

УДК 316.6

Социально-психологическое исследование имиджа школьного учителя**Белобрагин Виталий Викторович**

Кандидат психологических наук, доцент
заведующий и профессор кафедры сервиса,
Институт экономики и культуры,
105318, Российская Федерация, Москва, ул. Ибрагимова, 31/1;
e-mail: vvbelobragin@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена актуальным проблемам социальной психологии, имиджелогии, психологии и педагогики имиджа, а также социологии, философии и многих других наук – проблеме имиджа школьного учителя-предметника с точки зрения социально-перцептивного подхода. Рассматриваются теоретические основы категории «имидж» как социально-психологической проблемы, его основные функции и свойства, а также проводится теоретический анализ категорий «социальный стереотип» и «социальные установки». Автор представляет основные итоги эмпирических данных по выявлению социальных стереотипов, относящихся к школьному учителю (учителю-предметнику). Исследование показало, что имидж учителя-предметника в социальном представлении у испытуемых (студентов педагогических вузов) носит дифференцированный характер о визуальном облике, психологических качествах, социально-ролевых характеристиках, профессиональном мастерстве, принадлежности к определенной специализации (научному направлению и т.п.), а также его репутации, находящиеся в массовом, групповом и (или) индивидуальном сознании. Данное исследование автора является продолжением исследования имиджа педагога общеобразовательной школы.

Для цитирования в научных исследованиях

Белобрагин В.В. Социально-психологическое исследование имиджа школьного учителя // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2018. Т. 7. № 6А. С. 131-137.

Ключевые слова

Имидж, имидж учителя-предметника, социальные установки, имиджевая типизация, имиджевые стереотипы, социальные представления.

Введение

В последние два десятилетия (1998-2018 гг.) категория «имидж» стала частью исследований многих современных наук и их направлений: социальной психологии, педагогики, философии, экономики и др., а также массовой культуры (музыки, киноискусства, изобразительного искусства и пр.) и других сфер общественной и социальной жизни. Актуальность имиджа можно объяснить огромным его влиянием на социальное восприятие и интерпретацию социальной действительности в целом, на взаимоотношения между людьми, на эффективность как производственной, так и педагогической, научной и прочей деятельности. Проблемам имиджа, различным его феноменам, посвящены многие как кандидатские, так и докторские диссертации (имидж учителя, педагога высшей школы, имидж ученого, имидж музыкальных кумиров, имидж территории и др.).

Цель нашего исследования: рассмотреть имидж школьного учителя-предметника как феномен социальной перцепции в целом и социальных стереотипов и представлений в частности; провести эмпирическое исследование имиджа педагога (школьного учителя) у студентов педагогических вузов с точки зрения социальных представлений.

Материалы и методы исследования

Нами использованы следующие методы исследования: теоретический анализ литературы и анкетирование. В разные годы проблемам имиджа педагога посвящены научные публикации Е.А. Петровой, А.А. Калюжного, Ж.Г. Поповой, И.П. Чертыковой и др. Их исследования сводятся к мнению, что «позитивный имидж педагога играет важную роль в педагогическом процессе в целом, а именно влияет на мотивационную и эмоциональную сферы, самооценку педагога, а также высокую оценку профессиональной компетентности и репутации учителя в целом со стороны учащихся, родителей, коллег и многое другое» [Белобрагин, 2018, 167]. По мнению Е.А. Петровой, «качества, входящие в образ стереотипа «идеального» учителя, можно расценивать, как систему требований, предъявляемую учениками к имиджу учителя в современных условиях» [Петрова, 2011, 17].

Перейдем с категории «имидж». В современной имиджологической науке эта категория рассматривается многими исследователями (Е.А. Петрова, В.М. Шепель, А.Ю. Панасюк и др.) как «форма отражения субъектом объекта социального восприятия или как инструмент социального управления» [Белобрагин, 2013, 13].

В нашем понимании, имидж – результат социального восприятия (прямого и (или) косвенного), это эмоционально окрашенный образ-представление в результате полученного впечатления, мнения (индивидуального, группового и общественного), а также это репутация, касающаяся как отдельной персоны, так и группы людей, организации, отдельного товара, сервиса, услуги, любого социального предмета или явления, находящиеся в индивидуальном или массовом сознании, носящие стереотипный характер. Таким образом, имидж является результатом социального восприятия и социального познания [Белобрагин, 2018, 131].

Выделим основные функции имиджа:

- познавательная-информационная функция;
- социально-символическое отождествление;
- коммуникативная функция (реализуются различные стороны общения);

- корректирующая функция – социально-психологическая коррекция отдельной персоны или группы людей;
- самопрезентация лично значимых деловых качеств персоны;
- создание необходимого мнения, репутации у целевой аудитории (аудитории имиджа);
- функция социального влияния;
- популяризация различных брендов, товаров и услуг;
- творческая функция (креативная);
- эстетическая функция и др.

Имидж имеет непосредственное отношение, как к отдельной персоне (персональный имидж), так и к социальной группе (корпоративный имидж), а также к отдельным предметам социальной действительности (предметный имидж), территории (имидж страны, региона, города и пр.) и др. [Володарская, 2006, 24].

Исследования ученых социально-психологической науки 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 школьного учителя, среди них: «человек – существо социальное, он зависим от своего социального окружения (социальной группы и т.п.) и его ожиданий и предписаний» [Петрова, 2003, 14]. Также следует отметить, что «поведение человека в любой социальной группе определяется стереотипами – обобщенными и упрощенными представлениями, например, о «стандартном» или желаемым 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.» [Белобрагин, 2018, 132].

Итак, феномен имиджа основан на том, что человек крайне подвержен своему социальному окружению, социальному влиянию, установкам и стереотипам. Рассмотрим социальные стереотипы как феномен социальной психологии и имиджологии (науке об имидже).

В социально-психологической науке категория «социальный стереотип» означает «относительно устойчивый и упрощенный образ социального объекта (личности, группы людей, события...)» [Змановская, 2005, 54]. Стереотип, который возникает в процессе социальной перцепции имеет свои особенности. Этот феномен, по мнению социально-психологической науки, может привести к упрощению социального познания, а также к возникновению предубеждений, к формированию «клише» по отношению к воспринимаемым людям и явлениям.

По мнению Е.В. Змановской, «социальные стереотипы могут быть позитивными и негативными». В первом случае, стереотипы, по мнению автора, «существенно облегчают нашу жизнь. Они ускоряют наше восприятие, задают необходимые критерии для оценок, ориентируют в социальных ценностях и пр. Они также лежат в основе общего взгляда людей на различные проблемы и создают благоприятную почву для взаимопонимания. Но стереотипы способны и исказить социальную действительность. Здесь они упрощают наше восприятие и представление о том или ином объекте, формируют неточное (ошибочное или ложное) мнение. Негативные стереотипы могут проявляться, например, в различных предрассудках, относящихся к половозрастной принадлежности, внешнему облику представителей определенных профессий, а также в житейских предрассудках, ритуалах, полоролевых, этнических и прочих предубеждениях» [там же, 55].

Социальный стереотип – это внутренняя готовность субъекта воспринимать и (или) взаимодействовать с другой персоной определенным (необходимым) образом.

В целом социальные стереотипы и установки, по мнению Е.В. Змановской, «могут проявляться в следующих основных формах: стереотипные ритуалы; доминирующее поведение; обобщенные представления о социальной действительности; устойчивые правила и запреты; социальные «клише» и ярлыки; групповое и (или) общественное мнение и др.» [там же, 56].

В социально-психологической науке выделяют еще один социальный феномен – понятие «типизация». «Оно выражается в том, что в нашем сознании имеются некие обобщенные представления и образы, которые мы используем в качестве своеобразного ориентира для оценки и сравнения. Применительно к имиджу, это образы конкретных известных персон, а также исторических и литературных, сказочных героев, ставших узнаваемыми, благодаря сложившемуся узнаваемому типу (например, «Кашей Бессмертный», «Баба Яга», «Иван Царевич», «гламурная дама», «король гламура», «новый русский», «примадонна эстрады») и т.д.» [Белобрагин, 2018, 168].

Итак, теоретический анализ показывает, что социальные стереотипы — это крайне устойчивые представления людей по отношению к каким-либо социальным явлениям и действиям, а также социальному поведению людей, особенностям профессиональной деятельности и др. Стало быть, имидж крайне связан с этим феноменом, так как социальный стереотип является составной частью имиджа, а именно показателем его влияния на объект имиджирования (процесса создания или корректировки необходимого имиджа отдельной персоны и др.). Любой персональный, профессиональный или корпоративный имидж, в том числе и современного школьного учителя, часто строится на основе именно социальных стереотипов и установок.

Исследуя имидж школьного учителя-предметника, важно рассмотреть важные стереотипные представления, имеющие отношение к его профессиональной принадлежности. Выявим основные характеристики стереотипных представлений, имеющих отношение к профессиональной принадлежности (профессиональному имиджу) учителей-предметников средней общеобразовательной школы, проведя специальное исследование, используя метод анкетирования, в которых приняли участие в 2018 году студенты московских педагогических вузов (55 человек: 38 девушек и 17 юношей от 19 лет до 20 лет, студенты 2 курса). Были представлены для рассмотрения следующие учителя в зависимости от преподаваемой дисциплины: учитель истории, учитель иностранного языка, учитель физической культуры, а также учитель как обобщенный имиджевый портрет.

Результаты исследования и их обсуждение

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

Учитель истории: «немолодой(-ая)», «строгий костюм», «небольшого роста», «собранные в пучок волосы у женщин», «мужчины с залысиной», «отсутствие макияжа у женщин», «старомодность», «белый верх и черный низ», «небрежно надетые очки», «серая мышь», «закрытые позы», «поза задумчивости», «спокойный и негромкий голос», «интеллигентность», «высокая образованность», «феноменальная память», «принципиальный(-ая)», «консерватизм», «занудность», «строгость» и др.

Учитель иностранных языков: «молодой(ая)», «креативный(-ая)», «современный(-ая)», «модный стиль одежды», «независимый(-ая)», «переводчики-неудачники», «холодность», «безразличие» и др.

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

Учитель как обобщенный портрет (обобщенный имидж): «немолод(-а), «всегда строг(-а)», «имеет определенный (специфический) внешний облик: строгий костюм, собранные в пучок волосы (у женщин), наличие бороды (у мужчин-физиков, математиков, географов)», а также «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(-а)», «одинок(-а)», «несчастен(-на) в любви», «зануда», «требовательный(-ая)», «принципиальный(-ая)», «консерватор» и другое.

Заключение

Итак, исследования автора дают возможность дать следующие выводы.

Имидж школьного учителя-предметника представляет собой стереотипные представления, носящие дифференцированный характер, о визуальном облике, психологических качествах, социально-ролевых характеристиках, профессиональном мастерстве, принадлежности к определенной специализации (научному направлению и т.п.), а также его репутации, находящиеся в массовом, групповом и (или) индивидуальном сознании.

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 учащимся. Испытуемые чаще всего называли такие характеристики, как «небольшой рост», «старомодный костюм», «всегда в очках», «собранные в пучок волосы» (у женщин), «в целом короткая стрижка или залысина» (у мужчин), «закрытая поза» и др.

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

Существуют половозрастные различия в стереотипных представлениях об учителях разных предметов: учителя гуманитарных наук – и мужчины, и женщины – немолоды, исключение только лишь у учителей иностранных языков – молодые мужчины и женщины; учителя физической культуры – молодые мужчины и реже женщины.

Следует условно отметить следующие эталонные (необходимые) имиджевые характеристики современного школьного учителя: 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 социально-коммуникативная компетентность; моральная устойчивость; динамичность; артистичность; стремление к самообразованию и повышению квалификации и многое другое.

Все перечисленные особенности играют огромную роль в процессе формирования, функционирования и необходимой коррекции персонального (профессионального) имиджа современного школьного педагога (учителя-предметника). Это, безусловно, влияет на восприятие профессиональных компетенций и в целом на профессиональную успешность. Таким образом, каждый педагог: средней школы или высшего учебного заведения должен адекватно понимать и оценивать свой профессиональный имидж с точки зрения социального восприятия (перцепции): как воспринимают и оценивают его ученики, родители, коллеги и др.

Библиография

1. Белобрагин В.В. Актуальные вопросы имиджологии как методологии управления имиджем профессионального обучения // Имидж педагога профессионального обучения столичного колледжа. М.: АПК и ППРО, 2013. С. 13-19.
2. Белобрагин В.В. Имидж педагога как феномен социального восприятия и стереотипа // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2018. № 7. С. 167-170.
3. Белобрагин В.В. Социально-психологические проблемы имиджа как социального стереотипа и результата социальных установок // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2018. № 1. С. 131-134.
4. Володарская Е.А. Имидж науки как социально-психологический феномен. М., 2006. 140 с.
5. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. СПб.: Речь, 2005. 144 с.
6. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя. М.: ВЛАДОС, 2004. 22 с.
7. Пантюшина О.И., Орлова Е.А., Карпов Е.Б. Социально-психологическое влияние имиджа вуза на развитие учебно-познавательной мотивации студентов. Тула, 2011. 223 с.
8. Петрова Е.А. Психология имиджа: наука или искусство. М.: АИМ, 2003. 22 с.
9. Петрова Е.А. Имиджология. М., 2011. 204 с.
10. Попова Ж.Г. Социально-психологические особенности представлений об имидже учителя начальной школы: дис. ... канд. психол. наук. М., 2007. 198 с.

Social and psychological study of image of school teacher

Vitalii V. Belobragin

PhD in Psychology, Associate Professor,
Head and Professor of the Department of Service,
Institute of Economics and Culture,
105318, 31/1, Ibragimova st., Moscow, Russian Federation;
e-mail: vvbелобрагин@mail.ru

Abstract

The article is devoted to the actual problems of social psychology, imagology, psychology and pedagogy of image, as well as sociology, philosophy and many other Sciences: the problem of the image of a school subject teacher from the point of view of social-perceptive approach. The relevance of the image can be explained by its enormous influence on the social perception and

interpretation of social reality in general, on relationships between people, on the effectiveness of both production, and pedagogical, scientific and other activities. The theoretical basis of the category image as a socio-psychological problem, its main functions and properties, as well as the theoretical analysis of the categories social stereotype and social attitudes are described in this paper. The author presents the main results of empirical data on the identification of social stereotypes related to the school teacher (subject teacher). The study showed that the image of the subject teacher in the social representation of the subjects (students of pedagogical universities) is differentiated about the visual appearance, psychological qualities, social and role characteristics, professional skills, belonging to a particular specialization (scientific direction, etc.), as well as its reputation, which are in the mass, group and (or) individual consciousness. This study is a continuation of the author's study of the image of the teacher of secondary school.

For citation

Belobragin V.V. (2018) Sotsial'no-psikhologicheskoe issledovanie imidzha shkol'nogo uchitelya [Social and psychological study of image of school teacher]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 7 (6A), pp. 131-137.

Keywords

Image, image of the subject teacher, social attitudes, image typing, image stereotypes, social representations.

References

1. Belobragin V.V. (2013) Aktual'nye voprosy imidzhologii kak metodologii upravleniya imidzhem professional'nogo obucheniya [Actual issues of imageology as a methodology for managing the image of vocational training]. In: *Imidzh pedagoga professional'nogo obucheniya stolichnogo kolledzha* [Image of a teacher of vocational training at a metropolitan college]. Moscow: APK i PPRO Publ.
2. Belobragin V.V. (2018) Imidzh pedagoga kak fenomen sotsial'nogo vospriyatiya i stereotipa [Image of a teacher as a phenomenon of social perception and stereotype]. *Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh i fundamental'nykh issledovaniy* [International Journal of Applied and Fundamental Research], 7, pp. 167-170.
3. Belobragin V.V. (2018) Sotsial'no-psikhologicheskie problemy imidzha kak sotsial'nogo stereotipa i rezul'tata sotsial'nykh ustanovok [Socio-psychological problems of image as a social stereotype and result of social attitudes]. *Vestnik Rossiiskogo novogo universiteta. Seriya: Chelovek i obshchestvo* [Herald of the Russian New University. Series: People and Society], 1, pp. 131-134.
4. Kalyuzhnyi A.A. (2004) *Psikhologiya formirovaniya imidzha uchitelya* [The psychology of the formation of the image of the teacher]. Moscow: VLADOS Publ.
5. Pantyushina O.I., Orlova E.A., Karpov E.B. (2011) *Sotsial'no-psikhologicheskoe vliyanie imidzha vuza na razvitie uchebno-poznavatel'noi motivatsii studentov* [Socio-psychological impact of the image of the university on the development of educational and cognitive motivation of students]. Tula, 2011. 223 s.
6. Petrova E.A. (2003) *Psikhologiya imidzha: nauka ili iskusstvo* [Image psychology: science or art]. Moscow: AIM Publ.
7. Petrova E.A. (2011) *Imidzhologiya* [Imagelogy]. Moscow.
8. Popova Zh.G. (2007) *Sotsial'no-psikhologicheskie osobennosti predstavlenii ob imidzhe uchitelya nachal'noi shkoly. Doct. Dis.* [Socio-psychological characteristics of ideas about the image of an elementary school teacher]. Moscow.
9. Volodarskaya E.A. (2006) *Imidzh nauki kak sotsial'no-psikhologicheskii fenomen* [Image of science as a socio-psychological phenomenon]. Moscow.
10. Zmanovskaya E.V. (2005) *Rukovodstvo po upravleniyu lichnym imidzhem* [Guide to managing personal image]. St. Petersburg: Rech' Publ.