

*Социологические науки***ИМИДЖ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ  
СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ  
(учебное пособие)**

Дегтерев В.А., Галагузов А.Н., Глухих С.И.  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный  
педагогический университет», Екатеринбург,  
e-mail: korotun83@bk.ru

Успешность специалиста социальной сферы (социального педагога и специалиста по социальной работе) существенно зависит от того, каково представление окружающих о нем и о его деятельности. Специалист сам должен иметь такое представление о себе и понимать, на основании каких принципов, какими методами и способами оно может быть развито до уровня соответствующей компетентности. Для этого необходимо осознавать сущность рассматриваемого явления, уметь его распознавать и наблюдать, а также изучать, пользуясь методами научного познания.

В учебном пособии рассмотрены общность и различия основных представлений о профессиональном имидже социального педагога и социального работника, о роли имиджа в осуществлении их профессиональной деятельности, а также принципы, методы и пути формирования этого имиджа. Выяснено, что при общей гуманистической направленности деятельности специалиста социальной сферы, отражаемой внутренним компонентом имиджа, существуют различия, обусловленные спецификой объекта и предмета социальной педагогики и социальной работы. Преимущественно воспитательный характер деятельности социального педагога предполагает более формализованные внешние и процессуальные имиджевые проявления специалиста, соответствующие его ведущей позиции во взаимодействии. Поддерживающее, обслуживающее предназначение социальной работы требует проявлений имиджа, соответствующих одноуровневому с клиентом социальному взаимодействию.

Формирование профессионального имиджа базируется на социально-психологической основе, включая методологию, методику и технологию проведения соответствующих исследований. Для специалистов социальной сферы требования, предъявляемые аудиторией имиджа, усугубляются необходимостью их глубокого

понимания и установления доверительных отношений с клиентами.

Востребованность высокопрофессиональных специалистов привела к формированию определенных корпоративных отношений в их среде. Представленные в пособии результаты анализа данного вопроса показали, что проявления корпоративной культуры социальных педагогов и социальных работников являются субкультурными по отношению к общепедагогической корпоративной культуре. Именно это обстоятельство является основополагающим в рассмотрении проблемы профессионального имиджа специалистов социальной сферы. Оно отражает диалектическое сочетание культурного единства гуманистических аспектов научного и практического подходов отечественной и мировой педагогики со спецификой конкретной деятельности, направленной на социальное воспитание и социальную поддержку, в соответствии с объектом и предметом ее исследовательской и практической составляющих.

Глубокое понимание сущности профессионального имиджа и необходимости его формирования и поддержания представляет собой обязательное условие качественного профессионального образования специалиста социальной сферы. Одновременно это является неременным условием становления такого специалиста как корпоративной личности в общепедагогической корпоративной среде и в субкультурных средах.

Пособие подготовлено в качестве опорного материала к спецкурсу «Имидж в профессиональной деятельности социального педагога и специалиста по социальной работе» и предназначено для подготовки к проведению семинарских и практических занятий.

Настоящее учебное пособие имеет целью помочь студентам и специалистам социальной сферы наиболее эффективно использовать теоретические и практические достижения современной имиджологии для становления собственного профессионализма и связанных с этим самореализации и самоактуализации личности.

Учебное пособие адресовано студентам (бакалаврам и магистрам), обучающихся по направлениям психолого-педагогического образования (профиль психология и социальная педагогика) и социальная работа.