

## **ИМИДЖ СОЦИАЛЬНОГО ПЕДАГОГА И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЕГО ФОРМИРОВАНИЕ**



**Ракова Наталья Андреевна,**  
*заведующий кафедрой педагогики  
ВГУ имени П.М. Машерова,  
кандидат педагогических наук, доцент*



**Долгая Марина Викторовна,**  
*магистрант кафедры педагогики  
ВГУ имени П.М. Машерова*

### **СОЦИАЛЬНЫЙ ПЕДАГОГ – СПЕЦИАЛИСТ С ОПРЕДЕЛЕННЫМ ИМИДЖЕМ**

*В статье актуализирована проблема имиджа социального педагога, раскрыто содержание понятия «имидж социального педагога», рассмотрены структурные компоненты имиджа специалиста, показана значимость его целенаправленного формирования, охарактеризованы основные факторы, оказывающие влияние на данный процесс.*

**Введение.** Одним из основных направлений деятельности школы как одного из главных социальных институтов является решение проблемы подготовки учащихся к эффективному процессу социализации в обществе. Вместе с тем изучение психологической и социально-педагогической литературы, опыта работы общеобразовательной школы показывает, что в современном учебно-воспитательном процессе данная задача не имеет достаточно эффективного решения. Максимальное количество конфликтов, формирование привычек асоциального характера, проявление агрессивного поведения и ряд других проблем происходит именно в образовательной среде. Их разрешение возможно при оказании своевременной помощи квалифицированных специалистов, одним из которых и выступает социальный педагог учреждения образования.

Оказание детям комплексной помощи в саморазвитии и самореализации в процессе социализации, защита ребенка в его жизненном пространстве, создание условий для психологического комфорта и безопасности ребенка, удовлетворение его потребностей с помощью комплексных механизмов предупреждения и преодоления негативных явлений в семье, школе, ближайшем окружении и других социумах, создание благоприятных условий для развития личности ребенка (физического, социального, духовно-нравственного, интеллектуального) – все это является целью деятельности социального педагога.

В связи с выполнением такого рода профессиональной деятельности, которая видится социально важной для школы, образования и общества в целом, социальный педагог должен быть

специалистом, который обладает высоким уровнем знаний, сформированной педагогической культурой, развитой системой психологических и социальных компетенций, который стремится к постоянному самосовершенствованию и, следовательно, имеет определенный имидж.

**Основная часть.** В современной научной литературе существует большое количество определений понятия «имидж». На наш взгляд, наиболее подходящим является определение, предложенное социологом А.С. Шанатуловой: «Имидж – это некий синтетический образ, который складывается в сознании людей в отношении конкретного лица, организации или иного социального объекта, содержит в себе значительный объем эмоционально окрашенной информации об объекте восприятия и побуждает к определенному социальному поведению» [1, с. 40].

В представлениях учащихся, родителей и коллег социальный педагог с позитивным профессиональным имиджем выглядит успешным, лично и социально значимым человеком и квалифицированным профессионалом. Именно благоприятный профессиональный имидж помогает выстраивать социально адекватные профессиональные отношения, что является основой успешной социально-педагогической деятельности. Педагог Н.А. Глузман «профессиональный имидж» определяет как сложный социально-психологический и педагогический феномен, предусматривающий создание образа конкретной профессии, формирование общего впечатления о специалисте, которое производится на окружающих посредством восприятия его лично-профессиональных качеств, манеры говорения и поведения, а также внешнего вида [2].

В современных условиях субъект-субъектного подхода к процессу образования социальный педагог действует в рамках двусторонней коммуникации, в интерактивном режиме, а потому уже не может быть простым поставщиком имиджа, его имидж будет являться результатом процесса взаимодействия. Работа над своим имиджем – это своего рода профессиональное требование к работникам педагогической сферы.

Под имиджем социального педагога понимается сумма позитивных образов работника, который имеет высокий уровень педагогической культуры, психологических и социальных компетенций, стремится к личностному и профессиональному самосовершенствованию, является в представлениях воспитанников, их родителей, своих коллег и общественности успешным, социально и лично важным человеком и квалифицированным специалистом [3, с. 56].

Педагог С.А. Маскалянова понимает имидж социального педагога как систему образов, при-

званных оправдать ожидания клиентов. В каждом конкретном случае образ социального педагога имеет свою специфику и подстраивается под конкретную ситуацию, то есть профессиональный имидж социального педагога выступает как непостоянная, переменная категория, имеющая свои особенности в определенных условиях [4].

Для лучшего понимания сущности имиджа социального педагога необходимо рассмотреть его структурные компоненты.

Имидж социального педагога имеет достаточно сложную структуру и может состоять из следующих элементов:

1. Габитарный имидж, представляющий собой образ человека, который выстраивается на базе имиджформирующей информации о его внешнем виде.

2. Овеществленный имидж, под которым понимается образ специалиста, основанный на тех услугах, которые он предоставляет.

3. Средовой имидж – образ, который создается на основе восприятия и оценки среды его обитания (кабинет, рабочий стол, порядок в документации).

4. Вербальный имидж, связанный с образом, формирующимся на основе использования им вербальных и паравербальных средств (мимика, жесты, интонация).

5. Кинетический имидж – образ человека, возникающий на основе его кинетики (т.е. характерных для него движений или положения в пространстве) [5].

Н.А. Глузман при определении структуры имиджа социального педагога выделяет следующие компоненты [3]:

– личностный (состоит из «Я-концепции» и самооценки, мотивов, ценностей личности, ее мировоззрения, темперамента и характера);

– компетентностный (компетентность как высокая степень профессионализма включает педагогические способности, комплексные знания, умения и навыки, профессиональные качества и самосовершенствование);

– коммуникативный (заключается в культуре вербального и невербального общения, что предполагает соблюдение культуры речи, этикета общения, владение основами ораторского искусства и культурой письменной речи);

– поведенческий (подразумевает высокий уровень культуры поведения и следование нормам этикета);

– визуальный (связан с гармонизацией внутреннего содержания и внешнего вида: быть приятным внешне, уметь презентовать себя, владеть искусством самовыражения, создавать позитивное впечатление о себе; к слагаемым этого компонента относятся: конституция и габитус (телосложение, рост, осанка, походка, выраже-

## ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЛИЧНОСТНОЕ РАЗВИТИЕ ПЕДАГОГА

ние лица); средства, преобразующие естественное телосложение (одежда, обувь, прическа, макияж, аксессуары), и личные атрибуты, повторяющие детали в образе социального педагога (его индивидуальный стиль).

В научной социально-педагогической литературе вопрос структуры профессионального имиджа социального педагога в полной мере не изучен. Поэтому на основе анализа последних исследований и публикаций, в которых раскрылись определенные аспекты этой проблемы,

изучения подходов к рассмотрению структуры имиджа педагога и социального работника, мы постарались наиболее полно отразить все компоненты имиджа социального педагога. Поскольку имидж представляет собой целый комплекс качеств личности и способов самовыражения, для удобства мы взяли за основу разделение имиджа на четыре ключевых компонента: информационно-семиотический, личностно-ресурсный, профессионально-гностический, ситуативно-интерактивный (схема).

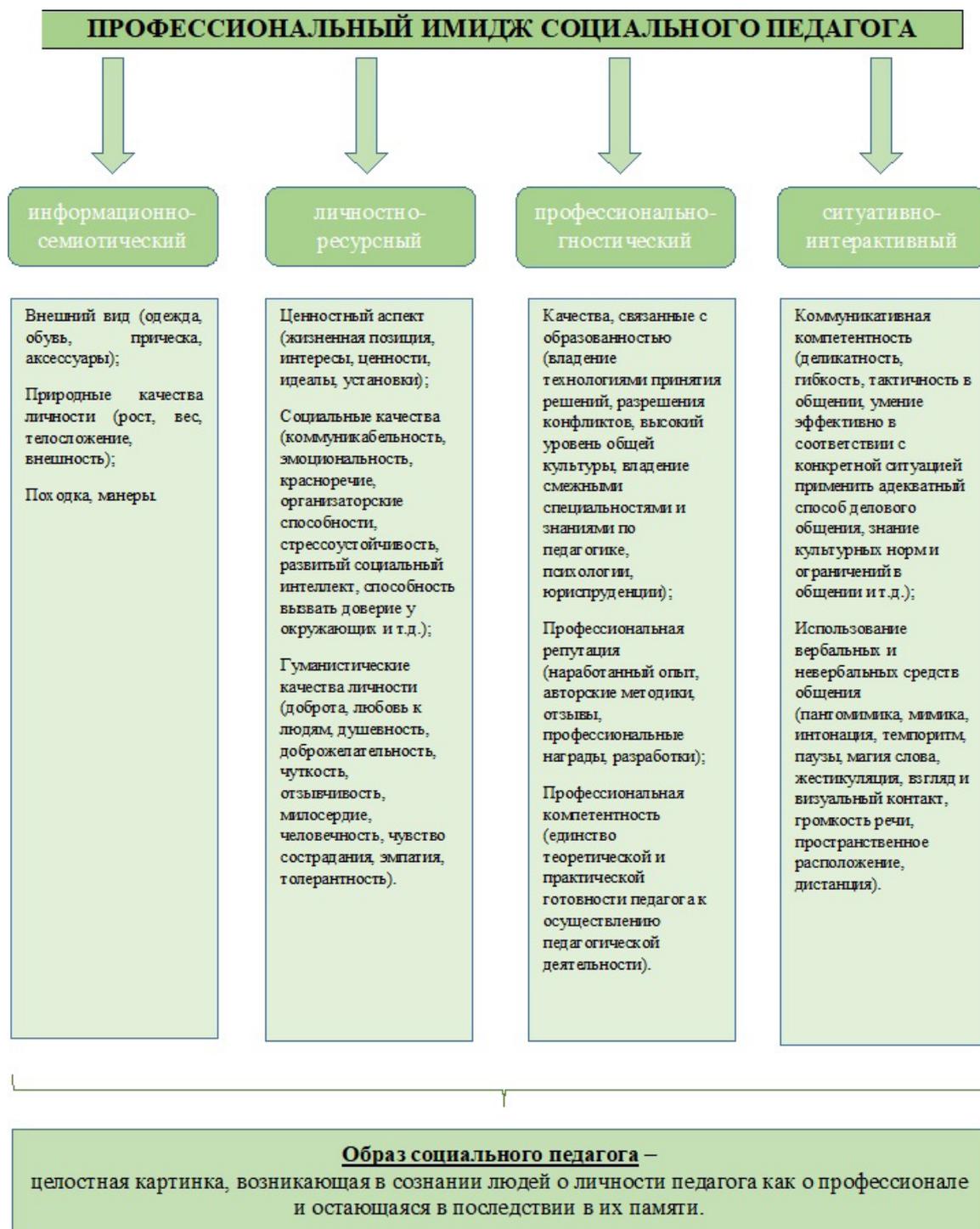


Схема – Структура имиджа социального педагога

Процесс формирования имиджа социального педагога является достаточно сложным и продолжительным по времени. Для создания позитивного имиджа социального педагога необходимо учитывать целый ряд факторов, которые могут прямо или косвенно влиять. Изучив научную социально-педагогическую литературу, нам не удалось найти готового перечня факторов, влияющих на формирование имиджа, в том числе имиджа социального педагога. Проработав ряд статей, посвященных профессиональному имиджу, имиджу социального работника и социального педагога, рассмотрев основную литературу по социальной работе и социальной педагогике, нам удалось определить перечень факторов, которые могут оказать влияние на формирование имиджа социального педагога.

Специалист в области управления Р.А. Депенян подчеркивает связь имиджа организации и имиджа ее персонала. Имидж организации включает в себя историю, ценности и традиции организации, правила поведения, выработанные механизмы давления – все это в значительной мере влияет на профессиональную деятельность сотрудников и формирование оценочных суждений в их адрес, что в свою очередь воздействует на формирование имиджа каждого специалиста. Стоит отметить, что в случае высокого совпадения или сходства ценностей, традиций, норм и правил организации и персонала у последнего формируется чувство общности по отношению к самой организации, ее руководству, другим сотрудникам, к осуществляемой деятельности в целом. В противоположной ситуации у педагога-сотрудника возникают чувства отчужденности, непонимания, неодобрения и даже возмущения, в связи с этим суммированный имидж организации падает, порождая снижение профессионального имиджа персонала, в том числе и социального педагога [6].

Психолог О.И. Пантюшина имидж педагога определяет как один из компонентов имиджа образовательного учреждения [7]. Таким образом, имидж учреждения образования и имидж социального педагога взаимосвязаны между собой. Учитывая, что именно педагог осуществляет связь с учащимися и родителями, с другими заинтересованными организациями и учреждениями и является «лицом» всей организации, по которому будут судить о всем персонале учреждения образования, именно его имидж будет оказывать решающее воздействие на имидж организации в целом. И наоборот, имидж образовательного учреждения может негативно влиять на имидж конкретного педагога, если само учреждение является непривлекательным, то и специалисты, работающие в нем, автоматически становятся такими.

Ю.Р. Вишневский, рассматривая профессиональный имидж в социальной работе, уделяет значительное внимание специфическим требованиям в сфере профессиональной деятельности специалистов данной области, которые присущи и профессии «социальный педагог». Определенные правила поведения, профессиональные нормы, ценности, квалификационные требования, представленные в правовых документах и профессиональном этическом кодексе социального педагога, приоритеты, традиции и ритуалы, сложившиеся в профессиональной деятельности, могут существенным образом повлиять на особенности формирования и структуру профессионального имиджа социального педагога, так как они предъявляют конкретный набор требований к специалисту данной сферы, в том числе к его имиджу. Специалисту, желающему добиться позитивного имиджа, необходимо соответствовать всем этим требованиям [8]. В любой профессии есть свой так называемый «имидж-стандарт» – то, каким должен быть ее идеальный представитель. Если же говорить о социально-педагогической деятельности, то это деятельность, которая предъявляет к ее носителям особые требования. Эти требования касаются как уровня профессиональной компетентности, личностных качеств, культуры, манеры поведения, так и внешнего вида специалиста [3, с. 132]. По мнению Ю.А. Агаевой, О.В. Баркуновой, Л.А. Галкиной, М.В. Дудкиной, Е.В. Кузнецова, Н.В. Курилович, А.Ю. Прокопенко, Н.А. Рачковской, Т.В. Третьяковой и др., личность социального педагога должна в идеале представлять собой образец лидера-наставника современного поколения, который обладает не только профессиональной компетентностью, но и высокой степенью ответственности, потребностью в максимальной самореализации, гибкостью в выборе стратегий при исполнении своих трудовых функций [3].

Знания и опыт, приобретенные в процессе учебы и профессиональной деятельности, отражающие реальные ресурсы, которыми специалист обладает на сегодняшний день, как один из факторов профессионализма и позитивного имиджа социального работника определяет российский ученый в области социальной политики и социальной работы Е.И. Холостова [9]. К примеру, широта знаний подразумевает, что специалист владеет знаниями, находящимися вне поля основной деятельности и выходящими за рамки профессиональной компетенции. Важно быть не только хорошим специалистом в своем деле, но и способным поддержать беседу на темы, не связанные непосредственно с профессиональной деятельностью.

Политолог В.Г. Гареева считает, что понятия «имидж» и «репутация» тесно связаны меж-

ду собой, оказывают влияние друг на друга, но при этом не являются тождественными [10]. В словаре по этике под редакцией И. Кона под репутацией понимается «сложившееся у окружающих мнение о нравственном облике того или иного человека (коллектива), основанное на его предшествующем поведении и выражающееся в признании его заслуг, авторитета, в том, чего от него ожидают в дальнейшем, какая мера ответственности на него возлагается и как оцениваются его поступки» [11, с. 284]. Ключевыми словами в определении имиджа являются «образ» и «портрет», а репутации – «оценка» и «мнение». Имидж в большей степени связан с эмоциональным восприятием и может складываться без непосредственного взаимодействия с ним. А вот репутация формируется на основе знаний и оценок, то есть предполагается рациональный, аналитический подход, который чаще всего подкреплен опытом взаимодействия. Репутация в большей мере, чем имидж, определяет принятие решения («за» или «против») целевой аудиторией по вопросу сотрудничества. Таким образом, имидж влияет на эмоциональную сферу, а репутация – на рациональные факторы принятия решения. И какой бы замечательный и привлекательный имидж ни был у социального педагога, только на основе деловой репутации клиенты (учащиеся, родители, педагоги, администрация) принимают решение о взаимодействии с ним. Имидж позволяет визуализировать репутацию. Итак, удачный имидж, ярко и правдиво отражающий реальные достоинства социального педагога, становится неотъемлемой частью деловой репутации, вносит свою лепту в профессиональную деятельность. Работать над имиджем следует не менее тщательно, чем над репутацией, поскольку поддержание образа успешного специалиста способствует укреплению его деловой репутации.

Одним из компонентов имиджа социального педагога выступает профессиональная компетентность, которая в свою очередь выражается в уровне обслуживания клиентов и эффективности работы социального педагога, что, в свою очередь, и будет являться факторами формирования имиджа социального педагога. Известный практический психолог и педагог Р.В. Овчарова предлагает следующие критерии эффективности профессиональной деятельности социального педагога [12]:

- соответствие достигнутого результата поставленной социально-педагогической цели;
- активность организованной системы действия;
- уровень изменений в объекте воздействия (глубина решения проблем клиента, его успешность);

– адекватность затраченных сил и результатов профессиональной деятельности;

– схожесть идеальных и реальных достижений;

– уровень овладения профессиональной деятельностью;

– удовлетворенность специалиста проделанной работой;

– удовлетворенность клиентов общением с социальным педагогом;

– соответствие объективных и субъективных оценок деятельности социального педагога.

Специалист в области педагогики Н.А. Глуман уделяет большое внимание готовности социального педагога к профессиональному росту и самосовершенствованию. Готовность социального педагога к профессиональному самосовершенствованию предполагает готовность к совершенствованию своего имиджа. Профессиональный рост социального педагога является динамичным, непрерывным процессом развития его личностного потенциала и возможностей, основанных на внутренней потребности в образовании; процессом совершенствования личности: общекультурных и профессиональных знаний, системы интеллектуальных и практических умений и навыков, опыта творческой деятельности, развитых личностных и профессионально значимых качеств. Положительная динамика уровня сформированности профессиональной компетентности является результатом положительного изменения уровня профессионального роста. Под профессиональной компетентностью автор понимает интегративное личностное образование, включающее динамическую систему знаний, умений и качеств и влияющее на эффективность профессиональной деятельности, ориентированной на постоянное систематическое самоусовершенствование. Установлено, что профессиональный рост специалиста характеризуется возможностью интенсивного развития его личности, стремлением достигать конкретных целей профессиональной деятельности, что, в свою очередь, дает возможность сформировать позитивный профессиональный имидж социальному педагогу [13]. Самоусовершенствование является определенного рода основой формирования профессионального имиджа, его постоянной коррекции, согласования с окружающими социальной и профессиональной средами.

Также к факторам формирования имиджа социального педагога автор относит характер и темперамент специалиста. Так, определенное сочетание свойств темперамента, проявляющееся в познавательных процессах, поведении и действиях, общении человека, характерологические особенности личности диктуют ее индивидуальный стиль деятельности, а значит, влияют

на формирование неповторимого имиджа [3]. Характер – это совокупность устойчивых черт личности, определяющих отношение человека к людям, к выполняемой работе. Характер проявляется в деятельности и общении и включает в себя то, что придает поведению человека специфический, свойственный ему оттенок [14]. Характер, как и темперамент, имеет зависимость от физиологических особенностей человека, прежде всего от типа нервной системы, но является прижизненным приобретением, которое включено в систему социальных отношений, в совместную деятельность и общение с людьми. Характер является отражением жизненной направленности личности, которая определяет духовные и материальные потребности, интересы, цели, убеждения, идеалы, жизненные планы и степень жизненной активности [15]. Все перечисленные компоненты находят отражение в ценностном аспекте имиджа.

В системе характера личности можно выделить некоторые ведущие свойства. В первую очередь к ним относятся волевые качества (решительность, настойчивость, мужество и самообладание), которые определяют стиль поведения и способы решения профессиональных задач. Характер во многом обуславливает поведение и, в некоторой степени, внешность и внешний вид. Основой характера человека является воля как способность человека совершать сознательные действия, требующие преодоления внешних и внутренних препятствий и барьеров. В отдельности волевые качества можно рассматривать как самостоятельный фактор формирования профессионального имиджа. Все перечисленные качества и характеристики не дадут желаемого результата, если человек не примет решения и не совершит практических шагов, направленных на создание или коррекцию имиджа [16]. Волевые качества находят отражение в умении справляться с внутренними и внешними трудностями при совершении целенаправленной деятельности, помогают преодолеть существующие барьеры в формировании имиджа, которых может быть довольно много, начиная от банальной лени до недостаточного уровня знаний, навыков, способностей, для развития которых необходимо большое количество времени и осознанных волевых усилий. Среди волевых качеств, важных в процессе создания имиджа, одним из первых нужно назвать решительность как умение принимать обоснованные решения и быстро (настолько, насколько это возможно технологически) реализовывать их в жизнь. Среди волевых качеств, необходимых в любом виде деятельности, и в том числе связанной с созданием имиджа, можно выделить также целеустремленность, под которой понимается сознательная и активная

направленность личности на желаемый результат деятельности. Еще одним качеством является инициативность, которая, как правило, обусловлена способностью человека генерировать новые идеи, создавать планы и т.д. Очень важна в процессе работы над имиджем самостоятельность, предполагающая минимальную внешнюю стимуляцию, способность противостоять влияниям различных внешних факторов и действовать на основе собственных решений, взглядов и убеждений.

Помимо всего прочего, Н.А. Глузман считает целесообразным акцентировать внимание на психологическом факторе формирования имиджа. Через невербальные каналы мы получаем основную часть информации о другом человеке. Зачастую первое впечатление оказывает значительное влияние на дальнейший ход работы. К примеру, если вы не понравились при первой встрече с учащимися, вы можете потерять возможность эффективного влияния на них, получения необходимой информации и в целом установления доверительных отношений. А ведь на то, чтобы произвести первое положительное впечатление, у нас есть единственная возможность. По мнению многих исследователей, во время первой встречи с человеком всего за шесть секунд о нем складывается довольно устойчивое мнение, которое откладывается на бессознательном уровне. Тот, с кем мы общаемся, бессознательно воспринимает и усваивает наше эмоциональное состояние. Сознание, в свою очередь, оценивает все вербальные аспекты: внешний вид человека, особенности его поведения, тембр голоса, специфику выражений и так далее. Первое впечатление о социальном педагоге формируется на основе восприятия его внешнего вида, техники речи и визуального контакта [3]. Эти аспекты, хоть и играют большую роль, но при желании их можно изменить. А вот с изменением невербального аспекта существенно сложнее. Обычно специалист не обращает внимания на то, какие невербальные сигналы посылает окружающим. Часто случается так, что, продумывая имидж, социальные педагоги забывают о своем внутреннем состоянии. В результате, все усилия, направленные на создание имиджа, могут оказаться напрасными. В попытке создать позитивный имидж правильно подбираются одежда и аксессуары, изменяются лексикон и манеры, но нередко игнорируется работа над внутренним состоянием, поэтому социального педагога могут воспринять в ненадлежащем ключе. Таким образом, прежде чем обдумывать внешние методы формирования имиджа, следует провести тщательный анализ собственного «я» и выделить в нем наиболее соответствующие этому имиджу черты.

Педагог И.Ф. Симонова к важнейшим внутренним факторам формирования имиджа от-

носит мировоззрение социального педагога, которое представляет собой обобщенную систему взглядов человека на мир и на свое место в нем. Оно включает понимание личностью смысла собственного поведения, смысла деятельности в целом и по созданию имиджа в частности. Мировоззрение определяет отношение человека к нормам поведения, к труду и быту, вкусы и интересы. Мировоззрение влияет на стиль жизни, отношение к действительности, к самому себе и обязательно отражается в имидже [17].

Р.В. Овчарова обращает внимание на социальный фон, влияющий на восприятие социального педагога. К нему относят: личностные характеристики окружения (семья, друзья, знакомые, коллеги). Кроме того, автор говорит о стратификационных характеристиках социального педагога, которые влияют на формирование имиджа. Здесь учитывается, к какой социальной группе относится социальный педагог, и степень престижа положения в этой группе [12].

Работа над имиджем требует определенно-го набора знаний, владения соответствующими технологиями, наличия специфического сочетания способностей, высокого уровня общей культуры, ответственности и собственных целенаправленных усилий носителя имиджа. Человек является субъектом своего совершенствования и преобразования, формирования и развития, в связи с этим имидж можно рассматривать как символическое выражение ввне результатов собственной деятельности. Имидж, созданный стихийно или целенаправленно, – это способ предъявления себя другим людям, это «информационный продукт». Имидж содержит информацию о качествах человека, ценностях, мотивах, целях, знаниях, навыках, социальном опыте и т.д. Имидж выступает мерой оценивания личности, средством категоризации другого человека. Имидж влияет на оценки, мнения и, стимулируя эмоциональные и поведенческие реакции, становится аргументом для принятия многих социальных решений, основанием для выбора. Имидж определяет формат и модель социальных отношений между людьми. Имидж делает отношения между людьми предсказуемыми и управляемыми благодаря тому, что дает возможность управлять информацией о себе, о своей деятельности. Имидж, создаваемый стихийно (относительно неуправляемо, неорганизованно, нерегулируемо) или спонтанно (под управлением внутренних причин, рефлексом, без учета внешних факторов), без точного учета последствий для самого человека, для его деятельности и для других людей, создает ситуацию неопределенности, в которую вовлекаются другие люди. Именно поэтому В.Г. Горчакова считает, что

управление имиджем является неотъемлемой частью его моделирования и формирования [18].

**Заключение.** Анализируя ряд работ, посвященных проблеме имиджа, мы пришли к выводу, что в современной научной литературе нет однозначных подходов в понимании сущности понятия «имидж социального педагога». Категорию «имидж социального педагога» авторы чаще всего связывают с индивидуальными и личностными характеристиками специалиста, необходимыми для выполнения профессиональной деятельности. Проанализировав этот подход, под имиджем социального педагога мы понимаем совокупность профессиональных образов специалиста, каждый из которых включает в себя внутренние и внешние, профессиональные и индивидуальные качества личности, способствующие эффективному построению социально-педагогического взаимодействия и достижению оптимального результата профессиональной деятельности.

Имидж социального педагога формируется в результате воздействия многочисленных факторов, объективных и субъективных, природных и общественных, внутренних и внешних, независимых и зависимых от воли и сознания специалиста. На формирование имиджа социального педагога могут влиять следующие факторы: имидж учреждения образования, в котором работает социальный педагог; специфические требования в сфере профессиональной деятельности социального педагога; знания и опыт, приобретенные в процессе учебы и профессиональной деятельности; деловая репутация; уровень обслуживания клиентов и эффективность работы социального педагога; готовность социального педагога к профессиональному росту и самосовершенствованию; характер и темперамент специалиста; психологический фактор формирования имиджа; мировоззрение социального педагога; социальный фон, влияющий на восприятие социального педагога; стратификационные характеристики социального педагога. На наш взгляд, определяющим фактором формирования имиджа социального педагога является управление, поскольку именно оно дает возможность целенаправленно формировать желаемый имидж специалисту, учитывая при этом целый ряд остальных факторов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Шепель, В.М. Имиджология: секреты личного обаяния / В.М. Шепель. – М.: Феникс, 2005. – 320 с.
2. Глузман, Н.А. Сущность и структура профессионального имиджа социального педагога / Н.А. Глузман // Проблемы современного педагогического образования: сб. науч. тр. Сер. Педагогика и психология. – Ялта: РИО ГПА, 2017. – Вып. 55, ч. 2. – 380 с.

3. Глузман, Н.А. Формирование профессионального имиджа социального педагога / Н.А. Глузман // Образование и наука. – 2017. – № 9. – С. 52–69.
4. Атаманская, К.И. Этапы формирования профессионального имиджа социального педагога в процессе профессиональной подготовки / К.И. Атаманская // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2016. – № 1. – С. 9–15.
5. Федосова, И.В. Представление студентов о профессиональном имидже социального педагога / И.В. Федосова // Инновационная наука. – 2016. – № 1. – С. 220–225.
6. Депенян, Р.А. Факторы, влияющие на формирование внутреннего имиджа организации / Р.А. Депенян // Государственное управление. Электронный вестник. – 2017. – № 64. – С. 68–81.
7. Наука и образование: современные тренды: коллективная монография. Сер. Научно-методическая библиотека / гл. ред. О.Н. Широков. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2013. – Вып. I. – 269 с.
8. Вишневский, Ю.Р. Профессиональный имидж и престиж социальной работы: монография / Ю.Р. Вишневский, Я.В. Дидковская, Н.Б. Качайнова, М.В. Певная. – Екатеринбург: УрФУ, 2011. – 184 с.
9. Холостова, Е.И. Профессионализм в социальной работе: учеб. пособие / Е.И. Холостова. – М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2006. – 236 с.
10. Гареева, В.Г. Теория и практика связей с общественностью: основы профессиональной деятельности / В.Г. Гареева. – СПб.: СПГУТД, 2011. – 172 с.
11. Словарь по этике / под ред. И.С. Кона. – 4-е изд. – М.: Политиздат, 1989. – 284 с.
12. Овчарова, Р.В. Справочная книга социального педагога / Р.В. Овчарова. – М.: ТЦ Сфера, 2004. – 480 с.
13. Глузман, Н.А. Профессиональный рост личности: сущность, особенности / Н.А. Глузман // Личностное и профессиональное развитие будущего специалиста: XIII Междунар. науч.-практ. Internet-конф. – Тамбов, 2017. – С. 75–81.
14. Справочник социального педагога: 5–11 классы / авт.-сост. Т.А. Шишкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ВАШ, 2007. – 336 с.
15. Березина, Д.В. Социально-психологическое значение имиджа в практике управления персоналом / Д.В. Березина // Науч.-практ. вестн. пед. инноваций. – 2006. – № 4. – С. 2–5.
16. Зинченко, В.П. Большой психологический словарь / В.П. Зинченко, Б.Г. Мещеряков. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. – 632 с.
17. Симонова, И.Ф. Педагогика имиджа: монография / И.Ф. Симонова. – СПб., 2012. – 304 с.
18. Горчакова, В.Г. Имиджелогия. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / В.Г. Горчакова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 335 с.

**Институт повышения квалификации и переподготовки кадров  
учреждения образования «Витебский государственный  
университет имени П.М. Машерова»**

реализует образовательную программу  
**повышения квалификации руководящих работников и специалистов**  
и приглашает заинтересованных лиц к сотрудничеству

**Тематика повышения квалификации:**

- Правовое, психолого-педагогическое и информационное сопровождение образовательного процесса.
- Психологическое сопровождение учащихся с личностными и поведенческими расстройствами.
- Организация работы по созданию сайта учреждения.
- Методы психокоррекционной работы с детьми в системном подходе.
- Школа куратора: организация воспитательной работы в учреждении образования.
- Социально-гуманитарные аспекты и инновационные технологии развития национального туризма.
- Управление и организация деятельности в организации.
- Проектная деятельность в образовании и др.

ИПК и ПК реализует заявки также на базе заказчика.

По итогам повышения квалификации выдается  
**свидетельство о повышении квалификации государственного образца**  
в соответствии с Кодексом Республики Беларусь об образовании