

Ирина Михайловна Воротилкина¹,

доктор педагогических наук, профессор,

Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема

(679015, Россия, ЕАО, г. Биробиджан, ул. Широкая, 70а),

e-mail: btb-irina@rambler.ru

Ксения Сергеевна Некозырева²,

магистрант,

Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема

(679015, Россия, ЕАО, г. Биробиджан, ул. Широкая, 70а),

e-mail: nekozyreva_ks_94_25@mail.ru

Имидж в профессиональной деятельности социального работника

В статье рассматриваются понятия имиджа с точки зрения разных авторов, его видовое разнообразие и основные компоненты. В результате исследований специалистов (С. А. Камболов, И. П. Тихонов, Е. Б. Перельгина и другие) была выстроена структура формирования имиджа, а также разработана модель имиджа социального работника с использованием элементов структурно-функциональной модели имиджа социального работника С. А. Камболова. Авторами была предпринята попытка показать структуру индивидуального имиджа социального работника как основу формирования профессионального имиджа. Показано значение имиджа в профессиональной деятельности социального работника. Представлен анализ исследования, цель которого – выявление роли имиджа в профессиональной деятельности социального работника. Отражены основные выводы и результаты исследования, а также приведены рекомендации по повышению уровня имиджа социального работника. В ходе работы было выявлено, что имидж играет важную роль и оказывает положительное влияние на профессиональную деятельность социального работника. Хорошо продуманный имидж социального работника помогает повысить доверие и устранить преграды, возникающие между ним и его клиентами.

Ключевые слова: имидж, социальный работник, индивидуальный имидж, личность, конгруэнтность

Вводная часть. В настоящее время проблема имиджа социального работника достаточно актуальна, и связано это прежде всего с его профессиональной деятельностью [2], которая направлена на оказание помощи определённым категориям граждан, по тем или иным причинам попавших в трудную жизненную ситуацию, где в зависимости от эффективности взаимодействия и оказания помощи социального работника клиентам и формируется имидж в его профессиональной сфере деятельности.

Термин «имидж» (от фр. или англ. *image*) в буквальном переводе на русский язык означает «образ, облик» [7, с. 5]. С точки зрения социальной психологии, имидж – это символический образ субъекта, создаваемый в процессе субъект-субъектного взаимодействия [Там же, с. 8].

В толковом словаре С. А. Кузнецова понятие «имидж» – это не только внутренний облик предмета, но и целенаправленно созданное мнение, представление, сложившееся в обществе о каком-либо человеке, предмете, товаре и т. д.³

И. П. Тихонов [10, с. 7], напротив, считает что имидж – это не то, чем человек является на самом деле, не совокупность его личностных характеристик, а образ, который создаётся в отношении этого человека у окружающих его людей, либо людей, создающих впечатление о нём с помощью различных средств.

Из приведённых выше понятий имиджа, взятых из разных областей знания, можно выделить наиболее общие черты. Имидж – это не что иное, как образ, облик, создаваемый в отношении кого-либо или чего-либо

¹ И. М. Воротилкина – основной автор, является организатором исследования, формулирует выводы и обобщает итоги реализации коллективного проекта.

² К. С. Некозырева структурирует материал, оформляет статью.

³ Толковый словарь. Имидж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gufo.me/content_kuznec/imidzh-138039.html (дата обращения: 15.12.2016).

с целью популяризации данного объекта в обществе (С. А. Кузнецова, И. П. Тихонов) [Там же, с. 8].

По мнению И. П. Тихонова [Там же, с. 12], основными составляющими имиджа являются: внешний вид, «телесный» имидж, голос и речь. Внешнему виду, голосу и речи автор уделяет особое внимание, так как именно эти составляющие, по его мнению, формируют имидж. Если человек имеет ухоженный вид, о нём складывается положительное впечатление, он привлекает к себе внимание и располагает к себе людей, таким образом облегчается установление межличностного контакта, что делает процесс взаимодействия более эффективным. Голос и речь занимают немаловажное место в формировании имиджа. По тому, как человек говорит, выдерживает паузы, ставит ударения, можно определить уровень его образованности и профессионализма, место проживания.

Социальный работник общается с разными группами населения, разных возрастов. От коммуникативных возможностей социального работника во многом зависит успех его деятельности, что впоследствии также отражается на его имидже.

По мнению специалистов [4; 10], имидж социального работника – многослойное образование, состоящее как из нравственной надёжности социального работника, так и из его профессионализма, компетентности, гуманитарной образованности и психологических знаний.

Анализируя имидж социального работника, С. А. Камболов [4, с. 66] выделяет следующие компоненты имиджа социального работника: информационно-семиотический компонент (внешность, манера поведения, речь); личностно-ресурсный компонент (представление о личностных характеристиках); профессионально-гностический компонент (профессионально важные качества); ситуативно-интерактивный компонент (представление о реально складывающихся взаимоотношениях социального работника с клиентами).

Имидж социального работника находит отражение в работах В. Н. Келасьева [9, с. 36], который наиболее важные личностные качества социального работника выделил в следующие три группы:

1) профессиональные качества личности – это высокий профессионализм,

компетентность в решении разнообразных социальных проблем, высокий уровень образования и общей культуры (в т. ч. духовной), владение смежными специальностями и знаниями по педагогике, психологии, юриспруденции;

2) гуманистические качества личности – это доброта, любовь к людям, душевность, доброжелательность, чуткость, отзывчивость, желание принять чужую боль на себя, милосердие, человечность, чувство сострадания, эмпатия;

3) социальные качества личности – они включают коммуникабельность, организационные способности, умение правильно понять человека и поставить себя на его место, гибкость и деликатность, тактичность в общении, умение слушать, способность поддерживать другого и стимулировать его на развитие собственных сил, умение вызывать к себе доверительное отношение¹.

Образ социального работника строится на его индивидуальном имидже, зависящем от его профессиональных качеств. Стилль его поведения, личностные качества, ценностные ориентиры и интересы оказывают воздействие на тот образ, который он формирует. Практика показывает, что некоторые социальные работники прекрасно себя чувствуют в конфликтных ситуациях, другие в ситуациях взаимопомощи. Кто-то находит общий язык с замкнутыми в себе клиентами, кто-то более отзывчив к детям, кто-то более чутко относится к людям пожилого возраста. В связи с этим личностные качества социального работника играют главную роль в формировании его имиджа [3].

Для благоприятного формирования имиджа социального работника важно, чтобы он соответствовал основным его профессиональным качествам, таким как гуманность, ответственность, чувство собственного достоинства и уважение достоинства других, терпимость, вежливость, эмоциональная устойчивость, терпение и самообладание [8].

Методология и методы исследования. Анализ специальной литературы [9; 10] позволил нам выделить компоненты имиджа и выявить порядок формирования имиджа, его цель – что формируется, задачи – для

¹ Вишневский Ю. Р. Профессиональный имидж социальной работы и роль СМИ в повышении её престижа: информационно-аналитический отчёт / под ред. Ю. Р. Вишневского. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009. – 100 с.

чего формируется, средства – чем формируется, методы – как формируется, принципы – в соответствии с чем формируется¹.

Результат формирования имиджа – положительно сложившееся мнение, привлечение внимания к данному объекту (рис. 1).



Рис. 1. Структура формирования имиджа

Fig. 1. The structure of image formation

Имидж оказывает большое влияние на профессиональную деятельность социального работника, и масштабы этого влияния будут зависеть от уровня сформированности индивидуального имиджа социального работника (рис. 2).

Индивидуальный имидж социального работника даёт общую картину представления о его профессиональной деятельности в целом и показывает влияние имиджа на эффективность его профессиональной деятельности. Под эффективностью обычно понимают поставленные цели и количе-

ство достигнутых результатов с минимальным уровнем потерь. Отсюда следует, что показатели эффективности деятельности социального работника будут зависеть от уровня удовлетворённости клиента работой специалиста [10].

Основным показателем эффективности деятельности социального работника будет являться его конгруэнтность (т. е. состояние, где слова человека будут соответствовать его действиям, внешний и внутренний образ будут соответствовать друг другу), качество предоставляемых услуг клиенту будет зависеть от профессионализма социального работника, его опыта работы и уровня подготовки. Если при работе социального работника с кли-

¹ Зазыкин В. Г. Имидж организации: структура и психологические факторы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/3967211/> (дата обращения: 25.11.2016).

ентом у него будет отсутствовать единство создаваемого образа, это будет являться главной преградой для достижения максимальной эффективности его деятельности. Имидж социального работника должен обладать множественной конгруэнтностью: он не должен противоречить внутреннему

самовосприятию социальным работником себя как личности, как профессионала, но в то же время он должен быть конгруэнтен и ожиданиям клиента, на удовлетворение потребности которого нацелена его профессиональная деятельность [5, с. 56].



Рис. 2. Индивидуальный имидж социального работника

Fig. 2. Individual image of a social worker

Имидж в профессиональной деятельности социального работника может формироваться стихийно или сознательно. При стихийном формировании имиджа социального работника, основным фактором будут выступать личностные качества человека данные ему от природы. При сознательном формировании имиджа социального работника главным фактором формирования выступает мотивация, то есть то, ради чего и формируется имидж [6]. В некотором роде это то, что мы получим в итоге от формирования имиджа, главная «выгода», извлекаемая из этого процесса.

Опираясь на структурно-профессиональную модель имиджа социального работника С. А. Камболова [4, с. 66], мы разработали модель имиджа социального работника (рис. 3), где «имидж» в общем представлении означает создание целенаправленного образа, успешность формирования которого зависит от определённого набора элементов, от их соответствия между собой, так как, например, недостаточно просто иметь ухоженный внешний вид, важны профессиональные и личные качества социального работника.

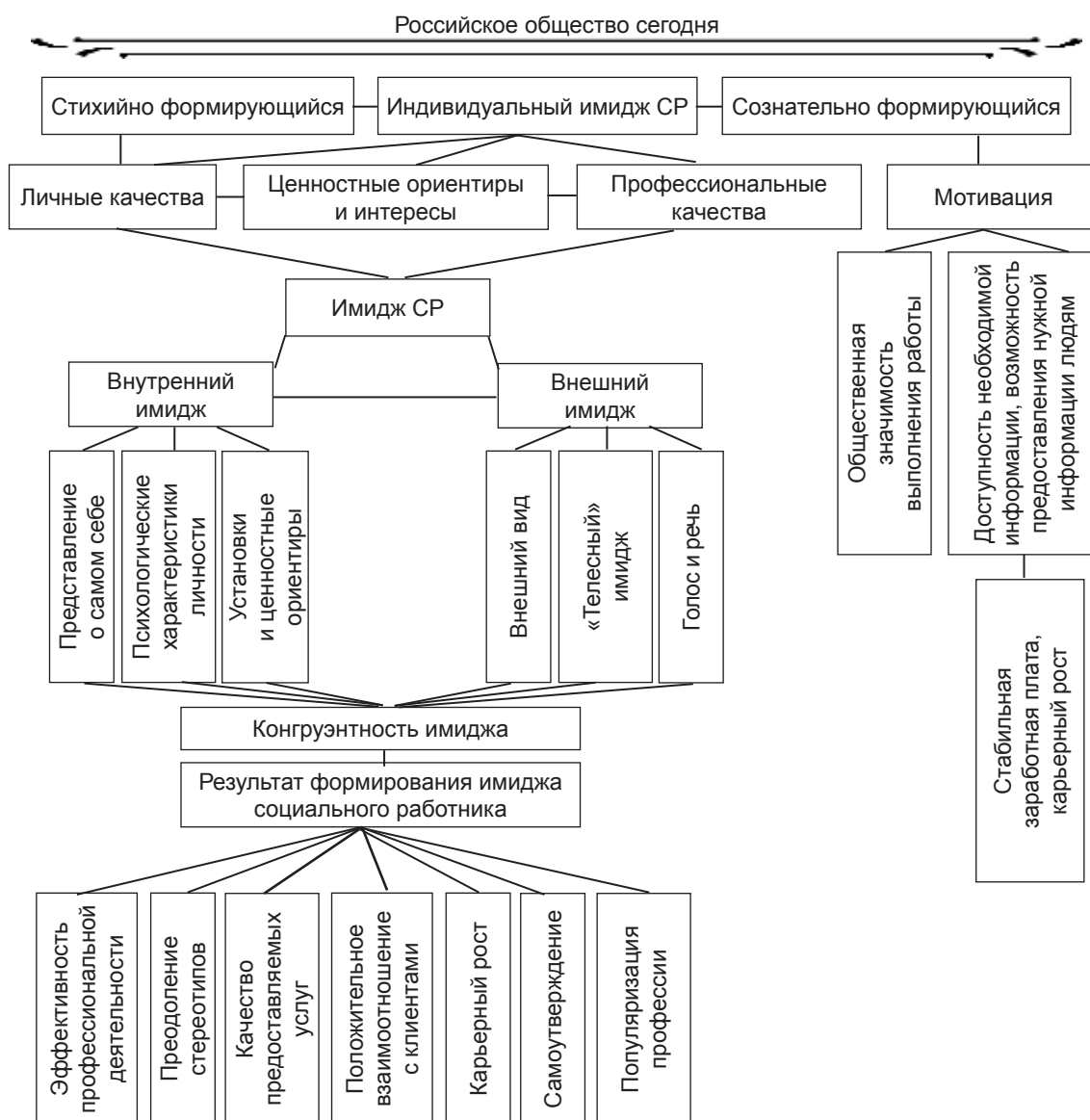


Рис. 3. Модель имиджа социального работника

Fig. 3. The image model of a social worker

С целью исследования представления у респондентов общего понимания понятия «имидж», путей его формирования и совершенствования деятельности в данном направлении нами было проведено анкетирование. В нём приняли участие 100 респондентов, среди них 50 человек – это сотрудники Комплексного центра социального обслуживания населения по Еврейской автономной области и 50 человек – это жители города Биробиджан от 16 до 50 лет и старше.

Результаты исследования и их обсуждение. Анализ исследования показал, что в основном социальные работники (48 %) под определением «имидж» понимают образ, который создаётся в отношении

человека у окружающих его людей, либо людей, создающих впечатления о нём с помощью различных средств, также считают и 28 % из опрошенных жителей Биробиджана. Данное понимание респондентами понятия «имидж» сходится с предложенным определением И. П. Тихонова [9, с. 7]. В тоже время 32 % социальных работников понимают определение «имидж» в буквальном смысле – как образ или облик, также считают и 44 % жителей города Биробиджан. Другие 12 % опрошенных социальных работников считают что имидж – это не что иное, как процесс целенаправленного создания мнения о чём-либо, так считают и 24 % жителей города (рис. 4).



Рис. 4. Понятие имиджа в понимании респондентов

Fig. 4. The concept of image in the respondents' understanding

Анализ результатов анкетирования показал, что для 70 % социальных работников имидж имеет большое значение в их профессиональной деятельности, также считают и большинство жителей города (46 %), и всего 10 % опрошенных социальных работников считают, что имидж не имеет никакого

значения в их профессиональной деятельности, с ними согласились 32 % опрошенных жителей города как потенциальные клиенты социальных работников. Оставшиеся респонденты из каждой представленной группы затруднились ответить либо уклонились от ответа на данный вопрос (рис. 5).



Рис. 5. Значение имиджа в профессиональной деятельности социального работника

Fig. 5. The importance of image in the professional activity of a social worker

Следующим вопросом, предложенным для ответа респондентам, был вопрос «Какими наиболее значимыми личностными качествами должен обладать социальный работник?». Респондентам было предложено выбрать несколько вариантов ответов. Около 50 % опрошенных социальных работников считают, что наиболее значимыми качествами, которыми должен обладать социальный работник, является милосердие, ответственность и компетентность; 30 % опрошенных социальных работников считают, что он должен обладать заботливостью, порядочностью и коммуникабельностью, но в тоже время 20 % социальных работников считают, что в нём должны сочетаться все предложенные качества.

Что касается опрошенных жителей города, то 50 % считают, что наиболее значимыми качествами, которыми должен обладать социальный работник, являются компетентность, коммуникабельность и ответственность. Другие 30 % респондентов считают, что социальный работник должен обладать милосердием, заботливостью, быть порядочным, а также должен быть «открытым» человеком.

На вопрос о востребованности социальных работников в современных условиях 72 % социальных работников считают, что социальные работники однозначно нужны – в основном так ответили специалисты с большим опытом работы в данной сфере в возрасте от 41 до 50 лет. Более

молодые специалисты считают, что социальные работники скорее нужны в современном обществе, так ответило 20 %. Остальные затруднились ответить на данный вопрос. С точки зрения клиентов социальных работников, 48 % из них считают что однозначно нужны, а 44 % считают,

что социальные работники скорее нужны, чем нет; 8 % респондентов отмечают, что социальные работники не нужны, и что эта профессия не отвечает современным требованиям, в основном так ответили более молодые респонденты, в возрасте от 26 до 30 лет (рис. 6).

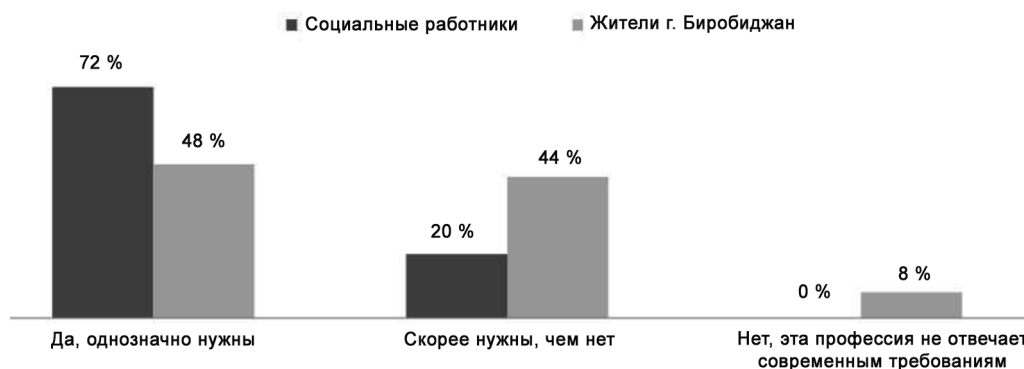


Рис. 6. Нужны ли, по мнению респондентов, в современных условиях социальные работники
Fig. 6. Is there a need for social workers in modern conditions? (according to the respondents)

В ходе исследования было выявлено что, по мнению специалистов, современный социальный работник имеет сформировавшийся «позитивный имидж» – так считают 52 % респондентов, но 32 % респондентов считают, что имидж социального работника ещё не сформировался окончательно, остальные респонденты затруднились от-

ветить на данный вопрос. В тоже время и жители города (44 %) считают, что имидж социального работника ещё не сформировался, и 32 % из них считают, что современные социальные работники имеют «позитивный имидж», а 22 % охарактеризовали имидж современного социального работника как «негативный» (рис. 7).

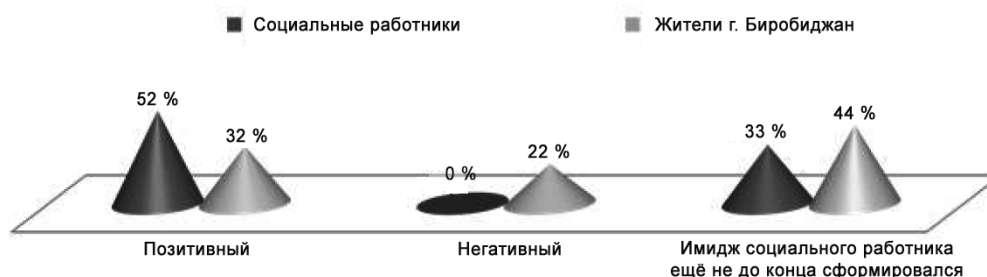


Рис. 7. Характеристика сформировавшегося имиджа социального работника
Fig. 7. The characteristic of the formed image of a social worker

Респондентам было предложено оценить уровень имиджа социального работника по десятибалльной шкале. Анализ исследования показал, что 34 % опрошенных специалистов данной профессии оценили уровень имиджа социального работника в пять баллов, как средний уровень. 18 % считают, что уровень имиджа социального

работника равен десяти баллам, что приравнивается к самому высокому уровню, остальные респонденты оценили уровень имиджа социального работника чуть ниже среднего, или чуть выше среднего, или дали совсем низкую оценку. Несмотря на то, что в предыдущем вопросе, по мнению самих же специалистов, сформировавшийся

имидж социального работника был оценен как «позитивный», большая их часть оценила уровень имиджа социального работника как средний, и так считают 34 % социаль-

ных работников. Опрошенные жители города оценили уровень имиджа социального работника чуть ниже среднего, так считают 28 % человек (рис. 8).

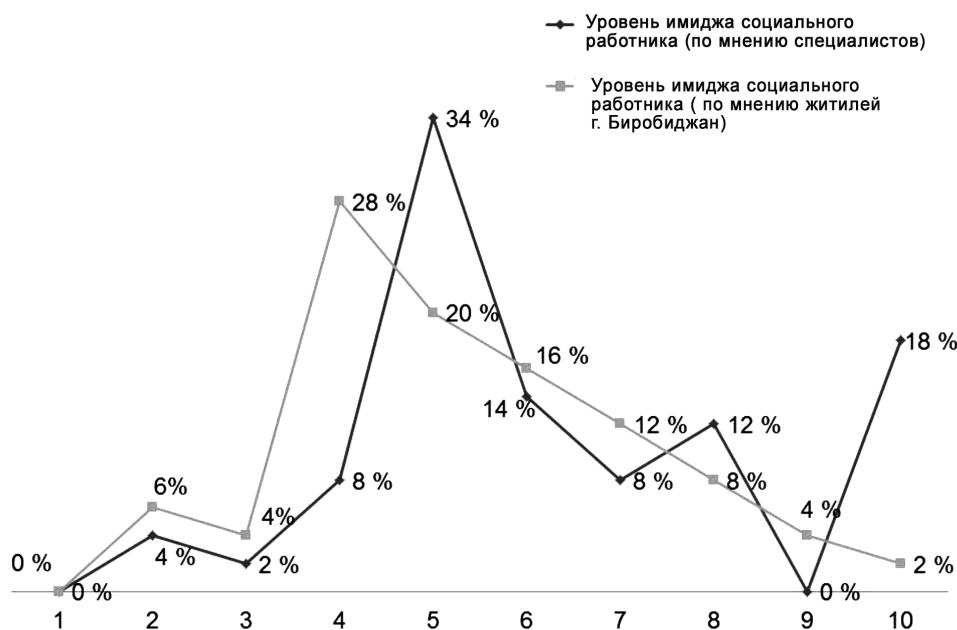


Рис. 8. Уровень имиджа социального работника по оценке респондентов

Fig. 8. The level of the image of a social worker (according to the respondents)

Далее респондентам было предложено выбрать из представленного списка определений, как формируется имидж социального работника. Анкетирование показало, что 50 % социальных работников считают, что имидж формируется в первую очередь как манера поведения, репутация специалиста, профессионализм и компетентность; 30 % респондентов считают, что их имидж формируют внешность и умение вести диалог. Оставшиеся 20 % респондентов затруднились с ответом на этот вопрос. Опрошенные 50 % жителей города считают, что имидж формируется в первую очередь в результате умения вести диалог, манере поведения, профессионализма и компетентности; 40 % жителей города считают, что имидж социального работника формируют внешность, голос и профессиональная репутация.

Анализ исследования показал, что 44 % социальных работников считают, что их профессия престижна на данный момент, но 52 % опрошенных жителей ответили что «нет», не престижна, и в большей степени это связано с низкой заработной платой. 32 % затруднились ответить на поставленный вопрос, так как, по их мнению, в ны-

нешней сложной экономической ситуации трудно назвать какая профессия на данный момент считается престижнее. И только 12 % опрошенных жителей ответили что «да, престижно», но большее количество жителей (34 %) затруднились ответить на заданный вопрос (рис. 9).

На вопрос о том, что же нужно предпринять, чтобы повысить уровень имиджа социального работника, среди самих социальных работников самым популярным ответом оказалось повышение профессионализма, развитие своей коммуникабельности и разносторонности, а также умение применять на практике теоретические знания и навыки, посещать тренинги и семинары для профессионального роста. Второе место по популярности занимает повышение заработной платы. Жители города Биробиджан предложили серьезнее относиться к подготовке будущих социальных работников, популяризировать значение профессии, её полезность, успехи социальных служб. Акцент сделали и на повышение профессиональной квалификации, самосовершенствование и, конечно же, повышение заработной платы.

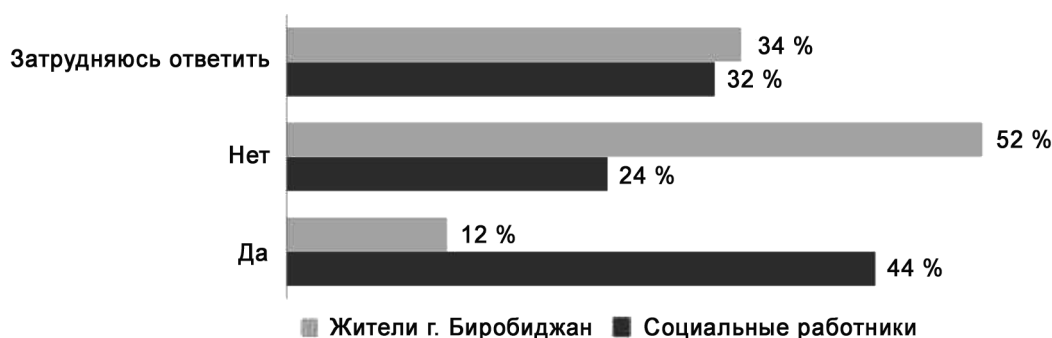


Рис. 9. Престижно ли в наше время быть социальным работником?

Fig. 9. Is it prestigious to be a social worker nowadays?

Выводы. Итак, анализ исследования показал, что большая часть опрошенных респондентов имеют представление о понятии «имидж» и понимают под ним образ или облик, создаваемый в отношении какого-либо человека или предмета. Имидж социального работника формируют следующие составляющие: умение вести диалог, манера поведения, профессионализм и компетентность. Для формирования имиджа социального работника необходимо постоянное повышение профессиональной квалификации специалиста, в разных формах курсы, тренинги, семинары, а также самостоятельное самосовершенствование. Всё это способствует интеллектуальному и личностному развитию, уверенности в своих силах для дальнейшей профессио-

нальной деятельности и обеспечивает наращивание интеллектуального потенциала социальных служб [3, с. 143].

Хорошо продуманный имидж социального работника поможет ему в профессиональной деятельности, повысит доверие и устранил преграды между социальным работником и его клиентом. Глубокое понимание сущности профессионального имиджа и необходимости его формирования и поддержания представляет собой обязательное условие качественного профессионального образования специалиста социальной сферы.

«Позитивный» имидж социального работника подчеркнёт всё лучшее, что есть в нём, и поможет быть самим собой в профессиональной деятельности.

Список литературы

1. Воротилкина И. М. Обучение взрослых в магистратуре по социальной работе // Высшее образование в России. 2015. Вып. 3. С. 140–144.
2. Воротилкина И. М., Некозырева К. С. Имидж социального работника // Молодёжные исследования и инициативы в науке, образовании, культуре, политике: материалы XI Всерос. молодёжной науч.-практ. конф. Биробиджан: Изд-во ИЦ ПГУ им. Шолом-Алейхема, 2016. Вып. 2. С.147–151.
3. Загорская Н. С. Имидж социального работника и проблемы его формирования // Социальная работа: белорус. журн. 2008. № 4 .
4. Камболов С. А. Структурно-функциональная модель имиджа социального работника // Человеческий капитал. 2014. Вып. 11. С. 64–67.
5. Камболов С. А. Конгруэнтность имиджа социального работника как фактор эффективности его профессиональной деятельности // Человеческий капитал. 2014. Вып. 1. С. 54–57.
6. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М.: Омега-Л, 2007. 266 с.
7. Перельгина Е. Б. Психология имиджа. М.: Аспект-Пресс, 2002. 223 с.
8. Профессиональный имидж и престиж социальной работы / М. В. Певная, Ю. Р. Вишневский, Я. В. Дидковская, Н. Б. Качайнова; под ред. Ю. Р. Вишневского. Екатеринбург: УрФУ, 2011. 184 с.
9. Романина Л. А. Социальное образование: фактор совершенствования региональной системы социальной защиты населения. М.: Центр-пресс, 2003. 163 с.
10. Тихонов И. П. Имидж руководителя: методы формирования. М.: Лаборатория книги, 2010. 127 с.

Статья поступила в редакцию 20.12.2016; принята к публикации 28.03.2017

Библиографическое описание статьи

Воротилкина И. М., Нekoзырева К. С. Имидж в профессиональной деятельности социального работника // Учёные записки ЗабГУ. Сер. Социологические науки. 2017. Т. 12, № 3. С. 13–22.

Irina M. Vorotilkina¹,

*Doctor of Pedagogy, Professor,
Sholom-Aleichem Priamursky State University
(70A Shirokaya st., Birobidzhan, 679015, Russia),
e-mail: btb-irina@rambler.ru*

Ksenia S. Nekozyreva²,

*Second Year Master's Degree Student,
Sholom-Aleichem Priamursky State University
(70A Shirokaya st., Birobidzhan, 679015, Russia),
e-mail: nekozyreva_ks_94_25@mail.ru*

Image in the Professional Activity of a Social Worker

The article discusses the concept of image from the viewpoint of different authors, its diversity and the main components. Based on the results of such researchers as S. A. Kambolov, I. P. Tikhonov, E. B. Perelygina and others, the article presents the structure of image formation and develops a model of the image of a social worker using the elements of S. A. Kambolov's structural-functional model of the image of a social worker. The authors attempt to show the structure of the individual image of a social worker as the basis for forming a professional image. The importance of image is shown in the professional activity of a social worker. The article analyzes the research, the purpose of which is to identify the role of image in the professional activity of a social worker. The results of the research show that image plays an important role and has a positive impact on the professional activity of a social worker. A well-thought-out image of a social worker helps to enhance confidence and remove impediments between him and his clients, thereby increasing his professional image of a social worker.

Keywords: image, social worker, individual image, personality, congruence

References

1. Vorotilkina I. M. Obuchenie vzroslykh v magistrature po sotsial'noi rabote // Vyshee obrazovanie v Rossii. 2015. Vyp. 3. S. 140–144.
2. Vorotilkina I. M., Nekozyreva K. S. Imidzh sotsial'nogo rabotnika // Molodezhnye issledovaniya i initsiativy v nauke, obrazovanii, kul'ture, politike: materialy Khl Vseros. molodezhnoi nauch.-prakt. konf. Birobidzhan: Izd-vo ITS PGU im. Sholom-Aleikhema, 2016. Vyp. 2. S.147–151.
3. Zagorskaya N. S. Imidzh sotsial'nogo rabotnika i problemy ego formirovaniya // Sotsial'naya rabota: belorus. zhurn. 2008. № 4 .
4. Kambolov S. A. Strukturno-funktsional'naya model' imidzha sotsial'nogo rabotnika // Chelovecheskii kapital. 2014. Vyp. 11. S. 64–67.
5. Kambolov S. A. Kongruentnost' imidzha sotsial'nogo rabotnika kak faktor effektivnosti ego professional'noi deyatel'nosti // Chelovecheskii kapital. 2014. Vyp. 1. S. 54–57.
6. Panasyuk A. Yu. Formirovanie imidzha: strategiya, psikhotehnologii, psikhotehniki. M.: Omega-L, 2007. 266 s.
7. Perelygina E. B. Psikhologiya imidzha. M.: Aspekt-Press, 2002. 223 s.
8. Professional'nyi imidzh i prestizh sotsial'noi raboty / M. V. Pevnaya, Yu. R. Vishnevskii, Ya. V. Didkovskaya, N. B. Kachainova; pod red. Yu. R. Vishnevskogo. Ekaterinburg: UrFU, 2011. 184 s.
9. Romanina L. A. Sotsial'noe obrazovanie: faktor sovershenstvovaniya regional'noi sistemy sotsial'noi zashchity naseleniya. M.: Tsentr-press, 2003. 163 s.
10. Tikhonov I. P. Imidzh rukovoditelya: metody formirovaniya. M.: Laboratoriya knigi, 2010. 127 s.

Received: December 20, 2016; accepted for publication: March 28, 2017

Reference to the article

Vorotilkina I. M., Nekozyreva K. S. Image in the Professional Activity of a Social Worker // Scholarly Notes of Transbaikal State University. Social Sciences Series. 2017. Vol. 12, No. 3. PP. 13–22.

¹ I. M. Vorotilkina is the main author and the organizer of the study, she draws conclusions and summarizes the results of the collective project.

² K. S. Nekozyreva structures the material, prepares the manuscript.