньому;</li> <li>- жести передають емоційний стан, і тому потрібно вміння контролювати себе;</li> <li>- мова завжди повинна бути чіткою та зрозумілою;</li> <li>- міміка, завдяки ній можна передати настрій;</li> </ul>
Вміння спілкуватися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вміння чітко доносити свої думки та вільно і впевнено розмовляти на публіці;</li> <li>- вміння вирішувати конфлікти;</li> </ul>
Манера поведінки	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вміння поводити себе на публіці (варто знати, що краще не говорити на публіці)</li> </ul>
Саморозвиток	<ul style="list-style-type: none"> <li>- постійно розвиватися не лише в своїй діяльності, а й знатися в нюансах іншої роботи, щоб не виникало зайвих проблем;</li> <li>- розвивати в собі управлінські якості та лідера;</li> </ul>
Статусне сприйняття	<ul style="list-style-type: none"> <li>- становище в суспільстві, залежить від досягнень та хорошого іміджу, чим більше успіхів у продюсера, тим краще його сприйматимуть;</li> </ul>
Іміджева символіка	<ul style="list-style-type: none"> <li>- особисті символи: колір (продюсер може постійно застосовувати один і той самий колір в елементі одягу);</li> <li>- професійна історія;</li> </ul>
Способи спілкування	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вміння спілкуватися з людьми, вести переговори, бесіди тощо;</li> <li>- працювати над мімікою та жестами адже вони передають внутрішній стан та настрій</li> </ul>
Соціальне оточення	<ul style="list-style-type: none"> <li>- спілкуватися з людьми, які також мають позитивний імідж та є професіоналами у власній діяльності</li> </ul>

Всі вище перераховані елементи іміджу впливають на побудову кар'єри, тобто на успішне просування в службовій, науковій чи виробничій діяльності, в досягненні слави, більш високого статусу, влади, матеріальних цінностей.

У житті менеджера кар'єру порівнюють не тільки з успішною роботою, але й з життєвими цілями. Кар'єру він створює сам, враховуючи особливості внутрішнього і зовнішнього середовища, реальність, власні цілі, бажання й здібності. Успіх у кар'єрі менеджера можна розглядати не тільки як досягнення цілей, а і як захопленням від своєї роботи та мати жагу до власних справ і при цьому здобувати нові навички, отримувати досвід та здобувати знання у своїй діяльності [23].

Отже, формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності є складним та довгим процесом, який вимагає врахування найменших деталей, адже в подальшому вони будуть впливати на організацію в якій працює менеджер та на його кар'єру.

Отже, ми з'ясували особливості імідж менеджера соціокультурної діяльності, а зокрема продюсера. Особливо важливими для іміджу менеджера соціокультурної діяльності є: «Я-Концепція» (власні уявлення про себе); зовнішній вигляд; вміння спілкуватися; манера поведінки; саморозвиток; статусне сприйняття; іміджева символіка; способи спілкування; соціальне оточення.

#### **1.4 Етичні засади формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності**

При створенні власного іміджу, менеджеру соціокультурної діяльності варто враховувати власні особливості та можливості, адже складно буде відповідати та підтримувати імідж, який людині не притаманний. Люди завжди повинні бачити, що менеджер розуміє свою роботу, і якою б складною вона не була, завжди потрібно виконувати її до кінця і не залишати.

До етичних компонентів іміджу можна віднести:

- чесність;
- порядність;
- повагу до колег та партнерів;
- вірність даному слову;
- здатність ефективно взаємодіяти згідно з діючим законодавством, встановленими правилами, традиціями тощо [24].

Кожен менеджер соціокультурної діяльності повинен бути чесним з своїми колегами, партнерами та клієнтами, від цього залежить робота та відносини в колективі. Менеджеру потрібно завжди поважати людей з якими він працює та прислухатися до їх думок. Завдяки цьому відносини в колективі стануть дружніми, а робота кращою. Люди, які працюють з менеджером будуть завжди зацікавлені у своїй роботі та якісно її виконувати.

Також важливо, щоб менеджер вмів вирішувати конфлікти та знав, як йому поводитися в таких ситуаціях. Він не повинен звинувачувати когось, або не звертати увагу на неприємні суперечки.

У світовій практиці менеджменту є правила, які забороняють певні дії керівників, тому що ті порушують етичні або морально-психологічні вимоги до спілкування. Серед них такі [28]:

- не можна впливати на підлеглих негативною критикою;
- не потрібно шукати винних, краще шукати причини і шляхи подолання недоліків;
- не можна принижувати гідність людини, треба аналізувати її дії;
- не можна висувати претензії до працівника у присутності інших, краще висловлювати їх наодинці;
- не потрібно боятися хвалити підлеглого, тому що успіх окрилює;
- не варто обмежувати самостійність і свободу працівників, потрібно довіряти їм та сприяти розвитку у них ініціативи.

Всіх цих правил повинен дотримуватися кожен менеджер соціокультурної діяльності, адже якщо не поважати своїх колег та клієнтів, не підтримувати їх



та не вислуховувати думку кожного, то налагодженої роботи в колективі та успіху в роботі не буде.

Вдало побудований імідж можна вважати запорукою успіху. Адже ще перед створенням бажаного образу, потрібно детально обдумати кожне рішення та уявити результат наших старань. Тому важлива є кожна деталь та вчинок, який згодом матиме значний вплив на кар'єру. Якщо добре попрацювати над створенням іміджу, то успіх гарантовано, адже як говорять, спочатку ми працюємо над іміджем, а потім він працює на нас і завдяки цьому ми здобуваємо успіх.

Стратегія більшості людей орієнтується на цінності життєвого успіху, кар'єрного росту, сімейного благополуччя й добробуту як такого, згідно котрої надалі виробляється система принципів та цінностей, яка необхідна кожному, бо веде до благополуччя. Імідж менеджера створюється із реально властивих йому характеристик й свідомо наповнюється тими характеристиками, котрі потрібні для посилення значущості [23]. Важливе значення для формування власного іміджу мають власні цілі та їх досягнення, які визначають принципи побудови й шляхи здійснення певних дій, що в майбутньому визначають якість власного іміджу менеджера [12].

Отже, для того щоб бути успішним менеджером СКД потрібно не тільки гарно виглядати зовні і мати позитивний імідж, а й дотримуватися етичних правил та етичних елементів іміджу.

## **Висновки до розділу I**

Проведений аналіз наукових джерел дозволив визначити імідж менеджера соціокультурної діяльності як сукупний суб'єктивний образів, уявлення, що виникає в інших про певну особу на основні її зовнішніх і внутрішніх характеристик та формує певне ставлення до нього. Базою для побудови позитивного іміджу особистості є «Я-концепція» (система уявлень особистості

про саму себе), на основі якої менеджер формує ставлення до себе та будує стосунки з іншими.

Визначено складові іміджу продюсера як представника професії менеджмент соціокультурної діяльності:

- «Я-Концепція» є важливим елементом при формуванні іміджу, адже починається з власних уявлень про себе та власні можливості; варто створити образ, якому легко буде відповідати; щодо «Я-концепції» менеджера соціокультурної діяльності варто підкреслити творчий підхід до роботи.
- зовнішній вигляд – охайний одяг, можна прикрасити аксесуарами, якщо це жінка, то застосовувати не лише звичайний денний макіяж;
- саморозвиток – потрібно постійно працювати над собою та розвиватися як професіонал, лідер, особистість;
- манера поведінки – варто слідувати за власною поведінкою з оточуючими, щоб це не вплинуло на подальшу роботу, а саме потрібно знати, що краще не говорити на публіку;
- способи спілкування – а працювати над мімікою та жестами, вміти чітко висловлювати свої думки, володіти правилами поведінки в конфліктних ситуаціях;
- розумітися не лише в своїй діяльності, а й в роботі звукорежисера, оператора тощо, здатність творчо вирішувати завдання, а також працювати над іміджом артистів та представників інших творчих професій, з якими працює менеджер.

Описані етапи побудови кар'єри, всього їх шість (попередній, становлення, просування, збереження, завершення, пенсійний) на кожному з них менеджер соціокультурної діяльності працює як професіонал та розвивається як особистість. Найважливішим етапом для студентів є попередній, адже на цьому етапі здобувається середня та вища освіта і менеджер соціокультурної діяльності поступово починає створювати власний імідж.

Формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності – це складна, копітка та необхідна робота, націлена на турботу про власний внутрішній зміст, постановку життєвих цілей, формування життєвих навичок і налаштувань. Етапи формування іміджу:

- 1) визначатися, що потрібно вдосконалити в собі, щоб отримати позитивний імідж;
- 2) робота над створенням зовнішнього вигляду;
- 3) вдосконалення комунікаційних навичок;
- 4) робота над технікою поведінки;
- 5) покращення фізичного стану;
- 6) робота над власним професіоналізмом (саморозвиток, вдосконалення власних навичок).

Що стосується очікувань зовнішнього оточення, то тут варто взяти до уваги людей, які оточують. Варто спілкуватися та оточувати себе людьми, які є професіоналами у власній справі та надихають працювати.

На попередньому етапі менеджер СКД вже повинен чітко знати, який імідж він хоче створити для себе і працює над цим. На інших етапах він підтримує власний імідж і поступово займається саморозвитком та самовдосконалюється. На будь-якому етапі він може змінити власний імідж, але повинен пам'ятати, що яким би імідж не був, йому потрібно вміти відповідати.

Для того, щоб кар'єра була успішною і просування по ній супроводжувалося саморозвитком, самореалізацією і самозбереженням, менеджер повинен бути впевненим в своїх цілях та чітко їх досягати. Для нього є важливим, щоб він орієнтувався в тому, що робить і розумів важливість завдань, які потрібно вирішувати.

Отже, розуміння основ формування іміджу та удосконалення дозволяє менеджеру соціокультурної діяльності успішно здійснювати необхідну в професійній діяльності стратегію поведінки, реалізовуватися і розвиватися як особистість. Удосконалення іміджу менеджера СКД вимагає оволодіння

новими знаннями, розвитку різноманітних навичок та умінь, дозволяють ефективно взаємодіяти з колегами, партнерами, клієнтами тощо.

## **РОЗДІЛ II. Розроблення методичних рекомендацій щодо формування іміджу як засобу побудови кар'єри студентами спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності»**

### **2.1 Експертне опитування щодо формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності**

Для того, щоб визначитися, який повинен бути імідж у менеджера соціокультурної діяльності крім проведеного теоретичного аналізу було проведене також експертне інтерв'ю.

Експертне інтерв'ю – це опитування, яке проводиться з експертами певної галузі, в нашому випадку – це соціокультурна діяльність.

Для дослідження було залучено експертів з м. Суми та з смт Липова Долина, всього їх було шість (2 жінки та чоловік з м. Суми та 3 жінки з смт Липова Долина), тобто опитано по три експерти з кожного міста, їх відповіді порівняні для з'ясування того, яким вони уявляють імідж менеджера соціокультурної діяльності та які елементи іміджу є дуже важливими. Повні відповіді кожного експерта наведені у Додатку 1.

Всі три експерти з м. Суми вважають, що «Я-Концепція» впливає на формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності, адже все починається з власних уявлення про самого себе та свої можливості. Впевненість та вміння допоможуть менеджеру подолати всі перешкоди та виконати складні завдання. Зміст «Я-Концепції» повинен включати не лише вище перераховані елементи іміджу, а й прагнення до саморозвитку та постійної роботи над собою і розвитку у своїй діяльності.

Кожен з опитаних експертів вважає, що комунікаційні навички в елементі іміджу менеджера соціокультурної діяльності є найважливішими, адже він працює з людьми і підтримати розмову з кожним, з ким він спілкується є дуже важливим. До елементів іміджу менеджера ще віднесли:

– професійність;

- вміння творчо підходити до вирішення завдань;
- охайний зовнішній вигляд;
- володіння лідерськими якостями;
- досвід в роботі.

Також, на думку експертів, менеджер СКД повинен слідкувати за своїм життям, за яким слідкує медіа, тобто фото та відео на яких є менеджер, які може побачити будь-яка людина. Завжди потрібно підтримувати позитивний імідж і тому варто приділяти увагу власній поведінці на публіці, щоб не виникало ніяких негативних відгуків та чуток. Негативні чутки, фото та відео зможуть надати піар менеджеру, але краще такого уникати. Також, потрібно продумати, що краще не говорити на публіці про особисте життя, особливо якщо є що приховувати, адже це може понести за собою певні наслідки. І тому, важливо підтримувати позитивний імідж, так буде краще і для самого менеджера і для його кар'єри.

Щодо зовнішнього вигляду експерти вважають, що одяг у менеджера повинен бути охайним, зручним та без зайвих деталей. Але не завжди це повинен бути костюм ділового стилю, потрібно дивитись ще по ситуації та темі зустрічі, якщо це зустріч не в офісі, то не обов'язково одягати взуття на підборах (якщо це жінка) та костюм.

Експерти не працювали над власним іміджем цілеспрямовано, але завжди намагаються виглядати охайно та займаються саморозвитком, щоб мати позитивний імідж.

Порада експертів – це постійна праця над собою, не шкодувати власних сил на саморозвиток та знайти себе у даній сфері. Потрібно постійно розвиватися як професіонал, особистість та як лідер. Також важливо спілкуватися з людьми та слідкувати за своїм зовнішнім виглядом.

Слід зазначити, що відповіді експертів міста Суми були доволі близькими за змістом.

Експерти з смт Липова Долина також дали відповіді на отримані запитання і їх відповіді між собою в деяких запитаннях різні, але чітких відмінностей немає.

На їх думку «Я-Концепція» також впливає на імідж менеджера соціокультурної діяльності. Найголовніше – це бути впевненим в собі, адже впевнену людину ніщо не зупине в своїй роботі та житті.

Найважливішим елементом в іміджі вони вважають вміння спілкуватися з людьми та самовдосконалення. Також до елементів іміджу віднесли:

- вихованість;
- професійність;
- досвід роботи;
- зовнішній вигляд.

Щодо чуток, відео та фото про менеджера СКД, експерти відповіли, що це також впливає на формування їх іміджу. Адже, якщо ми не знайомі з менеджером особисто, то саме це розкаже нам про нього. Через медіа в даний час можна стати дуже популярним, і тому варто починати це не з негативного боку і завжди слідкувати за своєю поведінкою та манерою спілкування в публічних місцях.

Зовнішній вигляд, на думку експертів, впливає на імідж менеджера і деякі з них вважають, що це не обов'язково повинен бути костюм ділового стилю, а наприклад, щось більш сучасне і креативне. Але вони і говорять про те, що не варто цим дуже захоплюватися, адже не кожна людина сприйме такий образ.

Деякі з експертів працювали над своїм іміджем цілеспрямовано, адже для них це було важливим. Інші експерти постійно підтримують власний імідж тим, що займаються саморозвитком та стежать за зовнішнім виглядом.

Експерти радять працювати над собою, читати багато книг, розвиватися як особистість та постійно спілкуватися з людьми, адже це допоможе менеджеру в його діяльності та роботі. Потрібно слідкувати за своєю поведінкою та створювати імідж, якому можна відповідати.

Отже, відповіді експертів з м. Суми та з смт Липова Долина багато в чому збігаються, але є і відмінності, які ми зараз опишемо, наприклад, щодо зовнішнього вигляду. Експерт з смт Липова Долина вважає, що вносити креатив в одязі та виглядати більш сучасно можна, адже в сучасному світі все змінюється і необов'язково носити ділові костюми, але ж не потрібно і занадто прикрашати свій одяг, адже не кожен вподобає такий образ.

Також відмінність є у відповіді про фото, відео та чутки. Деякі експерти з м. Суми говорять, що негативні відгуки про менеджера мають і свої плюси, адже це як чорний піар, але краще такого уникати.

Кожен з експертів має великий досвід роботи у соціокультурній діяльності і вже багато років працює, але всі вони постійно працюють над собою, займаються саморозвитком та самовдосконалюються, щоб бути хорошим професіоналом у власній справі.

На підставі проведеного теоретичного аналізу та експертного інтерв'ю метою формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності як засобу побудови кар'єри є створення позитивного іміджу, який буде впливати на подальшу кар'єру менеджера СКД та приносить йому успіх.

Ціль формування іміджу як засобу побудови кар'єри для студентів спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності» – створити імідж, якому буде легко відповідати, адже протягом всієї кар'єри він буде позитивно впливати на неї та компанію.

## **2.2 Методичні рекомендації щодо формування іміджу як засобу побудови кар'єри для студентами спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності»**

За допомогою теоретичного аналізу, а також експертного інтерв'ю ми розробили рекомендації щодо формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності.

Отримані такі рекомендації:



1. На перше місце потрібно віднести «Я-Концепція» (уявлення про себе), адже це дуже впливає на формування іміджу. Все починається з власних думок про самого себе, якщо бути впевненим у своїх діях і знатися в тому, що робити, то все вийде. Позитивне уявлення моделює поведінку людини і вона стає більше впевнена в собі. Людина, яка впевнена в собі уже чітко знає чого вона хоче і її вже нічого не зупинить. Така людина є рішучою і не боїться ризикувати, що є дуже важливим для менеджера соціокультурної діяльності.

2. Ще перед створюванням власного іміджу менеджеру соціокультурної діяльності варто врахувати і медіа, адже це в першу чергу нам дає ознайомитися з людиною, якщо ми її не знаємо особисто та ніколи не бачили. В такий момент фото та відео ознайомлюють нас з незнайомою нам особистістю. Завдяки фото та відео ми зможемо спостерігати за поведінкою та стилем життя людини. Саме тому необхідно слідкувати за своїм спілкуванням та манерою поведінки на публіці. Можливо, потрібно продумати те, що ми не станемо виносити з особистого життя на публіку, щоб це не викликало ніяких масових обговорювань, або чуток. Чутки можуть бути і позитивними, звичайно це краще, адже людям буде приємніше спілкуватися та співпрацювати з менеджером СКД, який має хороші відгуки та репутацію. Негативні чутки вплинуть також як на імідж, так і на кар'єру менеджера СКД, але навіть цьому є маленький плюс, адже якщо будуть постійно обговорювати такого менеджера, то це буде так званий піар з допомогою якого про менеджера буде знати велика кількість людей. Але краще уникати негативних відгуків про себе і слідкувати за собою та манерою поведінки.

3. Способи спілкування також впливають на імідж менеджера СКД. Нам відомо, що існує вербальне та невербальне спілкування. Вербальне спілкування – це письмове та усне мовлення, тому потрібно вміти чітко висловлювати власні думки та доносити їх людям, вміти грамотно розмовляти. Невербальне – це спілкування через міміку, жести, погляд. Потрібно навчитися контролювати всі ці елементи, адже вони передають внутрішній стан та настрій.

4. Кожен менеджер СКД повинен вміти спілкуватися з людьми, адже він перебуває постійно в оточенні колег, клієнтів, партнерів. Постійне спілкування допоможе розвивати в собі комунікаційні навички і так буде краще знаходити спільну мову з оточуючими та мати підхід до кожного, з ким спілкується менеджер. Менеджер СКД повинен вміти вирішувати конфлікти і не звинувачувати нікого в подібних ситуаціях, потрібно вміти вислухати кожного та дійти до спільного рішення.

5. Соціальне оточення менеджера СКД має вплив на його імідж. Люди, з якими він спілкується, повинні мати також позитивний імідж та бути професіоналом у своїй діяльності.

6. Зовнішній вигляд менеджера соціокультурної діяльності повинен відповідати події, темі зустрічі, або ж місцю, де він знаходиться. Якщо це ділова зустріч, або звичайний робочий день у офісі, то повністю підійде діловий костюм. Завжди краще орієнтуватися по ситуації і заздалегідь розуміти, в чому з'явитися до людей. Колеги, клієнти та партнери повинні бачити, що з ними працює менеджер і тому, спортивний костюм для зустрічі з ними точно не підійде. Креативність у зовнішньому вигляді можна застосовувати, особливо в сучасному світі, але не кожен вподобає такі зміни, тому краще віддавати перевагу класичному вигляду, а якщо менеджер СКД – жінка, то це ще і взуття з зручними підборами та легкий денний макіяж. Зачіска також повинна бути охайною і не варто експериментувати з кольором волосся, особливо якщо це яскравий образ, адже не всім це буде до вподоби. Бути завжди в хорошому настрої також є важливою складовою, адже це зацікавить людей у спілкуванні і буде приємно слухати такого менеджера.

7. Постійний саморозвиток сприяє професіоналізму менеджера соціокультурної діяльності. Потрібно розумітися в кожній деталі роботи в соціокультурній сфері. Досвід в роботі та в масштабних проектах значно покращить роботу менеджера. Кожен менеджер СКД повинен провести багато роботи над собою, розвиватися не лише як керівник, а і як особистість. Потрібно багато читати, проходити різноманітні тренінги, відвідувати семінари

та вміти проводити їх самому, адже, чим більше роботи над собою, тим краще для іміджу і кар'єри. Для менеджера СКД повинен бути притаманний креатив, лідерство, самоорганізація, любов до своєї справи, натхнення, він повинен вміти не лише сам навчатися, а й вміти навчати інших, якщо не володіти такими навичками та не працювати над собою, то імідж буде працювати проти менеджера. Потрібно «знайти себе» у цій діяльності і розуміти, чого хочеться насправді.

Отже, дані рекомендації допоможуть майбутнім менеджерам соціокультурної діяльності сформулювати власний імідж правильно. Слід враховувати власні можливості і обдумати кожну деталь перед створенням іміджу.

Для доведення сформульованих рекомендацій до цільової групи було підготовлено серію ілюстрованих рекомендацій щодо формування іміджу для розміщення в соціальних мережах (додаток 2).

## **Висновки до розділу II**

Експертне інтерв'ю допомогло в плануванні процесу формування іміджу менеджером соціокультурної діяльності як засобу побудови кар'єри, написанні рекомендацій студентам спеціальності «Менеджер соціокультурної діяльності». Були опитані експерти з м. Суми та з смт Липова Долина, всі вони працюють в соціокультурній сфері та є керівниками у власній діяльності.

Більшість відповідей різних експертів виявилися схожими, але кожен експерт продемонстрував і власну думку, десь думки збігаються повністю, а десь є різноманітності.

З'ясовано, що «Я-Концепція» має значний вплив на формування іміджу менеджера СКД, адже все починається з власних уявлень про самого себе та уявлень про власні можливості, і тому, щоб уявлення про себе було позитивним, в першу чергу потрібно бути впевненим в собі.

Фото, відео та чутки впливають на побудову іміджу. Необхідно слідкувати за славним стилем життя, манерою поведінки та спілкування на публіці, адже одне не правильне рішення, або дія може вплинути на нашу подальшу роботу та імідж.

Менеджеру СКД потрібно володіти всіма способами спілкування – це покращить його роботу і йому буде краще спілкуватися з людьми.

Соціальне оточення менеджера СКД також впливає на його імідж, адже люди, з якими він спілкується та які його оточують впливають на думку людей, які бачать менеджера СКД з його оточенням.

Кожен менеджер СКД повинен займатися саморозвитком та бути професіоналом. Постійна робота над собою приведе менеджера до успіху і його робота буде кращою. Потрібно вміти спілкуватися з людьми, адже менеджер СКД постійно перебуває в оточенні колег та клієнтів і вміти знайти підхід до кожного з них.

Також варто приділяти увагу зовнішньому вигляду, адже менеджер СКД – це керівник, який працює з людьми і тому, якщо ми з'явимося перед колегами в звичайному одязі ми втратимо вигляд керівника.

Отже, завдяки експертному інтерв'ю нам вдалося скласти рекомендації для студентів спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності».

## **ВИСНОВКИ**

У даній роботі ми з'ясували що таке імідж та власний імідж, визначили основні складові власного іміджу.

Імідж – це образ, завдяки якому у нас створюється уявлення про людину.

Власний імідж є складним, різностороннім утворенням, який показує унікальність особистості та має свою структуру. До складових власного іміджу відноситься: «Я-Концепція»; зовнішній вигляд; манера поведінки; професійність; саморозвиток; вміння та способи спілкування; соціальне оточення.

Власний імідж впливає на побудову кар'єри і тому, перед формуванням іміджу варто враховувати кожен деталь та слідкувати за власними діями і аналізувати наслідки наших дій.

На основі складових власного іміджу ми описали особливості власного іміджу менеджера соціокультурної діяльності, а зокрема виокремлені такі особливості:

- «Я-концепція»;
- зовнішній вигляд;
- вміння спілкуватися;
- манера поведінки;
- саморозвиток;
- статусне сприйняття;
- іміджева символіка;
- способи спілкування;
- соціальне оточення.

Формування власного іміджу менеджера соціокультурної діяльності – це складна, копітка та важлива робота, яка спрямована на турботу про власний внутрішній стан, формування життєвих цілей, навичок і налаштувань.

Описані етапи побудови кар'єри, всього їх шість (попередній, становлення, просування, збереження, завершення, пенсійний) на кожному з них менеджер соціокультурної діяльності працює як професіонал та розвивається як особистість. Найважливішим етапом для студентів є попередній, адже на цьому етапі здобувається середня та вища освіта і менеджер соціокультурної діяльності поступово починає створювати власний імідж.

Розглянули етапи формування іміджу з точки зору власного бачення особисті: 1) визначатися, що потрібно вдосконалити в собі, щоб отримати позитивний імідж; 2) робота над створенням зовнішнього вигляду; 3) вдосконалення комунікаційних навичок; 4) робота над технікою поведінки; 5) покращення фізичного стану; 6) робота над власним професіоналізмом

(саморозвиток, вдосконалення власних навичок). Однак при формуванні іміджу менеджера соціокультурної діяльності потрібно брати до уваги також і очікування оточення, людей, з якими має працювати менеджер.

Менеджер соціокультурної діяльності повинен багато працювати над собою, займатися саморозвитком та самовдосконалюватися. Йому потрібно розвивати лідерські навички, мати творчу уяву, бути креативним та працювати над зовнішнім виглядом.

З'ясовані етичні засади формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності. При формуванні іміджу потрібно враховувати такі етичні складові:

- чесність;
- порядність;
- повагу до колег та партнерів;
- вірність даному слову;
- здатність ефективно взаємодіяти згідно з діючим законодавством, встановленими правилами, традиціями тощо.

Також, ми провели експертне інтерв'ю для того, щоб сформулювати рекомендації, щодо формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності. Кожен експерт дав чітку відповідь на всі запитання і це нам допомогло при написанні рекомендацій. Отже, ми з'ясували, що, на думку експертів, в першу чергу на формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності впливає «Я-Концепція» (уявлення про себе), адже саме від цього залежить імідж і досягнення в кар'єрі.

Кожен менеджер повинен займатися саморозвитком та бути професіоналом у власній справі. Не потрібно шкодувати власних сил, щоб працювати над собою, адже від цього залежить успіх у роботі та в колективі. Колеги повинні бачити в менеджері лідера, і тому потрібно постійно розвивати лідерські якості. Важливо оточувати себе людьми, які мають також позитивний імідж. У менеджера соціокультурної діяльності повинна бути хороша репутація, тому варто слідкувати за власною поведінкою та манерою та

способами спілкування на публіці, адже медіа швидко опрацюють всю інформацію про менеджера СКД, яка їм відома.

Також потрібно постійно слідкувати за власним виглядом і приділяти цьому увагу, слід одягатися охайно та мати привабливий вигляд, не боятися змін, але не потрібно вносити забагато креативу в одязі, не всім це сподобається.

Отримані в ході інтерв'ю відповіді співпадають з висновками теоретичної частини роботи в тому, що «Я-Концепція», зовнішній вигляд, саморозвиток, вміння та способи спілкування, манери поведінки впливають на формування іміджу.

При цьому експертне опитування дало підстави також звернути увагу на власний саморозвиток, ніколи не потрібно зупинятися на досягнутому, а постійно працювати над собою. Також у ході експертного інтерв'ю стало зрозуміло, що стосовно іміджевої символіка важливіше є не якісь атрибути зовнішнього вигляду, а «історія», яку знає широкий загаль про менеджера соціокультурної діяльності.

За підсумками проведеного теоретичного дослідження та експертного інтерв'ю були сформульовані рекомендації щодо формування власного іміджу студентами спеціальності «Менеджмент соціокультурної діяльності».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анцупов А. Я., Шипилов А. И. Словарь конфликтолога: 2-е изд. СПб: Питер, 2006. 528 с.
2. Афанасьєва К. Продюсер в аудіовізуальному бізнесі: правові аспекти діяльності. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2011. № 2. С. 47–53.
3. Барна Н. В. Іміджологія: навч. посібник для дистанційного навчання. Київ: Університет «Україна», 2007. – 217 с.
4. Бозаджиев В.Л. Имидж психолога. М.: Академия естествознания, 2009. 219 с.
5. Гаришина Т. Р. Основы делового имиджа: учеб. пособие. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2010. 64 с.
6. Дэвис Ф. Создай себе имидж. Мн.: Попурри, 1998. – 304 с.
7. Елисеева О.О. Профессиональный имидж психолога-консультанта. Преподаватель XXI век. 2011. ПЯІ.: <https://cyberleninka.ru> [Електронний ресурс]
8. Калюжный А. А. Психология формирования имиджа учителя. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2004. 224 с.
9. Ковальова І. О. Педагогічна іміджологія: сутність, етимологія, шляхи креативного використання у сучасному вищому навчальному закладі. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. Київ. 2011. Вип. 6. С. 213-227.
10. Криксунова И. Создай свой имидж. М.: Изд-во «Лань», 1997. 171 с
11. Крутилин Д.С. Имидж офицера-руководителя современных Вооруженных Сил РФ (социологический анализ): автореферат дис. ... на соискание уч. степени канд. социол. наук: спец. 22.00.08. М., 2011.26 с.
12. Маценко, В. (2005). Технологія іміджу. К.: Главник (Matsenko, V. (2005). Image technology. К.: Hlavnyk).
13. Мельник О. В. Побудова кар'єри : навчально-методичний посібник / О. В. Мельник, О. Л. Морін, Л. А. Гуцан, І. І. Ткачук, О. М. Пархоменко, З. В.



Охріменко, Т. С. Попова, М. В. Лузан; за ред. О. В. Мельника. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2014. – 172 с.

14. Нефедова И., Власова Е. Я и мой имидж. – М., 2004. – 214 с.

15. Нечепоренко Л. С. Твоя доля – в твоїх руках. Харків: ХДУ, 1995. 140с.

16. Павлова О. І. Підвищення ефективності формування іміджу державних службовців. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/conf/2014-3/doc/1/12.pdf>.

17. Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. СПб.: Питер, 2000. 514 с.

18. Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Видавництво Європейського університету, 2004. – 323 с.

19. Панасюк, А. Ю. (1998). Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. М.: Дело (Panasiuk, A. Yu. (1998).

20. Панфилова А.П. Имидж делового человека: учебное пособие / А. П. Панфилова. – СПб. : ИВЭСЭП, Знание, 2007. – 490 с.

21. Перельгина Е. Б. Психология имиджа: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. 223 с.

22. Петровский А. В., Ярошевский М. Г. Психология. Словарь. 2-е изд., испр. и доп. М.: Политиздат, 1990. 380 с.

23. Пшенична Л. Імідж керівника – важлива складова кар’єри управлінця. URL:<https://pedscience.sspu.sumy.ua/wp-content/uploads/2018/11/24.pdf>  
[Електронний ресурс]

24. Статінова Н. П. Етика бізнесу : навч. посібник / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 280 с

25. Семенова Л. М. Генезис и современное состояние проблемы формирования профессионального имиджа. Вестник Томского государственного университета. 2009. № 326. С. 194-199.

26. Сэмпсон, Э. Имиджелогия. – М., 1995. – 40 с.

27. Откидач В. Продюсер як дійова особа шоу-бізнесу, 2011 – с. 208-209.

28. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посібник / Чайка Г. Л. – К. : Знання, 2005.
29. Черепанова В. Н. Курс лекцій по імиджелогії: учеб. пособие. Тюмень: ТюмГНГУ, 2002. Ч. 1. 186 с.
30. Шепель В. М. Имидж. Воспитание школьников. 1997. № 1. С. 40-44
31. Шепель, В. М. (1994). Имиджелогия. Секреты личного обаяния. Москва
32. Шумейко А. П. Формування іміджу офіцера-психолога: методологічно-дослідницький аспект. URL: [http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/4\\_2018/41.pdf](http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/4_2018/41.pdf). [Електронний ресурс]
33. Ягер Джен Деловой протокол: стратегия личного успеха: пер с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 344 с.

## ДОДАТКИ

Додаток А.

Таблиці опитування експертів з м. Суми.

Відповіді експерта №1.

Запитання	Відповідь
Як Ви вважаєте, чи впливає «Я-концепція» (уявлення про себе) на формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності?	Так, впливає
Який, на Вашу думку, зміст «Я-концепції» менеджера соціокультурної діяльності?	Менеджер СКД повинен бути хорошої думки про себе, поважати себе і бути впевненим у власних діях
Назвіть основні на Вашу думку елементи іміджу для менеджера СКД.	В першу чергу це комунікаційні навички, професійність, впевненість
Який вплив мають чутки, фото та відео про менеджера СКД на його імідж?	Позитивні добре вплинуть на імідж та і роботу, але негативних краще уникати, слідкувати за своєю поведінкою, щоб не з'являлися погані відгуки на публіці
Яким Ви уявляєте зовнішній вигляд менеджера СКД?	Охайний одяг, без зайвих деталей.
Як Ви працюєте над власним іміджем?	Завжди намагаюся гарно та впевнено виглядати
Чи створювали Ви власний імідж цілеспрямовано?	Цілеспрямовано імідж не створювався, але поступово формувався сам собою
Скільки років Ви працюєте менеджером?	36 років

Що порекомендували б випускникам «Менеджмент соціокультурної діяльності» щодо формування власного іміджу?	Розумітися в своїй роботі, постійно спілкуватися та підтримувати дружні зв'язки з колегами, партнерами. Займатися саморозвитком, слідкувати за зовнішнім виглядом
---	---

## Відповіді експерта № 2.

Запитання	Відповідь
Як Ви вважаєте, чи впливає «Я-концепція» (уявлення про себе) на формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності?	Звісно, так. «Я-концепція» впливає на формування будь-якого іміджу, а тим паче менеджера соціокультурної діяльності. «Я-концепція» здебільшого зумовлює модель поведінки людини, тому не може не впливати і на формування іміджу.
Який, на Вашу думку, зміст «Я-концепції» менеджера соціокультурної діяльності?	Зміст «Я-концепції» має бути, перш за все, позитивним і включати не тільки зовнішній образ та розуміння своєї значущості для суспільства (у даному випадку - для професійної діяльності), а ще й необхідну самоповагу, прагнення постійного саморозвитку, підвищення своїх професійних якостей та набуття нових компетенцій відповідно до сучасних соціокультурних потреб суспільства.
Назвіть основні на Вашу думку	Зовнішній вигляд, вміння грамотно підтримати бесіду, мати лідерські якості, творчий підхід до вирішення

елементи іміджу для менеджера СКД.	різного роду фахових питань, вміння йти на компроміс, вміти самостійно приймати рішення і брати за них відповідальність.
Який вплив мають чутки, фото та відео про менеджера СКД на його імідж?	Самий прямий, як і на кожну людину. Тому, якщо менеджер СКД прагне мати позитивний імідж, необхідно підтримувати «чистоту у соціальних мережах» (якщо є що приховувати) і не публікувати непристойні або неоднозначні фото; потурбуватися, щоб подробиці приватного життя не потрапляли у загальне поле зору тощо. Але, ситуації бувають різні, іноді «чорний піар» грає, як то кажуть, «на руку» .
Яким Ви уявляєте зовнішній вигляд менеджера СКД?	Зовнішній вигляд менеджера СКД не має бути занадто обмежений якимись «рамками» чи стандартами. Думаю, що все залежить від ситуації та виду діяльності. Допустимий і спортивний стиль, якщо робота зумовлює якісь особливі навантаження або пересування. Головне, щоб вигляд був пристойним. Виключити треба занадто яскравий макіяж (якщо це не сценічний виступ), міні-спідниці (критично коротка довжина) або глибоке декольте тощо. Необхідно завжди бути охайним (з акуратною

	<p>зачіскою, денним макіяжем тощо), у чистому та випрасуваному одязі. Словом, вислів «зустрічають по одязі» повністю відповідає даному питанню, і, якщо Ви хочете, щоб Вас сприймали як начальника (наприклад, у Вас важлива зустріч чи нарада) – вдягайте костюм, краватку, тощо. Якщо знаєте, що сьогодні Вам треба бути у декількох місцях одразу, а особистого транспорту немає – туфлі на шпильці будуть недоречні!</p>
<p>Як Ви працюєте над власним іміджем?</p>	<p>Особливої праці над своїм особистим іміджем я не здійснюю. Просто намагаюся завжди охайно виглядати, бути у гарному настрої, вітатися і посміхатися. Думаю, що один із головних складників іміджу менеджера СКД – це його професіоналізм, тому завжди стараюся гарно виконувати свою роботу, щоб бути прикладом і взірцем для підлеглих, колег, студентів.</p>
<p>Чи створювали Ви власний імідж цілеспрямовано?</p>	<p>Ні, але іноді, коли дуже хочеться піти на роботу у кросівках, все ж таки переборюю себе і вдягаю сукню для підтримки іміджу.</p>
<p>Скільки років Ви працюєте менеджером?</p>	<p>15 років.</p>
	<p>Моя рекомендація – це перш за все</p>

<p>Що порекомендували б випускникам «Менеджмент соціокультурної діяльності» щодо формування власного іміджу?</p>	<p>«ЗНАЙТИ СЕБЕ»! Знайти своє власне місце у професійній діяльності, отримувати задоволення від праці і результатів цієї праці. Соціокультурна діяльність – це сфера, в якій для гарного результату потрібна і самоорганізація, і креативний підхід, і натхнення, і любов до людей, для яких ви працюєте. Якщо вам не подобається ваша діяльність – ваш імідж безсилий! Або, навпаки – ваш імідж буде працювати проти вас, якщо він занадто суперечливий. Відповіді на питання «Що я хочу»? «Ким я себе бачу у СКД»? зумовлять і формування Вашого іміджу. Для формування іміджу завжди необхідно працювати над собою – розвиватися як професіонал, лідер, особистість. За слабкою особистістю не підуть колеги, підлеглі, як за лідером. А менеджменті – кожен має бути лідером на своїй ділянці роботи.</p>
--	---

Відповіді експерта №3.

Запитання	Відповіді
	Так, зрештою кожній людині легше

<p>Як Ви вважаєте, чи впливає «Я-концепція» (уявлення про себе) на формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності?</p>	<p>прийняти вже готову, сформульовану інформацію про об'єкт, ніж самій випрацювати розуміння і ставлення до нього. Тож, якщо ми транслюємо інформацію про себе (імідж), вірогідніше за все, так нас і будуть сприймати. Проте, схилиюсь до думки, що імідж – це більш спрощений і стереотипний вигляд нашої «я-концепції», тобто, не усе, що ми хотіли б про себе сказати, перейде у наш імідж.</p>
<p>Який, на Вашу думку, зміст «Я-концепції» менеджера СКД?</p>	<p>Я думаю, ми усі позиціонуємо себе як професіонала (це стає особливо важливим, оскільки є стереотип, що культура – це не серйозне заняття). Є ще набір характеристик, без яких, фактично, не можна бути менеджером. Це лідерство, тайм-менеджмент, мультизадачність, креативність. Мені особисто імпонує думка, що я «та, хто вирішує проблеми»</p>
<p>Назвіть основні на Вашу думку елементи іміджу для менеджера СКД.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- комунікаційні навички;</li> <li>- досвід, в тому числі досвід масштабних проєктів;</li> <li>- експертність у даній сфері;</li> <li>- креативність;</li> <li>- популярність (своя особисто або через знайомство з «селебріті»)</li> </ul>
	<p>Фото і відео – прямий. В епоху</p>



<p>Який вплив мають чутки, фото та відео про менеджера СКД на його імідж?</p>	<p>інстаграму це обов'язковий інструмент побудови іміджу. А в епоху лінощів, коли аудиторія не хоче читати і думати, візуальний контент – найкращий. Щодо чуток, то тут немає однозначної відповіді. Якщо вони відповідають образу, що вже склався – то вони не шкодять. Якщо вони провокативні – то можуть сприяти популярності (що є чинником іміджу). Лише негативні чутки про менеджера як не-професіонала можуть завдати шкоди.</p>
<p>Яким Ви уявляєте зовнішній вигляд менеджера СКД?</p>	<p>Одяг звичайний, бізнес-кежуал. Потрібно одночасно мати можливість і дати коментар на камеру, і швидко пробігти (за потреби) на іншу локацію. Ну і охайність досі у моді і справляє позитивне враження</p>
<p>Як Ви працюєте над власним іміджем?</p>	<p>Перш за все, не дозволяю собі проводити свої івенти на низькому або середньому рівні якості. Ставлю високу планку і з кожним новим заходом її піднімаю. Ну і звичайно, веду інстаграм-акаунт. Роблячи акцент не на кількості фото, а на відповідності тому враженню, що я хочу справити.</p>
	<p>Підтримувала цілеспрямовано. Розуміла, що періодично потрібно про</p>

<p>Чи створювали Ви власний імідж цілеспрямовано?</p> <p>Скільки років Ви працюєте менеджером?</p>	<p>себе нагадати, щось запостити чи на якійсь прес-конференції виступити. Але не створювала цілеспрямовано. Вихідною точкою були проведені заходи, придумані ідеї, їх реалізація. А вже потім постала необхідність підтримки іміджу</p> <p>17 років</p>
<p>Що порекомендували б випускникам «Менеджмент соціокультурної діяльності» щодо формування власного іміджу?</p>	<p>Не шкодувати сил на створення вражаючого портфоліо проведених заходів, послужного списку. Кількість завжди справляє враження і формує імідж компетентного фахівця. Ну і про вас мають знати. Тож не бійтеся, а навпаки, шукайте можливості коментувати події для ЗМІ, презентувати свої досягнення, фігурувати у описах вами проведених заходів</p>

Таблиці відповідей експертів з смт Липова Долина.

Відповіді експерта № 1.

Запитання	Відповідь
<p>Як Ви вважаєте, чи впливає «Я-концепція» (уявлення про себе) на формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності?</p>	<p>Звичайно впливає. Власні уявлення про самого себе покажуть і результат в роботі і відобразиться на нашому іміджі.</p>

Який, на Вашу думку, зміст «Я-концепції» менеджера соціокультурної діяльності?	Бути впевненим – це допоможе виконувати будь – які професійні функції. Бути професіоналом у власній справі та розумітися в роботі.
Назвіть основні на Вашу думку елементи іміджу для менеджера СКД.	На мою думку – це вихованість, комунікативність, охайний зовнішній вигляд, професійність.
Який вплив мають чутки, фото та відео про менеджера СКД на його імідж?	Потрібно завжди слідкувати за собою і за своєю поведінкою в публічних місцях, адже таку людину будуть постійно обговорювати, одне слово або вчинок і Ви в центрі уваги. Тому, позитивні чутки, фото відео – це хороший вплив, а от негативний буде впливати на всю Вашу діяльність.
Яким Ви уявляєте зовнішній вигляд менеджера СКД?	Діловий костюм, охайна зачіска. Без зайвих деталей, не кожен вподобає креативність у зовнішньому одязі. Якщо це жінка, то денний макіяж та взуття з зручними підборами.
Як Ви працюєте над власним іміджем?	Постійно читаю професійну літературу, відвідую веб-семінари. Завжди намагаюся бути у хорошому настрої на мати охайний вигляд.
Чи створювали Ви власний імідж цілеспрямовано?	Так. Для мене імідж був та залишається невід’ємним у моїй роботі.
Скільки років Ви працюєте менеджером?	10 років

Що порекомендували б випускникам «Менеджмент соціокультурної діяльності» щодо формування власного іміджу?	Займатися саморозвитком, слідкувати за зовнішнім виглядом, манерою поведінки, стилем життя (можливо щось краще не виносити на публіку та приховати). Бути впевненим у власних можливостях та постійно спілкуватися з людьми.
---	--

## Відповіді експерта № 2.

Запитання	Відповіді
Як Ви вважаєте, чи впливає «Я-концепція» (уявлення про себе) на формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності?	Так, впливає
Який, на Вашу думку, зміст «Я-концепції» менеджера соціокультурної діяльності?	Бути зацікавленим у власній діяльності, впевнено виконувати будь-які завдання. Якщо людина впевнена у власних здібностях та знаннях то її нічого не зупине.
Назвіть основні на Вашу думку елементи іміджу для менеджера СКД.	Досвід роботи, природний таланти, зовнішній вигляд, вміння спілкуватися з людьми, постійний саморозвиток.
Який вплив мають чутки, фото та відео про менеджера СКД на його імідж?	Дуже великий. Важливо розуміти свою поведінку і враховувати її наслідки. Адже медіа зараз на першому плані та саме через це, можна стати відомим.
Яким Ви уявляєте зовнішній вигляд менеджера СКД?	Класичний охайний одяг, по сучасному, але стримано. Менеджер

	повинен бути професійно обізнаний та слідкувати за собою.
Як Ви працюєте над власним іміджем?	Слідкую за одягом, макіяжем, зачіскою. Багато читаю та спілкуюся з людьми.
Чи створювали Ви власний імідж цілеспрямовано?	Так, перед кожним виходом на сцену. На роботі постійно в охайному одязі, намагаюся не виходити в спортивному костюмі до колег.
Скільки років Ви працюєте менеджером?	29 років.
Що порекомендували б випускникам «Менеджмент соціокультурної діяльності» щодо формування власного іміджу?	Я б порадила більше читати та займатися саморозвитком, йти в ногу з часом та слідкувати за всіма новинками у соціокультурному середовищі. Багато працювати над собою та намагатися виконувати багато справ самому. Завжди підтримувати зв'язок з знайомими, колегами.

## Відповіді експерта № 3.

Запитання	Відповідь
Як Ви вважаєте, чи впливає «Я-концепція» (уявлення про себе) на формування іміджу менеджера соціокультурної діяльності?	Так, потрібно бути завжди хорошої думки про себе.
Який, на Вашу думку, зміст «Я-	Бути розсудливим, орієнтуватися в

концепції» менеджера соціокультурної діяльності?	будь-якій ситуації, бути впевненим та рішучим.
Назвіть основні на Вашу думку елементи іміджу для менеджера СКД.	Вміти спілкуватися з людьми та вміти навчати їх. Бути розумним та завжди мати свою думку і вміти її правильно висловити. Слідкувати за собою та займатися саморозвитком, вдосконалювати власні навички.
Який вплив мають чутки, фото та відео про менеджера СКД на його імідж?	За допомогою них у нас складається думка про людину, якщо ми раніше її не знали та не бачили. Тому, тут може бути як негативний так і позитивний вплив. Варто завжди слідкувати за власними діями, щоб не було негативних відгуків.
Яким Ви уявляєте зовнішній вигляд менеджера СКД?	Мені подобаються креативні зовнішні вигляди, але це залежить від ситуації і теми зустрічі.
Як Ви працюєте над власним іміджем?	Стараюся підтримувати сучасний діловий вигляд, але завжди дивлюсь по ситуації.
Чи створювали Ви власний імідж цілеспрямовано?	Ні, лише робочі нюанси.
Скільки років Ви працюєте менеджером?	19 років
Що порекомендували б випускникам «Менеджмент соціокультурної діяльності» щодо формування власного іміджу?	Постійно працювати над собою, слідкувати за своєю поведінкою, створити імідж притаманний самому собі. Не жаліти себе, та багато

## Додаток Б.

Приклади соціальної реклами для соціальної мережі студентів спеціальності  
«Менеджмент соціокультурної діяльності»



- Будь впевненим у собі та власних можливостях
- Постійно спілкуйся з людьми та будь активним



- Створи імідж, якому легко буде відповідати
- Слідкуй за зовнішнім виглядом та власною поведінкою
- Оточуй себе людьми, з якими приємно спілкуватися та які є професіоналами у власній діяльності



- Займайся саморозвитком, розвивайся як особистість, професіонал та лідер, щоб бути хорошим керівником для свого колективу



- Роби макіяж, який не буде привертати увагу
- Одягай зручний одяг, який не буде привертати увагу