

УДК 159.9:37.06

ИМИДЖ ПЕДАГОГА КАК ФЕНОМЕН СОЦИАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ И СТЕРЕОТИПА

Белобрагин В.В.

ЧУ ООВО «Институт экономики и культуры», Москва, e-mail: vbelobragin@mail.ru

Статья посвящена актуальным проблемам педагогики, педагогической имиджологии, социально-психологической науки, а также социологии, философии и многих других наук – проблеме имиджа педагога с точки зрения социального восприятия (перцепции) вообще и социальных стереотипов и установок в частности. Рассматриваются теоретические основы категории «имидж» как социально-психологического феномена, основные функции имиджа. С точки зрения автора, имидж является результатом социального восприятия и социального познания – эмоционально окрашенный образ, представление, впечатление, мнение, репутация, относящиеся как к отдельной персоне, так и к группе людей, товарам, услугам, сервису и пр., находящиеся в индивидуальном, групповом или массовом сознании. Среди основных функций автор выделяет: психологическую поддержку, коррекцию и высвечивание лучших личностно-деловых качеств, познавательную, информационную, функцию социального влияния и многое другое. Особое место уделяется теоретическому анализу категорий «социальный стереотип» и «социальные установки», а также практическому исследованию автора по выявлению социальных стереотипов, относящихся к профессии педагога (учителей-предметников и др.). Автор представляет основные данные эмпирических исследований, представляет дефиницию категории «имидж педагога», дает заключение, что социальные стереотипы – это устойчивые представления людей по отношению к каким-либо событиям, действиям, социальному поведению людей, особенностям профессиональной деятельности и пр.

Ключевые слова: имидж, имидж педагога, социальное восприятие (перцепция), социальные стереотипы, социальные установки, типизация, имиджевые стереотипы

THE IMAGE OF THE TEACHER AS A PHENOMENON OF SOCIAL PERCEPTION AND STEREOTYPE

Belobragin V.V.

Institute of Economics and Culture, Moscow, e-mail: vbelobragin@mail.ru

The article is devoted to the actual problems of pedagogy, pedagogical image, social and psychological science, as well as sociology, philosophy and many other sciences – the problem of the teacher's image in terms of social perception (perception) in general and social stereotypes and attitudes in particular. The theoretical foundations of the category «image» as a socio-psychological phenomenon, the main functions of the image are considered. From the point of view of the author, the image is the result of social perception and social cognition – an emotionally colored image, representation, impression, opinion, reputation, relating both to a single person, and to a group of people, goods, services, etc., group or mass consciousness. Among the main functions the author singles out: psychological support, correction and highlighting of the best personal and business qualities, cognitive, informational, social influence function and much more. A special place is allocated to the theoretical analysis of the categories «social stereotype» and «social attitudes», as well as to the author's practical research on the identification of social stereotypes related to the profession of the teacher (subject teachers, etc.). The author presents the basic data of empirical research, presents the definition of the category «teacher's image», gives the conclusion that social stereotypes are stable representations of people in relation to any events, actions, social behavior of people, peculiarities of professional activity, etc.

Keywords: image, image of a teacher, social perception (perception), social stereotypes, social attitudes, typification, image stereotypes

Категория «имидж» уверенно вошла в оборот многих современных наук (педагогики, психологии, философии, экономики и др.), а также искусства и других сфер общественной и социальной жизни. Актуальность имиджа объясняется большим его влиянием на восприятие и понимание людьми друг друга, взаимоотношения между ними, восприятие и познание социальной действительности, эффективность работы, как в производственной, творческой, так и в педагогической и научной деятельности.

Цель исследования: рассмотреть феномен имиджа как феномен социального восприятия в целом и социальных стереотипов

в частности; провести эмпирическое исследование имиджа педагога с точки зрения социальных стереотипов.

Материалы и методы исследования

Теоретический анализ литературы и опрос. Проблемам имиджа педагога посвящены работы таких ученых, как Е.А. Петрова, Ж.Г. Попова, А.А. Калюжный, С.Н. Захарова, Н.М. Шкурко и др. Исследования ученых сводятся к мнению, что позитивный имидж педагога играет важную роль в педагогическом процессе в целом, а именно влияет на мотивационную сферу, самооценку педагога, а также высокую оценку профессиональной компетентности и репутации педагога в целом со стороны обучающихся, родителей, коллег и многое другое [1, 2].

Что касается имиджа в целом, он определяется многими исследователями как форма отражения субъектом объекта социального восприятия или как инструмент социального управления. С нашей точки зрения, имидж – эмоционально окрашенный, носящий стереотипный характер образ-представление, это впечатление, мнение (индивидуальное, групповое, общественное и др.), репутация как результат социального восприятия (перцепции), как прямого, так и косвенного, касающиеся отдельной персоны, группы людей, организации, отдельного товара, сервиса, услуги, любого социального предмета или явления, находящиеся в индивидуальном или массовом сознании.

Можно выделить следующие основные функции имиджа: психологическая поддержка; социально-символическое опознавание или отождествление; социально-психологическая (коммуникативная) коррекция отдельной персоны; самопрезентация личностно значимых и деловых качеств персоны; комфортизация межличностных и деловых отношений; создание необходимого мнения, репутации у целевой аудитории; социальное влияние; популяризация различных услуг, товаров и брендов; креативная функция (реализация творческих способностей и пр.); эстетическая функция; познавательная функция; информационная функция и др.

Функции делятся также на явные (открытые) и неявные (скрытые). Явные функции открыто провозглашают реальные цели и задачи, через неявные функции имидж носит манипулятивный характер, это проявляется в том, что создается внешне благоприятный и в целом позитивный имидж персоны или корпорации, товара или услуги, территории и т.д., которые в действительности такими не являются, то есть это искусственно создаваемый имидж, который может быть и ложным [3–5].

Носителем (объектом) имиджа могут быть человек, группа людей, организация, территория, товар, услуги и т.п. В качестве аудитории имиджа (субъектом) выступает отдельная персона и (или) социальная группа.

Можно выделить следующие основные типы (виды) имиджа, среди них: персональный, в том числе и профессиональный имидж – это имидж отдельной персоны в целом и представителя определенной профессии в частности (имидж педагога и пр.); корпоративный – имидж организации, фирмы, учреждения и др. (имидж учебного заведения и т.п.); предметный имидж – имидж отдельных предметов (например, имидж камня, золота, предмета мебели и пр.); имидж образования (имидж образовательного процесса в конкретном учебном заведении и др.); имидж торговой марки, бренда или товара; имидж качества (жизни, товаров, выполняемых услуг, образования, сервиса и др.) и другие.

Исследования педагогической, имиджологической и социально-психологической наук подтверждают, что имидж относится в первую очередь к группе социально-психологических феноменов и подчиняется всем их основным законам, что особенно важно для профессиональной деятельности современного педагога, среди них: человек – существо социальное, он зависим от своего социального окружения (социальной группы и т.п.) и его ожиданий и предписаний; поведение человека в любой социальной группе определяется стереотипами – обобщенными и упрощенными представлениями, например, о «стандарт-

ном» (необходимом) внешнем облике представителя конкретной профессии и др.; отношение всей группы к отдельной персоне влияет на то, как именно к нему будут относиться ее отдельные члены; в различных социальных группах один и тот же человек может иметь разную репутацию и в целом разный имидж в представлении членов этих групп и др.

Имидж динамичен, его атрибуты преобразуются, видоизменяются в соответствии с изменениями в самом носителе (коррекция персонального имиджирования и пр.) или в групповом сознании.

Итак, феномен имиджа основан на том, что человек подвержен социальному окружению, социальному влиянию и стереотипам. Рассмотрим социальные стереотипы как феномен педагогики, социальной психологии и имиджологии.

Стереотип – в переводе с греческого языка означает «твердый отпечаток». В социально-психологической науке категория «социальный стереотип» означает устойчивый и упрощенный образ социального объекта (личности, событий, явлений и т.д.). По мнению Е.В. Змановской, «социальные стереотипы могут быть позитивными и негативными. Выполняя положительные функции, стереотипы, по мнению автора, существенно облегчают нашу жизнь. Они ускоряют восприятие, задают критерии для оценок, приобретают форму полезного знания, ориентируют в социальных ценностях. Они также лежат в основе общего взгляда людей на различные проблемы и создают благоприятную почву для взаимопонимания» [6].

Стереотип, который возникает при социальном восприятии, имеет свои особенности. По мнению М.Р. Битяновой, стереотип возникает на основе ограниченного прошлого опыта и в силу принадлежности человека к какой-либо профессии. Здесь можно говорить о таком феномене, как стереотипизация социального восприятия [7]. Этот феномен, по мнению педагогической и социально-психологической наук, может привести к упрощению социального познания, а также к возникновению определенных предубеждений, к формированию «клише» по отношению к воспринимаемым людям и явлениям.

Одновременно стереотипы способны и исказить социальную действительность. Здесь они упрощают наше восприятие и представление о том или ином объекте, формируют неточное (ошибочное) мнение. Отрицательные (негативные) стереотипы могут проявляться, например, в различных предрассудках, относящихся к половозрастной принадлежности к педагогической деятельности, внешнему облику представителей педагогических профессий, а также в житейских предрассудках, ритуалах, полоролевых, этнических и прочих предубеждениях.

Термин «социальный стереотип» во многом близок понятию «социальная установка» (или «аттитюд») – внутренняя готовность человека (субъекта) воспринимать и (или) взаимодействовать с другой персоной определенным образом.

В целом социальные стереотипы и установки могут проявляться в следующих основных формах: стереотипные ритуалы и действия; доминирующее поведение и чувства; обобщенные представления о ком-либо или о чем-либо; устойчивые правила и запреты; социальные клише и ярлыки; общественное мнение; доминирующие ценности.

В науке выделяют еще один социальный феномен, «типизация». Оно выражается в том, что в на-

шем сознании имеются некие обобщенные образы, клише, которые мы используем в качестве своеобразного эталона для оценки и сравнения. Применительно к имиджу, это образы конкретных известных персон или исторических и литературных героев, ставших узнаваемыми, благодаря сложившемуся узнаваемому типу (например, «доктор Айболит», «Баба Яга», «Иван Царевич», «гламурная дама», «король гламура», «новый русский», «примадонна эстрады») и т.д.

Мы видим, что социальные стереотипы – это устойчивые представления людей по отношению к каким-либо событиям, действиям, социальному поведению других людей, особенностям профессиональной деятельности и пр. Поэтому имидж крайне связан с этим феноменом, так как социальный стереотип является составной частью имиджа, показателем его влияния на объект имиджирования. Любой персональный (профессиональный) или корпоративный имидж, в том числе и в педагогической деятельности, часто строится на основе социальных стереотипов и установок.

Исследуя имидж современного педагога, важно рассмотреть важные стереотипы, имеющие отношение к его профессиональной принадлежности. Выявим основные характеристики социальных стереотипов, имеющих отношение к профессиональной принадлежности (профессиональному имиджу) учителей-предметников средней общеобразовательной школы, проведя специальное исследование, используя метод опроса, в которых приняли участие в 2017–2018 гг. студенты московских педагогических вузов (60 человек: 32 девушки и 28 юношей от 19 лет до 21 года). Были представлены для рассмотрения следующие учителя в зависимости от преподаваемой дисциплины: учитель русского языка и литературы, учитель математики, учитель физики, учитель физической культуры, а также педагог как обобщенный имиджевый портрет.

Результаты исследования и их обсуждение

Испытуемым предлагалось обозначить основные характеристики имиджа с точки зрения стереотипных представлений учителей нескольких школьных дисциплин.

Учитель русского языка и литературы: «немолодая женщина», «строгий классический костюм», «собранные в пучок волосы», «легкий макияж у женщин», «белый верх и черный низ», «надетые очки», «серая мышь», «закрытая поза», «поза задумчивости», «спокойный и негромкий голос», «интеллигентность», «высокая образованность», «старомодность», «консерватизм», «требовательность», «строгость» и др.

Учитель математики: «как правило, мужчина средних лет и старше», «неаккуратно причесаны волосы», «в целом короткая стрижка или залысина», «небольшого роста», «костюм не подобран по стилю», «белый верх и черный низ», «старомодный костюм», «надетые очки», «беглый взгляд», «поза задумчивости», «немного занудный(-ая)», «очень строгий(-ая)», «требовательный(-ая)»,

«принципиальный(-ая)», «консерватор», «феноменальная память» и др.

Учитель физики: «прическа с легкой небрежностью», «седой(-ая)», «борода», у женщин – «немодный костюм и собранные в пучок волосы», «в целом непривлекательный внешний облик», «старомодный костюм», «закрытые позы», «поза задумчивости», «сонный взгляд», «внешне невзрачный человек со странным поведением», «всегда в очках», «с указкой», «немного занудный(-ая)», «очень строгий(-ая)», «консерватор», «физик-лирик», «феноменальная память» и т.д.

Учитель физической культуры: «молодой(-ая)», «всегда в спортивном костюме», «со свистком», «спортивный внешний облик у мужчин», «учитель-мужчина всегда высокого роста», «женщины – с излишками веса и небольшого роста», «закрытые позы», «хриплый» голос (и у женщин, и у мужчин)», «командный голос», «поведение чаще агрессивное», «бывший спортсмен», «спортсмен-неудачник» и др.

Педагог: «всегда строг», «опрятный и доброжелательный внешний вид», «имеет определенный (специфический) внешний облик: строгий костюм, собранные в пучок волосы (у женщин), наличие бороды (у мужчин-физиков, математиков, географов)», «белый верх и черный низ», «надетые очки», «отсутствие модных аксессуаров и украшений», «в руках указка или мел», «угрюмый и грозный взгляд», «зрелый возраст», «высоко интеллектуален», «образован», «одинок», «несчастен в любви», «зануда», «требовательный(-ая)», «принципиальный(-ая)», «консерватор» и другое.

Заключение

Итак, исследования автора дают возможность дать следующее определение понятию «имидж педагога», – это стереотипные представления, носящие дифференцированный характер, о визуальном облике, качествах личности, социально-ролевых характеристиках, профессиональном мастерстве, принадлежности к определенной специализации (научному направлению и т.п.) и его репутации, находящиеся в массовом, групповом и (или) индивидуальном сознании.

При этом внешний имидж педагога (учителя школы и др.) включает в себя его физические особенности (рост, телосложение и пр.), костюм (все его компоненты), невербальные особенности, которые он транслирует аудитории. Студенты чаще всего называли такие характеристики, как «небольшого роста», «старомодный костюм»,

«всегда в очках», «собранные в пучок волосы» (у женщин), «в целом короткая стрижка или залысина», «борода» (у мужчин), «в целом непривлекательный внешний облик», «закрытая поза», «угрюмый и грозный взгляд», «в руках указка или мел», и др.

Внутренний имидж – особенности интеллекта, характера, темперамента, коммуникативные качества, самооценка, профессионализм, ценностные ориентации личности, хобби, деловая репутация, профессиональное мастерство, педагогические и научные достижения, профессиональный опыт и многое другое. Испытуемые чаще называли следующие характеристики: «очень строгий(-ая)», «принципиальный(-ая)», «консерватор», «высоко интеллектуален», «образован(-на)», «феноменальная память», «немного занудный(-ая)», и др.

При этом существуют половозрастные различия в стереотипных представлениях об учителях разных предметов: учителя гуманитарных наук преимущественно женщины средних лет и старше, естественных наук – мужчины среднего и старшего возраста, учителя физической культуры – молодые мужчины и реже женщины.

Исследования показывают, что наша социальная жизнь во многом зависима от социальных стереотипов, они – результат нашего жизненного опыта, социальных установок и социального влияния в целом, в том числе и влияния различных коммуникативных каналов (средств массовых коммуникаций, «сарафанного радио» и др.).

Стереотипы проявляются не только в форме ригидных убеждений. Стереотипными могут быть не только представления о ком-либо или о чем-либо, но и наши действия и побуждения. Поэтому каждый педагог и средней школы, и высшего учебного заведения должен понимать и правильно оценивать свой профессиональный имидж с точки зрения социального восприятия (как воспринимают и оценивают его ученики и родители, студенты, коллеги, средства массовой информации и др.).

На наш взгляд, следует условно отметить следующие эталонные имиджевые характеристики современного педагога: в целом здоровый и привлекательный внешний облик; строгий современный (не старомодный) костюм; ухоженные волосы и опрятная прическа; легкий макияж у женщин; нормальное телосложение; открытый и доверительный взгляд; белые и ровные зубы; приятно звучащий тембр голоса; исключительно грамотная речь; выразительность жестов; «живой» ум и остроумие; профессиональная педагогическая компетентность; психологическая и соци-

ально-коммуникативная компетентность; правдивость; моральная устойчивость; динамичность; артистичность; стремление к самообразованию и повышению квалификации и многое другое.

Выделим некоторые практические рекомендации: педагог должен заботиться о том, как он себя представляет окружающим, что именно транслирует; к любой профессиональной ситуации следует досконально готовиться с целью произвести адекватное и всегда благоприятное впечатление на конкретного человека или социальную группу; в деловом и профессиональном общении необходимо тщательно продумывать порядок предоставления информации, так как, по мнению ученых, наиболее позитивную и значительную следует предоставлять в самом начале выступления или письменного послания; для повышения значимости собственного имиджа целесообразно выступать первым, например, в дискуссии, на научной конференции, родительском собрании и пр.

Итак, социальные стереотипы, имеющие отношение к деятельности педагога – это устойчивые представления по отношению к особенностям профессиональной деятельности, компетентности и успешности педагога: стилю работы, статусу, опыту и др., а также особенностям внешнего облика (костюм, прическа, невербальные коммуникации и пр.), социального поведения, представления о половозрастных различиях и другое.

Все перечисленные особенности играют огромную роль в процессе создания, поддержания и коррекции персонального (профессионального) имиджа современного педагога (учителя-предметника), что, безусловно, влияет на его профессиональную успешность.

Список литературы

1. Петрова Е.А. Имидж учителя в современной России / Е.А. Петрова, Н.М. Шкурко. – М.: РИЦ АИМ, 2006. – 102 с.
2. Захарова С.Н. Имидж педагога как составляющая профессиональной компетентности / С.Н. Захарова // Молодой ученый. – 2016. – № 5.1. – С. 16–18.
3. Белобрагин В.В. Психология имиджа: учебно-метод. пособие / В.В. Белобрагин. – М.: Научный консультант, 2018. – 72 с.
4. Белобрагин В.В. Технологии формирования персонального образа потребителя: Учеб. пособие / В.В. Белобрагин. – М.: «Спутник +», 2016. – 49 с.
5. Петрова Е.А. Имиджелогия: Избранные труды: монография / Е.А. Петрова. – М.: РИЦ АИМ, 2011. – 204 с.
6. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем / Е.В. Змановская. – СПб.: Речь, 2005. – 144 с.
7. Битянова М.Р. Социальная психология: учебное пособие / М.Р. Битянова. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 368 с.