

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА СОЦИАЛЬНОГО ПЕДАГОГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ



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*

ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОЕ ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА СОЦИАЛЬНОГО ПЕДАГОГА ЧЕРЕЗ СООТВЕТСТВУЮЩУЮ СИСТЕМУ ПОДГОТОВКИ

С каждым годом внимание к теме имиджа растет, о чем свидетельствует количество публикаций и исследований. Тем не менее проблема формирования имиджа социального педагога остается недостаточно изученной, однако в современных условиях наблюдается потребность в специалистах, способных к осознанию и построению собственного имиджа в профессиональной деятельности с учетом требований социума.

Исследование показало, что имидж занимает значимое место в профессиональной деятельности социального педагога. Большая часть опрошенных респондентов имеет представление о понятии «имидж социального педагога» и понимает под ним образ, который возникает у окружающих, или набор определенных личностных характеристик, необходимых для выполнения социально-педагогической деятельности. Однако свой профессиональный имидж социальные педагоги считают до конца еще не сформированным.

В современных условиях существует необходимость создания условий для целенаправленного формирования имиджа социального педагога, его построения в профессиональной деятельности с учетом требований социума через соответствующую систему подготовки (обучения).

Введение. Проблема формирования имиджа становится одной из актуальнейших тем исследования в разных научных областях как в нашей стране, так и за ее пределами. Однако единой точки зрения в понимании имиджа нет. Ряд авторов сводит имидж к психическому образу (Л.М. Митина, А.Ю. Панасюк, В.М. Шепель и др.), внешнему образу (Л. Браун, М. Спилчейн

и др.), совокупности внешних и внутренних черт (Т.В. Климова, И. Крискунова и др.), умению управлять впечатлением, мнением о себе (И. Гоффманн, Е.А. Петрова, И.А. Федоров и др.).

Изучением отдельных структурных компонентов имиджа социального педагога занимались Т.Т. Щелина (духовно-ценностная ориентация), Т.А. Манцурова (профессио-

нальная ответственность), Т.В. Третьякова (профессиональная толерантность у социальных педагогов), З.М. Махмутова, О.В. Барк, И.С. Николаева, С.В. Старикова (профессиональная компетентность социального педагога), Е.В. Кузнецова (коммуникативная компетентность), Л.И. Кобышева, Л.Я. Елисеева (профессионально важные качества личности социального педагога), С.А. Маскалянова (содержание имиджа социального педагога), Н.А. Глузман (структура имиджа социального педагога).

С каждым годом внимание к теме имиджа социального педагога растет, о чем свидетельствует количество публикаций и исследований. Тем не менее проблема создания имиджа социального педагога остается недостаточно изученной. Единой работы, в которой был бы обобщен опыт изучения имиджа социального педагога, его структура и процесс формирования, пока нет. Таким образом, в современных условиях можно зафиксировать противоречие между потребностью в социальных педагогах, способных к осознанию и построению собственного имиджа в профессиональной деятельности с учетом требований социума, и недостаточным вниманием со стороны исследователей к аспекту целенаправленного формирования имиджа социального педагога. Названное противоречие указывает на направление исследовательского поиска и позволяет обозначить проблему нашей работы.

Имидж рассматривается как своеобразная призма, некое увеличительное стекло, которое дает возможность проявиться лучшим личностным и деловым качествам человека, сделать повседневное общение комфортным, а настроение оптимистичным [1]. Так как эффективное сотрудничество и результативное общение являются основой профессиональной деятельности социального педагога, то умение формировать собственный имидж – одна из важных задач данной профессии на современном этапе ее развития.

И прежде чем говорить об имидже социального педагога, нужно разобраться в сущности понятия «имидж». В переводе с английского имидж – это образ, изображение. На самом же деле – это непосредственно или преднамеренно создаваемое визуальное впечатление о личности или социальной структуре [2]. В этом понимании имиджа выделяется только внешняя составляющая, так как здесь говорится лишь о визуальном впечатлении, которое связано со зрительным восприятием. Здесь имидж сводится к внешнему образу.

Тема имиджа активно обсуждается в современной научной литературе. Понятию имиджа даются различные трактовки.

Имидж – представление (часто целенаправленно создаваемое) о чем-то внутреннем и внешнем облике, образе [3]. В этом определе-

нии, по сравнению с предыдущим, добавляется внутренняя составляющая имиджа.

Специалист в области философии Р.Б. Квеско, в свою очередь, считает, что внешней составляющей недостаточно. Она является одним из компонентов имиджа. По мнению автора, имидж – это собирательное понятие. Он представляет собой облик, то есть ту форму жизненного проявления человека, с помощью которой окружающим могут демонстрироваться лучшие личностные и деловые характеристики [2].

Имидж – впечатление, которое производит человек на окружающих, стиль его поведения, внешности, его манеры [4]. В этом определении имидж является категорией, относящейся только к человеку.

С точки зрения педагога-ученого А.А. Калужного, имидж – это «впечатление, производимое человеком на одну или несколько групп общественности. Он не рисунок, не калька, не разработанное в мельчайших деталях точное изображение, а скорее всего – несколько деталей, оказывающих эмоциональное воздействие» [5, с. 9].

Имидж – эмоционально окрашенный стереотип восприятия человека коллегами, социальным окружением, массовым сознанием. Имидж включает в себя как реальные качества человека, так и приписываемые ему [6]. В двух последних трактовках акцентируется внимание на аффективной составляющей имиджа.

Специалист в области социологии управления и имиджологии В.М. Шепель дает следующее определение: «Имидж – индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания» [1, с. 39]. Автор в данной формулировке добавляет аспект целенаправленности формирования этого явления.

Анализируя разные трактовки понятия «имидж», следует отметить, что оно тесно связано с понятием «образ», но не тождественно ему. Также достаточно большое количество определений обусловлено манипуляцией окружающими людьми, в этом случае имидж рассматривается как средство или механизм психологического воздействия.

Кроме того, трактовки различаются относительно критерия естественности или целенаправленного формирования. Некоторые авторы (Э.А. Капитонов, Д.В. Ольшанский, В.М. Шепель) связывают имидж со специально создаваемыми условиями для формирования имиджа людей, обладающих известностью и властью, при этом упуская из внимания имидж естественный, формируемый в сознании окружающих, даже если человек не предпринимает для этого никаких действий. Имидж в таком понимании включает

не только естественные свойства личности, но и специально выработанные и сформированные.

На наш взгляд, наиболее подходящим является определение, предложенное социологом А.С. Шанагуловой: «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]. Данное определение выбрано потому, что здесь обладателем имиджа может быть не только человек, но любой социальный объект; в составляющей понятия «информация» подразумевается как внешний, так и внутренний аспект имиджа; присутствует аффективная составляющая и ответная реакция на данное явление.

Ряд исследователей (Л.К. Аверченко, Е.Я. Власова, И. Нефедова) выделяет имидж профессиональный [7; 8]. Профессиональный имидж определяется соответствием требованиям выполняемой работы и специфике профессиональной деятельности. Он должен подтверждать профессионализм, высокую нравственность специалиста, а также отвечать ожиданиям коллег и клиентов. Ожидания чаще всего связаны с привычным стилем поведения, манерой держаться, говорить, одеваться, принимать решения [9, с. 21].

По мнению педагога Н.А. Глузман, понятие «профессиональный имидж» определяется как сложный социально-психологический и педагогический феномен, предусматривающий создание образа конкретной профессии, формирование общего впечатления о специалисте, которое производится на окружающих посредством восприятия его личностно-профессиональных качеств, манеры говорения и поведения, а также внешнего вида [10].

Профессиональный имидж дает общую картину представления о профессиональной деятельности специалиста в целом, а также возможность эффективно осуществлять профессиональную деятельность, решать профессиональные задачи и популяризировать профессию. Именно поэтому профессиональный имидж важен в профессиональной деятельности социального педагога.

Имидж социального педагога – это 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 личностно важным человеком и квалифицированным специалистом [11, с. 56].

Педагог С.А. Маскалянова рассматривает имидж социального педагога как систему образов, призванных 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 [12].

Понятие имиджа социального педагога в научной литературе еще не сформулировано, так как сам имидж стал изучаться сравнительно недавно, а профессия социального педагога является достаточно новой в нашей стране. Поэтому мы решили на основе рассмотренных дефиниций самостоятельно дать определение понятию «имидж социального педагога». Таким образом, под имиджем социального педагога мы понимаем совокупность профессиональных образов специалиста (обладающего высоким уровнем психолого-педагогических знаний, сформированной педагогической культурой, развитой системой психологических и социальных компетенций), 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.

Цель статьи – выявить значимость и необходимость формирования имиджа в профессиональной деятельности социального педагога в современных условиях.

Основная часть. Теоретико-методологической основой исследования явились отечественные и зарубежные концепции по имиджированию и подходы к определению сущности имиджа и его компонентов (Л. Браун, А.Ю. Панасюк, Г.Г. Почепцов, М. Спилчейн, В.М. Шепель и др.), разработки современных ученых, посвященные имиджу социального педагога (Н.А. Глузман, С.А. Маскалянова). Для решения поставленных задач нами были использованы следующие методы изучения: теоретические (изучение, обобщение и сравнительный анализ философской, психолого-педагогической и социологической литературы по проблеме исследования), эмпирические (анкетирование, тестирование, наблюдение), методы количественной и качественной обработки данных.

Исследовательская работа проводилась с целью определения представления у респондентов общего понимания понятия «имидж», его структуры и компонентов, совершенствования деятельности в данном направлении. В качестве респондентов выступил 41 социальный педагог школ г. Витебска в возрасте 21–55 лет.

Результаты исследования показали, что имидж занимает значимое место в профессиональной деятельности социального педагога и требует целенаправленной деятельности по его формированию.

С целью выявления значимости профессии «социальный педагог» как основы изучения имиджа в его профессиональной деятельности нами был предложен вопрос «На ваш взгляд, востребована ли сегодня профессия “социальный педагог”?». Ответы были следующими: около 39% респондентов – да, эта профессия однозначно востребована; 36% – скорее да, чем нет; 22% – нет, так как эта профессия не отвечает требованиям современного общества; 3% – не ясно. Стоит отметить, что почти одна четвертая часть респондентов считает, что их профессиональная деятельность не соответствует окружающим реалиям (рис. 1).

Вторым вопросом, предложенным респондентам, был следующий: «Как вы считаете, какое место занимает имидж в профессиональной деятельности социального педагога?». Анализ результатов данных показал, что для 68% респондентов имидж имеет большое значение в профессиональной деятельности социального педагога; для 25% – незначительное; оставшиеся 7% респондентов считают, что имидж не имеет никакого значения в их профессиональной деятельности (рис. 2).

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что в основном респонденты под определением «имидж социального педагога» понимают совокупность профессиональных личностных характеристик специалиста (41,5%) и образ, который создается в отношении человека у окружающих его людей (34,1%). В то же время 7,3% социальных педагогов понимают определение своего профессионального имиджа в буквальном смысле как облик человека, его внешние характеристики. Другие 17,1% опрошенных социальных педагогов считают, что имидж – это не что иное, как процесс целенаправленного создания мнения о специалисте. Таким образом, социальные педагоги свой имидж чаще всего соотносят с образом, который возникает у окружающих или с набором определенных личностных характеристик, необходимых для выполнения социально-педагогической деятельности.

При оценке состояния имиджа современного социального педагога 24,4% опрошиваемых оценили его как позитивный, 24,4% – как нейтральный, 12,2% – как негативный. Однако большая часть респондентов – 39% – считает имидж социального педагога до конца еще не сформированным.

Респондентам нужно было оценить по 10-балльной шкале (в порядке приоритетности) значение предложенных компонентов имиджа

социального педагога, где 1 – максимальное, а 10 – минимальное значение.

Анализируя полученные результаты, видно, что среди предложенных компонентов нет явного лидера с высокой степенью значимости для всех респондентов. Однако возможно их проранжировать:

1. Профессиональная репутация (наработанный опыт, авторские методики, отзывы, профессиональные награды, разработки).

2. Социальные качества (развитый социальный интеллект, организаторские способности, коммуникабельность и т.д.).

3. Ценностный аспект (ценности, идеалы, установки, жизненная позиция, интересы).

4. Природные качества (внешность, рост, вес).

5. Качества, связанные с образованностью (владение технологиями принятия решений, разрешения конфликтов, высокий уровень общей культуры, владение смежными специальностями и знаниями по педагогике, психологии, юриспруденции).

6. Использование вербальных и невербальных средств общения (пантомимика, мимика, интонация, темпоритм, паузы, магия слова, жестикация, взгляд и визуальный контакт, громкость речи, пространственное расположение, дистанция).

7. Коммуникативная компетентность (деликатность, гибкость, тактичность в общении, умение эффективно в соответствии с конкретной ситуацией применить адекватный способ делового общения, знание культурных норм и ограничений в общении и т.д.).

8. Профессиональная компетентность (единство теоретической и практической готовности педагога к осуществлению педагогической деятельности).

9. Внешний вид (одежда, обувь, прическа и т.д.).

Несколько респондентов предложили добавить в структуру имиджа социального педагога такие компоненты, как статус в обществе и опыт работы в сфере.

Кроме того, мы рекомендовали специалистам написать пять наиболее значимых характеристик, которыми должен обладать социальный педагог с позитивным профессиональным имиджем. Получился следующий список качеств, характеристик и свойств специалиста (в скобках представлено количество повторений):

1. Коммуникабельность (16), коммуникативная компетентность (3).

2. Профессионализм (10).

3. Образованность (8), знания (1), образование (1).

4. Профессиональная компетентность (8).

5. Ответственность (8)

6. Внешний вид (4), внешняя привлекательность (2).

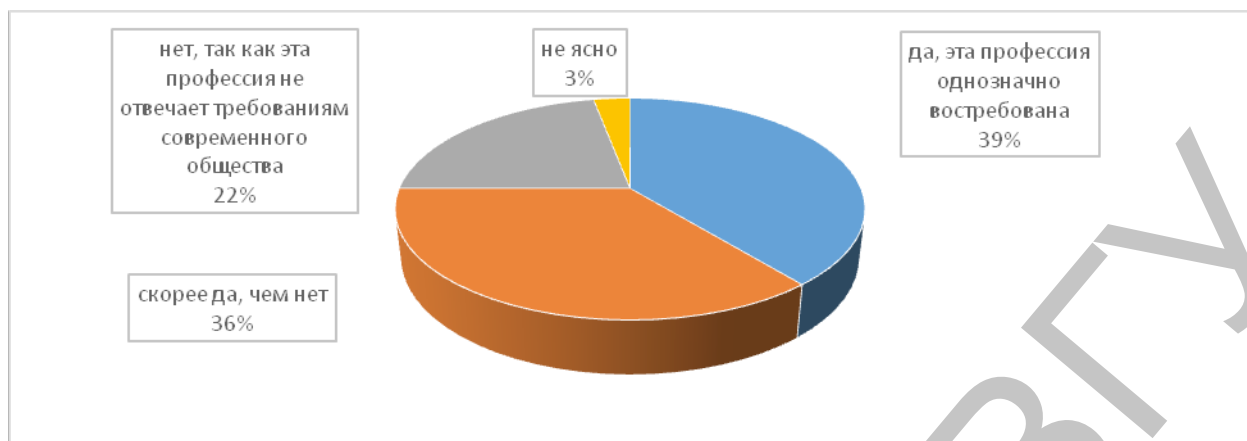


Рисунок 1 – Востребованность профессии «социальный педагог»

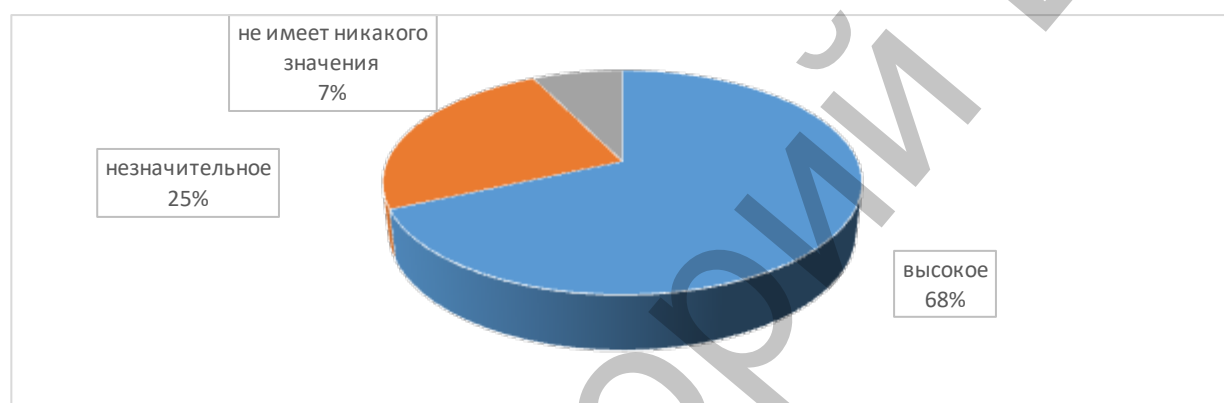


Рисунок 2 – Значение имиджа в профессиональной деятельности социального педагога

Таблица – Результаты анкетирования

Компонент имиджа	Присваиваемые места	Среднее место
Внешний вид	7, 3, 3, 8, 4, 3, 8, 1, 2, 9, 2, 8, 9, 8, 1, 7, 3, 4, 8, 9, 4, 4, 9, 2, 8, 2, 6, 3, 8, 6, 8, 5, 1, 1, 2, 1, 1, 2, 2, 5, 7	4,048
Природные качества	4, 9, 7, 9, 5, 8, 9, 2, 3, 8, 8, 9, 4, 9, 6, 9, 9, 5, 9, 2, 9, 8, 8, 7, 5, 1, 3, 5, 9, 2, 9, 6, 9, 2, 1, 2, 2, 1, 1, 9, 8	5,121
Ценностный аспект	8, 4, 4, 1, 6, 7, 7, 5, 4, 2, 7, 7, 6, 6, 3, 6, 8, 6, 7, 5, 8, 3, 7, 3, 9, 4, 4, 1, 3, 5, 3, 8, 7, 5, 9, 3, 3, 8, 5, 3, 5	5,243
Социальные качества	6, 5, 6, 2, 7, 1, 5, 6, 5, 7, 5, 6, 8, 5, 2, 5, 4, 3, 4, 4, 6, 5, 6, 9, 7, 9, 7, 4, 1, 9, 2, 7, 8, 3, 3, 9, 4, 9, 4, 2, 6	5,268
Качества, связанные с образованностью	9, 6, 2, 3, 8, 4, 4, 9, 7, 4, 3, 5, 7, 1, 7, 4, 5, 2, 1, 3, 5, 7, 5, 8, 6, 8, 2, 2, 2, 8, 1, 1, 6, 4, 6, 8, 5, 7, 6, 6, 4	4,951
Профессиональная репутация	5, 7, 5, 4, 9, 5, 3, 7, 8, 5, 2, 4, 5, 7, 4, 2, 7, 7, 6, 6, 7, 2, 2, 7, 4, 7, 1, 7, 4, 7, 4, 2, 3, 6, 8, 7, 6, 6, 3, 7, 9	5,292
Профессиональная компетентность	3, 2, 1, 5, 3, 6, 1, 8, 6, 1, 1, 1, 3, 2, 5, 1, 6, 1, 5, 7, 1, 1, 1, 6, 3, 6, 5, 6, 5, 3, 5, 3, 5, 7, 7, 6, 7, 5, 8, 8, 3	4,121
Коммуникативная компетентность	2, 1, 8, 6, 1, 2, 2, 3, 9, 6, 4, 2, 2, 3, 8, 3, 2, 8, 2, 8, 3, 6, 3, 5, 2, 5, 8, 8, 6, 4, 6, 4, 4, 8, 5, 5, 9, 4, 9, 1, 1	4,390
Использование вербальных и невербальных средств общения	1, 8, 9, 7, 2, 9, 6, 4, 1, 3, 6, 3, 1, 4, 9, 8, 1, 9, 3, 1, 2, 9, 4, 4, 1, 3, 9, 9, 7, 1, 7, 9, 2, 9, 4, 4, 8, 3, 7, 4, 2	4,780

7. Эмпатия (4).
8. Гибкость (4), мобильность (1).
9. Тактичность (4), деликатность (2).
10. Стрессоустойчивость (4).
11. Юридическая подкованность (2), знание уголовной и административной ответственности (1), знание нормативной базы (1).
12. Красивая речь (1), грамотная речь (1), голос (1), спокойный тембр голоса (1).
13. Целеустремленность (3).
14. Социальный интеллект (3).
15. Самосовершенствование, саморазвитие, самообучение (2).
16. Опыт (2).
17. Человечность (2).
18. Индивидуальный подход (2).
19. Толерантность (2).
20. Внимательность (2).
21. Решительность (2).
22. Уверенность в себе (2).
23. Высокий уровень общей культуры (2).
24. Милосердие (1).
25. Рассудительность (1).
26. Терпение (1).
27. Методическая обеспеченность (1).
28. Профессиональная репутация (1).
29. Выносливость (1).
30. Чувство юмора (1).
31. Находчивость (1).
32. Гуманность (1).
33. Чуткость (1).
34. Способность эффективно работать (1).
35. Умение писать отчеты (1).
36. Психологическая подготовка (1).
37. Организаторские способности (1).
38. Умение сосредотачиваться (1).
39. Собранность (1).
40. Грамотность (1).
41. Организованность (1).
42. Сформированные нравственные ценности и идеалы (1).
43. Трудолюбие (1).
44. Разработки (1).
45. Умение использовать вербальные и невербальные средства общения (1).
46. Соответствие образа профессии «Я»-образу специалиста (1).
47. Умение себя презентовать (1).
48. Отзывчивость (1).
49. Разносторонность (1).

Стоит отметить, что некоторые качества и свойства можно соотнести с компонентами имиджа (1. Коммуникабельность – 2. Социальные качества; 3. Образованность – 5. Качества, связанные с образованностью). Однако наблюдаются несоответствия в ответах респондентов: внешний вид как компонент имиджа социального педагога занял лишь девятое (последнее) место, а в списке

качеств, которыми должен обладать социальный педагог, характеризующийся позитивным профессиональным имиджем, внешний вид расположился на шестом. Также и с профессиональной компетентностью, если в первом случае этот компонент занимает восьмое (предпоследнее) место, то во втором – четвертое.

Респондентам нужно было предложить пути повышения имиджа социального педагога. Наиболее частыми ответами были следующие: обучить созданию имиджа социального педагога с помощью курсов, семинаров и конференций; повысить заработную плату; изменить отношение в обществе к профессии «социальный педагог»; объективно оценивать труд социального педагога; доводить до общественности профессиональные функции специалиста.

По результатам исследования нам удалось сделать следующие выводы:

- по мнению респондентов, профессия «социальный педагог» является востребованной в современном обществе;

- имидж занимает значимое место в профессиональной деятельности социального педагога, под которым специалисты чаще всего понимают образ, который возникает у окружающих, или набор определенных личностных характеристик, необходимых для выполнения социально-педагогической деятельности;

- имидж социального педагога в современных условиях до конца еще не сформирован;

- к наиболее важным компонентам в структуре имиджа социального педагога специалисты относят профессиональную репутацию, социальные качества и ценностный аспект;

- наиболее значимыми характеристиками, которыми должен обладать социальный педагог с позитивным профессиональным имиджем, по мнению респондентов, являются коммуникабельность, коммуникативная компетентность, профессионализм и профессиональная компетентность, образованность, ответственность.

Для формирования имиджа социального педагога необходимо постоянное повышение профессиональной квалификации специалиста, курсы, тренинги, семинары, конференции, а также самостоятельное самосовершенствование. Все это способствует профессиональному и личностному развитию, уверенности в своих силах для дальнейшей профессиональной деятельности. Глубокое понимание сущности профессионального имиджа и необходимости его формирования и поддержания представляет собой обязательное условие качественной профессиональной деятельности социального педагога.

Заключение. В современных условиях наблюдается потребность в социальных педагогах, способных к осознанию и построению собствен-

ного имиджа в профессиональной деятельности. Поэтому необходимо создавать условия для целенаправленного формирования имиджа социального педагога, его построения в профессиональной деятельности с учетом требований социума через соответствующую систему подготовки (обучения).

ЛИТЕРАТУРА

1. Шепель, В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния / В.М. Шепель. – М.: Феникс, 2005. – 320 с.
2. Квеско, Р.Б. Имиджелогия: учеб. пособие / Р.Б. Квеско, С.Б. Квеско. – Томск: Изд-во Томск. политехн. ун-та, 2008. – 116 с.
3. Крысин, Л.П. Толковый словарь иноязычных слов / Л.П. Крысин. – М.: Эксмо, 2006. – 944 с.
4. Кузьминский, А.И. Педагогика в вопросах и ответах: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / А.И. Кузьминский, В.Л. Омеляненко. – М.: Знание, 2006. – 311 с.
5. Калюжный, А.А. Психология формирования имиджа учителя / А.А. Калюжный. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2004. – 222 с.
6. Жук, А.И. Основы педагогики: учеб. пособие для вузов / А.И. Жук, О.Л. Жук, И.И. Казимирская, Е.А. Коновальчик. – Минск: Аверсэв, 2003. – 349 с.
7. Аверченко, Л.К. Имидж и личностный рост: учеб. пособие / Л.К. Аверченко. – Новосибирск: НГАЭиУ, 1999. – 147 с.
8. Власова, Е. Я и мой имидж / Е. Власова, И. Нефедова. – М.: Яуза: ЭКСМО-Пресс, 1997. – 208 с.
9. Волкова, В.В. Имиджелогия: учеб.-метод. пособие / В.В. Волкова. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2005. – 168 с.
10. Глузман, Н.А. Сущность и структура профессионального имиджа социального педагога / Н.А. Глузман // Проблемы современного педагогического образования. Сер. Педагогика и психология: сб. науч. тр. – Ялта: РИО ГПА, 2017. – Вып. 55, ч. 2. – 380 с.
11. Глузман, Н.А. Формирование профессионального имиджа социального педагога / Н.А. Глузман // Образование и наука. – 2017. – № 9. – С. 52–69.
12. 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.