

Лєскова Л. Ф. (Чернігів, Україна)
РОЛЬ ІМІДЖУ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА

У тезах обґрунтовано необхідність формування позитивного іміджу соціального працівника як складової його професійної компетентності. У зв'язку з цим, актуальною стає проблема цілеспрямованого формування іміджу в умовах підготовки майбутніх спеціалістів соціальної сфери.

Leskova L. (Chernihiv, Ukraine)
THE ROLE OF IMAGE IN THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF SOCIAL WORKER

The article is based the necessity of formation of a positive image of the social worker as part of his professional competence. In this regard, urgent problem for formation of image in terms of the training of future specialists in the social sphere.

У сучасних умовах особливого значення для ефективної діяльності соціального працівника набуває професійна компетентність спеціаліста, яка включає в себе соціально-педагогічні, соціально-психологічні та інші характеристики особистості. Сюди ми відносимо і поняття «імідж».

Поняття «імідж» за найбільш частим тлумаченням наближене до відомого грецького слова «харизма», яке у Стародавній Греції означало обдарованість, авторитетність, мудрість і святість. Люди, котрі мали сукупність схожих якостей, за усіх часів володіли силою впливу на оточуючих, тому керівників, наділених харизмою, зазвичай називали харизматичними лідерами.

Пізніше формується поняття іміджу, яке спочатку відносилось до особистості. Імідж особистості пов'язаний із зовнішністю, поставленим голосом, умінням триматися та виступати перед публікою, вести діалог тощо.

Розробки у галузі іміджу розпочалися у Західній Європі, Північній Америці та Японії з 1950-х років. Основною метою формування іміджу у цей період було надання унікальності особистості в очах громадськості.

З 60-х років термін «імідж» знову виникає, як основний засіб психологічного впливу на оточуючих людей. Пізніше поняття іміджу міцно увійшло у політичне та суспільне життя.

Американська дослідниця іміджу Л. Браун вважає, що «професійний навик сам по собі не забезпечить вас роботою або просування по службовій драбинці. Для цього потрібно приваблювати до себе людей, з якими працюєш, тобто необхідно створювати потрібний імідж. Вважається, що люди судять про нас по зовнішньому враженню, який ми справляємо на протязі перших п'яти секунд розмови. Саме такі якості особистості, як зовнішність, голос, уміння вести діалог можуть мати вирішальну роль і у вашій кар'єрі, і в усьому житті...» [2].

Імідж соціального працівника через відносну новизну цієї професії в нашій країні ще не встиг сформуватися. Разом з тим важко переоцінити значення цього фактора у професійному спілкуванні, де значно зростає роль самопрезентації. Позитивний імідж як особливий особистісний інструментарій сприяє встановленню контактів з іншими людьми, що робить процес взаємодії з ними більш ефективним. У зв'язку з цим, актуальною стає проблема цілеспрямованого формування іміджу в умовах підготовки майбутніх спеціалістів соціальної сфери.

Термін «імідж» (англ. image – образ, престиж, репутація) – враження, яке організація та її співробітники справляють на людей і яке фіксується в їхній свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень (думок, суджень про них) [1].

Вдало створений імідж допомагає зміцнити ділову репутацію, а не підмінити її, оскільки авторитет не можна створити відразу за допомогою яскравої картинки. Вдалий імідж яскраво і правдиво відображає реальні переваги керівника, стає невід'ємною частиною його ділової репутації, допомагає завоювати довіру. Тобто, можна з впевненістю сказати, що правильно створений імідж, допомагає у виконанні завдань, поставлених перед соціальним працівником.

Соціальний працівник сьогодні – це людина нової генерації, яка здатна діяти, мислити по-новому, брати на себе відповідальність відповідно до трансформаційних змін, що відбуваються в суспільстві. Як справедливо зауважує Холостова Е. І. не кожна людина може стати соціальним працівником. Визначальним критерієм є система її духовних цінностей. Ціннісні установки професійної соціальної роботи зводяться до загальнолюдських цінностей, поваги до честі та гідності людини, унікальності її особистості.

Соціальна робота як професія вимагає ґрунтовної підготовки і постійного вдосконалення спеціалістів у цій галузі, формування їх іміджу. Поняття іміджу включає не тільки природні властивості особистості, але й спеціально напрацьовані, створені, воно пов'язане як з зовнішнім виглядом, так і з внутрішнім змістом людини, його психологічним типом.

Саме для того, щоб ефективно виконувати свою роботу, майбутній соціальний працівник повинен володіти рядом особистісних характеристик, які є елементами його професійної компетентності. Одним із таких елементів безпосередньо виступає професійний імідж [4].

Разом із тим набуття професійного іміджу, володіння ним – це важлива особистісна та професійна характеристика, яка має глибокий практичний зміст.

Сучасна наука має широкий спектр засобів, методів та технологій, спрямованих на створення та підтримку іміджу різноманітних об'єктів, зокрема – фахівців усіх відомих галузей. Проте дослідження наукових ресурсів показало, що проблема формування професійного іміджу майбутнього соціального працівника досі не стала об'єктом спеціального дослідження.

В процесі формування професійного іміджу істотну роль відіграє позитивне бачення своєї професії на різних рівнях професійного зростання – від початку навчання і до приєднання до фахової спільноти. Кожен етап становлення особистості майбутнього фахівця певної галузі – в нашому випадку соціальної роботи – повинен супроводжуватися мотивацією до самовдосконалення, саморозвитку, а головне – працювати за фахом. Ці компоненти є концептуальними складовими професійного іміджу.

Можна сказати, що зовнішній вигляд – своєрідна самопрезентація лідера. А оскільки в різних ситуаціях керівник постає перед оточуючими в несхожих ролях, його образ має бути багатограним і в рівній мірі відповідати очікуванням будь-якої цільової аудиторії [5].

У процесі побудови іміджу Шепель В. М. та інші дослідники виділяють наступні важливі етапи.

I етап – це вивчення особистісних характеристик, рис, складання «Я-концепції» за допомогою тестів, технологій. Роботу на іміджем слід починати із формування душевних, етичних рис, підпорядкованим загальнолюдським цінностям і законам суспільного розвитку.

II етап – підбір характеристик, які б відповідали роду або виду професійної діяльності. Якщо формується імідж керівника, то підбираються і культивуються риси лідера: відповідальність, дисциплінованість, організованість, інформованість, сміливість, ризикованість. Крім того, найголовніше, імідж створюється вірою в успіх і свої сили. Про людину судять на підставі того, що вона робить, як виглядає, що говорить і як вона говорить.

III етап – робота над зовнішнім виглядом. Привабливий зовнішній вигляд, невимушені манери поведінки, гармонія в статурі, благородні звички, приваблива посмішка причаровують оточуючих.

IV етап – робота над удосконаленням комунікативних навичок (мова, уміння спілкуватися, виступати перед аудиторією незалежно від того, який імідж ми формуємо: підлеглого чи менеджера) [6].

Професійний імідж має дещо спільне із такими поняттями, ж престиж, авторитет, рейтинг та репутація, адже на його формування впливають фактори зовнішнього середовища (а в перспективі – професійне оточення), і є результатом постійної роботи над собою в процесі становлення особистості майбутнього соціального працівника: в період від фахового навчання і до початку професійної діяльності.

Гармонійне поєднання особистісних цілей, якостей та цінностей з професійними, свідчить про готовність і здатність майбутнього соціального працівника до вступу у професію і, відповідно, до здійснення конструктивного внеску у формування позитивного іміджу соціального працівника і соціальної роботи загалом. Професійний та особистий успіх приходить із вирішенням проблем, із баченням своєї цінності для професії, а також генерацією нових ідей, які сприятимуть створенню вдалого іміджу професіонала [5].

Імідж складається із зовнішності (одяг демонструє бажання бути асоційованим певним чином); манери триматися і «мови тіла» (жести, рухи,

постава, хода, пози тощо); манери мови; вибору слів, включаючи і професійний лексикон; аксесуарами, що є показником належності до певної соціальної групи. Імідж соціального працівника повинен відповідати очікуванням соціального середовища. Пріоритетними характеристиками для іміджу соціального працівника є: людська привабливість, особиста чарівність та принадність, інтелігентність, позитивність настрою, інтерес до людей та їх проблем, бажання допомогти у вирішенні їхніх проблем, впевненість у собі, оптимізм, активність, індивідуальний стиль спілкування та діяльності.

Складовою іміджу і водночас засобом, який полегшує спілкування є візитні картки. Вони можуть використовуватися з метою:

- інформування в момент знайомства про себе і свою організацію, роботу;
- інформування про себе осіб, в контактах з якими ви зацікавлені;
- підтримання контактів з партнерами, поздоровлення із святом чи іншою подією;
- вираження подяки, співчуття, а також супроводження подарунка чи квітів.

У професійному іміджі будь-якого працівника визначальними є рівень культури, ерудиції, професіоналізму.

Необхідні для позитивного іміджу професійні якості: цілеспрямованість, рішучість, евристичність мислення, гнучкість поведінки, готовність ризикувати, впевненість у собі, конкурентоспроможність, енергійність, прагнення до успіху, вміння спілкуватися, ініціативність, вміння подобатися людям [3].

Отже, зазначимо, що особистісний імідж у професійному контексті – це реальний професійний образ. Праця над його створенням клопітка і непроста. Але це варто робити задля професійного успіху і самореалізації особистості.

ЛІТЕРАТУРА // ЛИТЕРАТУРА // REFERENCES

1. Балл Г. О. Проблема іміджу навчального закладу в контексті гуманізації освіти / Г. О. Балл // Наука і управління. Науково-практичний журнал. – 2007. – Т. 7. – № 1. – С. 139–141.

2. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун – СПб.: Питер Пресс, 1996. – С. 9

3. Капитонов А. Э. Корпоративная культура и РЯ / А. Э. Капитонов, Э. А. Капитонов. – М. : Изд-во МарТ, 2003. – 416 с.

4. Кононенко А. О. Психологічні складові індивідуального іміджу сучасного педагога [Електронний ресурс] : автореф. дис. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.07 / А. О. Кононенко. – Одеса, 2003. – Режим доступу : <http://referatu.net.Ua/rcferats/7569/150028>.

5. Мазоренко М. О. Діловий імідж – професійно важлива якість спеціаліста [Електронний ресурс] / М. О. Мазоренко // Проблеми екстремальної та кризової психології : зб. наук. пр. – 2010. – № 7. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Pekp/2010_7/files/038.pdf

6. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям / В. М. Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 576 с.