**Федеральное агентство по образованию**

**Мурманский Государственный Педагогический Университет**

Реферат по социальной работе:

**«Имидж социального работника»**

Подготовила:

студентка 3 курса

факультета СГФ

**Афонина Анна**

Мурманск

2009

**Содержание:**

Введение……………………………………………………….……………………3

1.Сущность и значение имиджа для успешной

профессиональной деятельности………………………………………………....4

2.Формирование имиджа социального работника…………………………….…6

Заключение……………………………………………………………………..….11

Литература…………………………………………………………………………12

**Введение**

Формирование имиджа индивида требует основательной подготовки и постоянного совершенствования. Понятие «имиджа» включает естественные свойства личности, оно также связано с внешним обликом и с внутренним содержанием человека, его психологическим типом.

Проблема имиджа актуальна и для сферы социальной работы. Дальнейшая карьера социального работника зависит от многих факторов, таких как: речевое и экспрессивное поведение личности; внешний облик (социальное оформление внешнего облика); ситуации взаимодействия (компетентный подход к решаемым проблемам, вопросам).

Цель работы: выявить отличительные особенности имиджа социального работника.

Задачи работы:

1. определить сущность и значение имиджа для успешной профессиональной деятельности
2. рассмотреть формирование имиджа социального работника

Степень разработанности темы: Разработки в области имиджа начались в Западной Европе, Северной Америке и Японии с 1950-х гг. Л. Браун считала, что необходимо располагать к себе людей – это является залогом успеха. Б. Джи разделял имидж на внешний и внутренний имидж – оба эти понятия взаимосвязаны. Отечественные разработки в области имиджа находятся в начальной стадии. О. Феофанов рассматривал имидж, как основное средство воздействия на социум. Г. Почепцов изучал технологии имиджа – имиджмейкинг.

**1.Сущность и значение имиджа для успешной профессиональной деятельности**

Имидж – 1) сложившееся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо.[[1]](#footnote-1) 2) искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия.[[2]](#footnote-2)

Понятие "имидж" в наиболее частой трактовке близко к известному греческому слову "харизма", которое в Древней Греции означало одаренность, авторитетность, мудрость и святость. Люди, обладающие совокупностью подобных качеств, во все времена обладали силой влияния на окружающих, поэтому руководителей, наделенных харизмой, обычно называли харизматическими лидерами.

Позднее формируется понятие имиджа, изначально относившееся к личности. Имидж личности связан с внешностью, поставленным голосом, умением держаться и выступать перед публикой, вести диалог и т. д.

Разработки в области имиджа начались в Западной Европе, Северной Америке и Японии с 1950-х гг. Сначала имидж сводился к довольно ограниченному набору элементов популярного стиля в сочетании с единым стандартом общества. Присутствовала и вербальная составляющая. В основном целью формирования имиджа в этот период являлось придание уникальности личности в глазах общественности. С 60-х гг. термин «имидж» вновь возникает, как основное средство психологического воздействия на окружающих людей. Позже понятие имиджа прочно вошло в политическую и общественную жизнь.

Американская исследовательница имиджа Л. Браун считает, что «профессиональный навык сам по себе не обеспечит вам работы или повышение по службе. Для этого нужно располагать к себе людей, с которыми работаешь, то есть необходимо создать нужный имидж. Считается, что люди судят о нас по внешнему впечатлению, которое мы производим в течение первых пяти секунд разговора. Именно такие качества личности, как внешность, голос, умение вести диалог, могут сыграть решающую роль и в вашей карьере, и во всей жизни…»[[3]](#footnote-3)

В работе Б. Джи концептуально освещены вопросы имиджа: «Разделив термин "имидж" на понятия внешнего и внутреннего имиджа мы выведем еще одно следствие: внешний имидж обязательно должен соответствовать внутреннему имиджу. Если в понятие внешний имидж вкладывается понятие общественное мнение, то под внутренним имиджем следует понимать, то, что человек должен соответствовать своему статусу в обществе (мораль, поведение), не переступать за грань допустимую тому имиджу, которому соответствует человек.[[4]](#footnote-4)

Отечественные разработки в области имиджа находятся в начальной стадии. На теоретическую разработанность проблемы имиджа в России оказали влияние определенная самоизоляция отечественной науки от мировой на протяжении долгого времени, объективные трудности, связанные со сложностью и многоаспектностью имиджа. Термин «имидж» в российском лексиконе начал активно использоваться примерно с середины 90-х гг. прошедшего века. Одним из первых, кто ввел понятие «имидж» в отечественную литературу был О. Феофанов, в своей работе он рассматривает имидж, как основное средство психологического воздействия на социум.[[5]](#footnote-5)

Г. Почепцов в своей работе, рассматривает вопросы, связанные с построением и управлением имиджем, а также его влиянием в различных контекстах. Акцентируется внимание на значительном повышении роли имиджа в современном обществе. Разработке методик имиджа.[[6]](#footnote-6)

Понятие имиджа и имиджмейкинга тесно взаимосвязаны: имиджмейкинг – совокупность технологий и техник, элементов и операций, предназначенных для реализации задачи по формированию имиджа объекта (человека, предмета, явления)[[7]](#footnote-7). Имиджмейкингом являются технологии формирования имиджа.

Создание положительного имиджа и высокой репутации является сложным и длительным процессом, главным условием которого является активность индивида. В настоящее время реальными становятся потребности в выделении в массе себе подобных, завоевании определенной известности, приобретении репутации, обеспечении финансового успеха и положительного имиджа индивида.

Вывод: имидж является неотъемлемой частью современной культуры. Из-за стремления индивидов к успеху в профессиональной деятельности, социуме и т.п. изучение имиджа является актуальной проблемой в настоящее время. Не каждый человек может свободно менять свои привычки, устои поведения, внешний вид (фигура, одежда, манера общения и т.п.) и т.д. Но из-за потребностей общества и амбиций многие индивиды обращаются к специалистам и самостоятельно «корректируют себя» для поддержания или обретения социального статуса.

**2. Формирование имиджа социального работника**

. В современных условиях особое значение для эффективной деятельности социального работника имеет профессиональная компетентность специалиста, включающая в себя социально-педагогические, социально-психологические и другие характеристики личности. Сюда мы относим и понятие «имидж». В педагогической науке это понятие стало рассматриваться сравнительно недавно. Имидж социального работника вследствие новизны этой профессии в нашей стране еще не успел сформироваться. Вместе с тем трудно переоценить значение этого фактора в профессиональном общении, где резко возрастает роль самопрезентации. Позитивный имидж как особый личностный инструментарий облегчает установление контактов с другими людьми, делая процесс взаимодействия с ними более эффективным. Обладая мощным психотерапевтическим эффектом, имидж наделяет своих обладателей профессиональной уверенностью и коммуникабельностью, позволяя наилучшим образом проявиться деловым качествам человека. В связи с этим актуальной становится проблема его целенаправленного формирования в этих условиях подготовки будущих специалистов.

Профессиональный имидж социального работника входит в состав качеств, повышающих эффективность его деятельности. Социальная работа существовала в человеческом сообществе в виде помощи и взаимопомощи испокон веков, опираясь на общечеловеческие духовные ценности. Гуманистические христианские традиции России заложили основу социальной работы на личностном и общественном уровнях в виде благотворительности.

В процессе своей эволюции она прагматизировадась, отходя от своих истоков духовности, но тем не менее ее определение сейчас представляется как милосердие + умение.

Именно милосердие как состояние души человека - социального работника является основой и связующим звеном между социальной работой и духовностью. Под духовностью психологами понимается внутренняя устремленность к добру, потребность отдавать свои душевные силы ближнему, творить добро, выполняя свою миссию на этой земле[[8]](#footnote-8).

По мнению Холостовой Е.И. не каждый человек может стать социальным работником. Определяющим критерием является система его духовных ценностей. Ценностные установки профессиональной социальной работы во всех ее разновидностях сводятся к общечеловеческим ценностям, уважению чести и достоинства человека, уникальности его личности.[[9]](#footnote-9)

Стиль поведения социального работника, обусловленный совокупностью его личностных качеств, его ценностными ориентациями и интересами, оказывает решающее воздействие на систему отношений, которую он формирует. Следовательно, мы можем сделать вывод о том, что роль личностных качеств очень велика в профессиональной деятельности и выборе профессии. Одни отзывчивы к детям, другие наоборот более чувствительны к людям пожилого возраста. Поэтому роль личностных качеств социального работника несомненно велика в его профессиональной деятельности. Среди них можно выделить такие, как гуманистическая направленность личности, личная и социальная ответственность, обострённое чувство добра и справедливости, чувство собственного достоинства, уважение достоинства другого человека, терпимость, вежливость, порядочность, эмпатичность, готовность понять других и придти к ним на помощь, эмоциональная устойчивость, личная адекватность по самооценке, уровню притязаний и социально адаптивности[[10]](#footnote-10).

Социальная работа как профессия требует основательной подготовки и постоянного совершенствования специалистов в этой области, формирования их имиджа. Понятие "имиджа" включает не только естественные свойства личности, но и специально наработанные, созданные, оно связано как с внешним обликом, так и с внутренним содержанием человека, его психологическим типом.

Понятие имиджа многослойно и создается из разных слагаемых. Первым слагаемым можно выделить нравственную надежность социального работника. Нравственный человек осознает необходимость действия с учетом критериев, выверенных человеческим опытом. Безнравственный человек находится в подчинении у собственных интересов, стремлений, желаний. его путь - вседозволенность. Обществу нужен нравственно-надежный социальный работник, озабоченный духовным самосовершенствованием.

Второе - профессионализм и компетентность. Любой специалист, работающий с людьми, должен быть талантливой личностью. Эта позиция нашла свое отражение в работах И.Атватера «Я Вас слушаю», Л.П.Примака. «Общение с собой». Тем более это касается социального работника.

Важнейшим качеством является гуманитарная образованность социальных работников. У Ф.М.Достоевского есть высказывание, суть которого состоит в том, что гуманитарная развитость облегчает человеку освоение любой профессии.[[11]](#footnote-11)Именно благодаря гуманитарным знаниям человек приобретает возможность вбирать в себя различную информацию, подвергать ее чувственной и рациональной обработке. Эти знания выступают важнейшими условиями деятельности социального работника.

Формирование духовных потребностей личности является важнейшей задачей социального работника. На протяжении многих веков центрами социальной помощи были церкви и монастыри. В них и под их руководством люди учились понимать и исполнять заповедь о любви к ближнему, очищать и возвышать душу. Духовность характеризуется добрым отношением к другим людям, заботой, вниманием, готовностью прийти на помощь, разделить радость или горе. Ныне социальная реальность порождает новые механизмы общения людей, самосовершенствования. Такими механизмами являются психотехники. Следующее важное слагаемое для формирования имиджа заключается в том, что каждый социальный работник должен быть психотехнологом. Психотехнология - это наука о практическом использовании психологических техник управления людьми. Психотехнология реализуется в общении и представляет собой систему взаимосвязанных, внутренне мотивированных психотехник, которая опирается на анализ общения и личностного совершенствования.

В силах социального работника решать задачу формирования духовных потребностей личности и прежде всего самосовершенствования. Во многих философских и мистических учениях, у Сократа. Гурджиева, Кришнамурти, будистов, Лаоцзы подчеркивается, что самонаблюдение и самопознание являются необходимым шагом на пути духовного развития.

В зависимости от содержания задачи меняются способы и виды работы с собой. Наиболее распространенны:

а)Самоисповедь - полный внутренний отчет перед собой о самом себе. Выразить "наболевшее" в словах, высказаться прямо и бесхитростно издавна считалось одним из действенных способов избавления от тягостных мыслей.

Сознательное формирование привычки к самоотчету будет способствовать устранению нежелательной спонтанности и импульсивности в поведении, т.к. задействует механизмы интеллектуального и морального контроля, духовного очищения.

б)Самоубеждение - это принцип коммуникативного критико-аналитического, сознательного воздействия на собственные личностные установки, ядро личностных мотивов. Основой процесса являются умственные операции рационализации системы мотивов поведения, заключающиеся в логическом обосновании практической пользы того или иного действия.

**Заключение**

Имидж представляет собой образ и способ самопрезентации, выступающий как инструмент саморазвития, как средство решения личностных и профессиональных проблем, выступает как фактора эффективной профессиональной деятельности.

Имидж является неотъемлемой частью современной культуры. Из-за стремления индивидов к успеху в профессиональной деятельности, социуме и т.п. изучения имиджа является актуальной проблемой в настоящее время. Не каждый человек может свободно менять свои привычки, устои поведения, внешний вид и т.д.

Социальная работа как профессия требует основательной подготовки и постоянного совершенствования специалистов в этой области, формирования их имиджа:

1. Любой специалист, работающий с людьми, должен быть талантливой личностью. Эта позиция нашла свое отражение в работах И.Атватера, Л.П.Примака, Н.А. Добролюбова
2. Важнейщим качеством является гуманитарная образованность социальных работников - позиция Достоевского
3. Каждый социальный работник должен быть психотехнологом
4. Стремление к самосовершенствованию. Эта позиция нашла свое отражение в работах Сократа. Гурджиева, Кришнамурти, буддистов, Лаоцзы. Самосовершенствование в свою очередь разделяется на : а) самоубеждение б)саморегуляцию

Использование различных психотехник, перешедших из архаических слоев прошлого, ритуальных процедур в рациональные механизмы управления внутренним состоянием, поведением людей, поможет социальному работнику обрести навыки самоорганизации, саморегуляции, духовного очищения, формирования имиджа для успешного профессионального оказания помощи нуждающимся людям.

**Список литературы:**

Аверченко Л.К. Психология управления/ Л.К. Аверченко – Н,: Новочеркасск, 1994. С. 450

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

Джи, Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение/Б. Джи – М,: КрипС, 1999. – 357 с.

Кордуэлл, М. Психология А-Я: Словарь справочник/ М. Кордуэлл – М,: ФАИР-ПРЕСС,1999 – С. 134

Кузнецов, С.А. Большой толковый словарь русского языка/ сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб,: Норинт,1998 – С. 347

Панасюк, А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь/ А.Ю. Панасюк – М.: РИПОЛ классик, 2007. – С. 768

Примак Л.П. Общение с собой/ Л.П. Примак - М.,Видс,1991, С. 182

Почепцов, Г. Имиджелогия/ Г.Почепцов – М,:Рефл-бук,2006. – 576 с

Феофанов, О. США: реклама и общество/ О. Феофанов – М,:Наука,1974. – С. 360

Холостова, Е.И. Профессиональный и духовно-нравственный портрет социального работника/Е.И. Холостова - М.,Юристъ,1993. - 330 с

Жерлыгин С.ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИМИДЖУ СОЦИАЛЬНОГО РАБОТНИКА//http://www.taby27.ru/studentam\_aspirantam/image\_wse/imidzhelogija\_sdacha\_rabot/356.html

Кайгородова Л.А Психологические аспекты формирования духовности и имиджа социального работника//http://refs.su/refssu-1287.htm

1. Кордуэлл, М. Психология А-Я: Словарь справочник/ М. Кордуэлл – М,: ФАИР-ПРЕСС,1999 – С. 134 [↑](#footnote-ref-1)
2. Панасюк, А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь/ А.Ю. Панасюк – М.: РИПОЛ классик, 2007. – С. 768 [↑](#footnote-ref-2)
3. Браун Л. Имидж – путь к успеху/ Л. Браун – СПб.: Питер Пресс,1996. – С. 9 [↑](#footnote-ref-3)
4. Джи, Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение/ Б. Джи – М,:КрипС,1999. – 357 с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Феофанов, О. США: реклама и общество/ О. Феофанов – М,:Наука,1974. – С. 360 [↑](#footnote-ref-5)
6. Почепцов, Г. Имиджелогия/ Г.Почепцов – М,:Рефл-бук,2006. – 576 с [↑](#footnote-ref-6)
7. Кузнецов ,С.А. Большой толковый словарь русского языка/ сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. СПб,: Норинт,1998 – С. 347 [↑](#footnote-ref-7)
8. Кайгородова Л.А Психологические аспекты формирования духовности и имиджа социального работника//http://refs.su/refssu-1287.htm [↑](#footnote-ref-8)
9. Холостова, Е.И. Профессиональный и духовно-нравственный портрет социального работника/Е.И. Холостова - М.,Юристъ,1993. С. 12-13. [↑](#footnote-ref-9)
10. Жерлыгин С.ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИМИДЖУ СОЦИАЛЬНОГО РАБОТНИКА//http://www.taby27.ru/studentam\_aspirantam/image\_wse/imidzhelogija\_sdacha\_rabot/356.html

    ## 

    [↑](#footnote-ref-10)
11. Аверченко Л.К. Психология управления/ Л.К. Аверченко - Н,:Новочеркасск, 1994. С.17 [↑](#footnote-ref-11)