

у нас застаецца ўсё менш таямніц у паходжанні геаграфічных назваў паселішчаў нашай бацькаўшчыны.

УДК 159.923–057.875

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО СПЕЦИАЛИСТА

Ст. преп. Милашевич Е. П.

УО «Витебский государственный университет им. П.М. Машерова»

*Удачный имидж – это долгосрочный вклад
в профессиональный и личный успех*

Проблема имиджа – это проблема перемен, новых подходов к видению самого себя, и, следовательно, новых идей. Необходимость осуществления изменений своего имиджа сегодня обусловлена целым рядом факторов: преобразованиями, происходящими в общественной жизни нашей страны, успешным европейским опытом формирования имиджа делового человека, изменениями в стиле жизни значительной части общества, усиливающейся потребностью человека добиться успеха и иметь этот успех, ситуацией на рынке труда и конкурсной системе подбора персонала, развитием новых направлений и специализаций, связанных с имиджем: имиджмейкер, стилист, визажист, спичрайтер и другие. Известно, что в 60-е годы американский экономист Болдуинг ввёл в оборот понятие «имидж» и обосновал его необходимость в деловом преуспевании. Впоследствии имидж был взят на вооружение зарождающейся политологией, специалисты которой сделали имиджирование важной составляющей своей работы. В настоящее время имидж стал ходовым товаром у всех, кто занимается предпринимательской, политической, преподавательской или любой другой публичной деятельностью.

Понятие "имидж" (от лат. *imago* – образ, от англ. *image* – образ) получило широкое использование и приложение в самых разных областях знания: социологии, психологии, политологии, антропологии, культурологии. По объёму и содержанию оно стало междисциплинарным, формировалось в категориальном поле многих наук и интерпретировалось в соответствии с их особенностями, целями и задачами. При этом в сознании современного человека все более закрепляется представление об имидже как об определенной ценности. Имидж определяет место человека в структуре общественных, профессиональных и межличностных отношений. По мнению А.П. Панфиловой, имидж есть личное послание миру, зашифрованное на языке символов. Имидж – это публичное «Я» человека. Профессиональный имидж – это представление о человеке как о специалисте или профессионале [1]. Некоторые специалисты считают, что имидж – это искусство очаровывать, которое обусловлено: внешней привлекательностью человека; склонностью к общению и лидерству; лёгкой адаптацией к новым условиям; умением сохранить уверенность в кругу незнакомых людей; терпимостью к инакомыслию; психологической андрогинией. В основе формирования собственного имиджа лежит, прежде всего, работа над собой, над своей внешностью, которая зависит не только от внешних атрибутов, но и от состояния здоровья и работоспособности человека, его настроения и душевного комфорта, от умения управлять собой в стрессовых ситуациях и в условиях профессиональной деятельности.

Имидж как конкретная психологическая продукция, является ценностным стереотипом, установкой и выполняет определённые функции.

Ценностные функции имиджа:

Личностно-возвышающая – благодаря положительному имиджу создаётся облик личности, который подчёркивает её достоинство, визуально опредмечивает её лучшие характеристики и в целом демонстрирует её индивидуальную незаурядность.

Психотерапевтическая – личность, обладающая обаянием, обречена на людское внимание и признание, что пополняет и даже восстанавливает её биоэнергетику. Это та

подъёмная сила, за счёт которой она с меньшими психофизическими затратами добивается жизненного успеха и общается с людьми.

Субъективная – создание выразительного личного облика, который бы располагал людей, умение нравиться людям.

Технологические функции имиджа:

Социальная адаптация – благодаря правильно подобранному имиджу возможно быстрое вхождение в конкретную социальную среду, расположение к себе людей, достижение с ними самых продуктивных дружелюбных контактов.

Высвечивание лучших личностно-деловых характеристик – это значит подчеркнуть свои наиболее привлекательные качества, вызывая у людей доверие, симпатию, обращая внимание на свои профессиональные достоинства.

Сглаживание или сокрытие негативных личностных данных – то есть посредством одежды, причёски, макияжа, великолепных манер поведения отвлечь взгляд от собственных недостатков.

Концентрация внимания людей на себя – люди всегда обращают внимание на того, кто излучает неординарность, доброжелательность, а значит, будут заинтересованы в общении.

Расширение возрастного диапазона общения – человеку не стоит замыкаться в своём возрастном имидже. Визуальное свидетельство современных манер общения и соблюдение тенденций моды – всё это позволит расширить круг контактов и успешно заниматься профессиональной деятельностью в разновозрастных социумах.

Имидж одновременно определяется тремя своими составляющими – носителем, потребителем и особенностями их взаимодействия. Эффективный имидж современного специалиста – это такое представление о человеке в обществе, которое помогает ему успешно решать следующие задачи: достигать самоуважения и внутреннего комфорта; продвигаться вверх по социальной лестнице; улучшать профессиональные результаты. Имидж в условиях жёсткой конкуренции должен отвечать запросам времени и общества.

Формирование имиджа современного специалиста – поэтапный процесс, эффективность создания которого обусловлено рядом условий:

- 1) развитие у специалиста интереса к себе и к миру;
- 2) осознание необходимости формирования позитивного имиджа;
- 3) проявление собственной активности личности при работе над своим имиджем;
- 4) знание требований потребителя к личности и деятельности специалиста;
- 5) выявление начального уровня развития качеств, составляющих позитивный имидж специалиста;
- 6) овладение человеком приемами самопознания и самооценивания, а также навыками самоимиджирования и проектирования индивидуального имиджа;
- 7) соблюдение принципа систематичности при формировании имиджа;
- 8) соблюдение принципа многообразия форм и методов работы по формированию и коррекции имиджа.

Для людей, ориентированных на успех, карьеру (продвижение по службе, на освоение новых видов деятельности), перемены – это стратегия достижения успеха. Для современного человека важно – чего он хочет, как он выглядит, что умеет практически делать, насколько владеет ораторским мастерством и техниками влияния на других, как образован и в какой степени компетентен, инновационен. Для того, чтобы добиться позитивных изменений в себе, чтобы производить впечатление на окружающих и добиваться успеха, необходимо знать, владеть технологиями формирования имиджа, создания положительного имиджа и постоянно учиться.

Комплексные основы восприятия специалиста другими людьми разрабатываются в рамках проблематики профессионального имиджа с помощью имиджологии. Эта сравнительно молодая наука активно изучает различные сферы человеческих взаимодействий в поисках действенных средств их оптимизации.

Процесс создания профессионального имиджа должен быть активным и целенаправленным. Формирование имиджа специалиста необходимо начинать ещё в высшей школе. К сожалению, учебные планы вузов не предусматривают курса по имиджу, в рамках которого демонстрируются технологии и упражнения его формирования. Воспользовавшись ими, будущий специалист мог бы практически что-то предпринять, изменить в себе то, что мешает достижению успехов в условиях конкуренции. На выпускном курсе любой специальности может изучаться курс по имиджированию, что позволило бы каждому студенту выстроить стратегию действий по формированию личностного имиджа для профессионального успеха и развития навыка самоменеджмента и эффективной самопрезентации.

Список использованных источников

1. Панфилова, А. П. Имидж делового человека : учебное пособие / А. П. Панфилова. – Санкт-Петербург : ИВЭСЭП, Знание, 2007.
2. Панасюк, А. Ю. Имидж. Энциклопедический словарь / А. Ю. Панасюк. – Москва : РИПОЛ Классик, 2007.
3. Перельгина, Е. Б. Психология имиджа : учебное пособие / Е. Б. Перельгина. – Москва : Аспект Пресс, 2002.
4. Шепель, В. М. Имиджология : Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – Москва : Культура и спорт, ЮНИТИ, 1994.

УДК 940.1

ИНКВИЗИЦИЯ В СРЕДНЕВЕКОВЬЕ (ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА)

Студ. Пархомчук О.А., студ. Яцук Д.В., доц. Пашкевич Л.Ф.

УО «Витебский государственный технологический университет»

Инквизиция – это церковный трибунал, действовавший во всех католических странах. Само слово «инквизиция» произошло от латинского «inquisitio» – «розыск». Священный трибунал, или «Мировая рука», как иногда называют инквизицию, занимался поиском и судом еретиков – людей, которые отрицали догматы католицизма и колдунов. В Средние Века, когда менталитет большинства населения значительно отличался от современного, ересь считалась более серьезным преступлением, чем политические и уголовные преступления.

Началом инквизиции, или, по крайней мере, инквизиционного судопроизводства, историки считают год 1184-й, когда был издан декрет, предписывающий посылать комиссаров для производства следствия в те местности, где они предполагали наличие еретиков и их «коммун». Эти комиссары и были первыми епископальными инквизиторами. А вот собственно папская инквизиция началась с апостольских легатов, которых папа Иннокентий III послал в Лангедок. Восстание было подавлено с необычайной жестокостью – на костёр отправили 200 человек. Однако ещё до этого аутодафе инквизиция начала действовать с размахом. Так, в Центральной и Северной Франции в 1230-х годах «лютовал» Робер Лебур. В 1235 году в Мон-Сен-Эме он устроил сожжение 183 человек (за что сам в 1239 году был осуждён папой на пожизненное заключение).

Именно в XIII веке создаются постоянные трибуналы инквизиции, а самим расследованием и преследованием еретиков занимаются доминиканцы и францисканцы.

В 1233 г. папа Григорий IX подписал две буллы. Первая из них была обращена к епископам с «просьбой» передать полномочия по преследованию ереси провинциальным учреждениям ордена Св. Доминика, но из «уважения и любви к Святому Престолу» оказывать им всяческое содействие в выполнении этой задачи. Вторая булла обращается к провинциальным «приорам и братьям ордена проповедников, инквизиторам» с прямым указанием приступить к розыску, испытанию и наказанию еретиков, «призывая на помощь