

РОЛЬ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА БУДУЩЕЙ ПРОФЕССИИ

В образовательном процессе уделяется недостаточное внимание формированию представлений об имидже как социально значимой ценности, влияющей на эффективность деятельности субъектов в различных сферах общественной практики. Потенциал учебного дискурса в организации имиджеформирующей деятельности субъектов образования используется в недостаточной степени, его возможности и ресурсы в контексте формирования имиджа будущей профессии явно недооценены и недостаточно исследованы.

На основе анализа и обобщения теоретического материала в настоящей статье представлены исходные положения дефиниции понятий «педагогический дискурс», «имидж», «имидж будущей профессии», приводятся концептуально значимые характеристики педагогического дискурса, раскрываются возможности педагогического дискурса в формировании имиджа будущей профессии, конкретизации образа профессионального будущего. Имидж специалиста в определенной области науки или производства, трактуемый как сложившийся в массовом сознании образ представителя какой-либо профессии, оказывает влияние на векторы профессиональной ориентации как отдельного субъекта, так и общества в целом. Востребованность профессии на рынке труда, перспективы жизненного пути и профессионального роста, возможности самореализации в избранной профессии имеют для субъектов образования определяющее значение при формировании имиджа будущей профессии.

Максимальное использование возможностей педагогического дискурса в формировании имиджа будущей профессии поможет избежать ошибок атрибуции, вызванных неправильными представлениями субъекта о специфике профессиональной деятельности, и минимизировать риски, связанные с искажением образа будущей профессии и собственного профессионального будущего.

Ключевые слова: педагогический дискурс, имидж, имидж будущей профессии, образ профессионального будущего, профессиональная направленность личности, ошибки атрибуции.

В последние годы значительно актуализировалось внимание к феномену имиджа, что можно объяснить обострением проблемы выбора, конкуренцией на разнообразных рынках (труда, образования, потребления и др.). В любом виде социальной, профессиональной, образовательной деятельности люди стремятся к целенаправленному формированию положительного, социально одобряемого имиджа, что подтверждается и результатами анализа научного фонда по данной проблеме, и многолетней практикой. Проблема создания имиджа представителя практически любой профессии стоит перед профессиональными сообществами, образовательными организациями и самими субъектами образовательных и трудовых отношений, приобретая все большую теоретическую и практическую значимость.

Существует целый ряд работ, посвященных изучению различных аспектов имиджа: концептуальные основы формирования индивидуального имиджа (А.Ю. Панасюк, Е.А. Петрова, И.А. Федоров, В.М. Шепель, R. Husemann, J. Münch, C. Pütz); специфика формирования

профессионального имиджа специалиста (А.А. Бирюкова, К.С. Гурчиани, Ю.И. Матюшина, А.Ю. Панасюк, А.Б. Череднякова, K.D. Blair, E. M. Jung-Strauss); имиджеформирующая деятельность (Т.Б. Кулакова, V. Meissner, K. Schweikert). Однако проблема формирования имиджа будущей профессии средствами педагогического дискурса в педагогической науке ранее не освещалась.

Поясним, что мы включаем в базовые понятия «педагогический дискурс», «имидж». Обобщив научные исследования по проблеме изучения педагогического дискурса (В.И. Карасик, И.А. Колесникова, Н.А. Комина, А.К. Михальская, М.Ю. Олешков), нами было выявлено три основных трактовки данного понятия, которые рассматривают педагогический дискурс как целостную характеристику, отражающую речевую сторону взаимодействия субъектов образования; дидактическое наполнение той или иной профессионально ориентированной коммуникативной ситуации; контекст педагогической коммуникации, изучаемый в научно-методическом аспекте [3].

В контексте данного исследования педагогический дискурс понимается как коммуникативно-речевое взаимодействие субъектов образования, базирующееся на их ценностных и целевых установках, знаниях, рефлексии, опыте, актуализированное в мыследеятельности и речи, выступающее значимым средством формирования имиджа будущей профессии.

Педагогический дискурс является сложной разноплоскостной системой, отличающейся от других образовательных феноменов целью, институциональной ролью участников, ценностями, особенностями образовательной среды, содержательной составляющей, условиями общения. Цель педагогического дискурса также может быть разновекторной, в зависимости от целеполагания субъектов образования. Она может заключаться в формировании ключевых компетенций участников образовательного процесса; в оптимизации педагогического взаимодействия участников образовательных отношений; в «создании условий для становления целостного человека во всем многообразии его психофизических, социальных и личностных характеристик» [3, с.72].

Говоря о возможностях педагогического дискурса в формировании имиджа будущей профессии, отметим, что именно посредством педагогического дискурса происходит развитие профессиональной направленности личности, конкретизация образа профессионального будущего, редукция ошибок атрибуции относительно образа будущей профессии.

Профессиональная направленность личности дает наиболее полное представление о мотивах студентов при выборе специальности, отражает их отношение к будущей профессиональной деятельности, к созданию позитивного образа будущей профессии и образа «Я в будущей профессии». Субъекты образования осознанно осуществляют ответственный выбор образовательной и профессиональной траектории развития, поскольку личностный смысл любой деятельности всегда осознается и «проживается» человеком внутренне. Перечисленные процессы и явления взаимосвязаны, и общей «цементирующей» основой этой взаимообусловленности выступает профессиональная направленность личности.

Формирование положительного имиджа будущей профессии в период обучения сту-

дента в вузе является тем фактором, который обуславливает выбор профессиональной траектории развития молодого специалиста. Рассмотрим сущностные характеристики понятия «имидж».

В трудах ученых, занимающихся проблемами имиджа в контексте социологии (Д.А. Водопьянов, А.С. Елисеенко, К.С. Серегин), понятие «имидж» трактуется как представление о некоем объекте или субъекте, возникающее в общественном и индивидуальном сознании на основании анализа его внешних и внутренних характеристик [2, с. 61].

В психологии акцент делается на других существенных характеристиках имиджа, выдвигающих на первый план представления о символическом образе, который создается в процессе совместной деятельности субъектов [9, с. 134]; мнение об объекте или субъекте, возникающее у человека в результате целенаправленного или непроизвольного создания определенного образа [7, с. 15]; некий концепт, возникающий в сознании человека, определяющий то впечатление о субъекте или объекте, которое складывается о нем в процессе жизнедеятельности [8, с. 12].

В трудах ученых-педагогов (Л.М. Митина, Л.Г. Попова, И.Ф. Симонова) понятие «имидж» определяется как целенаправленно сформированный интегральный образ, отражающий внутренние и внешние качества субъекта (или объекта), характеризующийся эмоциональной окрашенностью и направленностью на формирование в массовом сознании определённого отношения к данному субъекту (объекту) [10, с. 235]. И.Ф. Симонова трактует «имидж» как интегральную характеристику личности, совокупность качеств и свойств, подлежащих осознанию, целенаправленному формированию для гармоничного взаимодействия субъекта с социальной и профессиональной средой [11, с. 54].

В структуре имиджа профессионала, предложенной Л.М. Митиной, выделяются внешний, внутренний и процессуальный компоненты. Внешний компонент содержит описание внешности, манер, походки, речи, голоса, жестов, мимики, одежды, причёски; внутренний компонент дает представление об интеллекте, способах мышления, интенциях, целях и мотивах, интересах и потребностях индивида; процессу-

альный компонент включает различные формы коммуникации, дает характеристику энергичности, профессионализма, темперамента, темпа, пластичности, выразительности субъекта [6].

А.А. Калужный отмечает, что в качестве субъектов формирования имиджа можно рассматривать имиджмейкеров (профессионалов, занимающихся формированием имиджа); самого человека как создателя собственного имиджа; масс-медиа; социальные институты (образование, культура); окружение человека (друзья, родные, коллеги) [4]. Говоря об имидже специалиста в определенной области науки или производства, мы имеем ввиду сложившийся в массовом сознании образ представителя какой-либо профессии, который включает в себя ценности, умения, компетенции, профессионально-личностные свойства и качества, которые в совокупности отражают специфику профессиональной деятельности и требования социума и профессиональных сообществ к представителям данной профессии.

По результатам анализа рынка труда, проведенного Министерством труда и социальной защиты РФ, наиболее востребованными профессиями в 2017 году стали профессии юриста, врача, экономиста, научного сотрудника, востребованы квалифицированные рабочие в области промышленности, строительства, транспорта, а также специалисты высшей квалификации в сферах науки, техники, здравоохранения, образования. В топ самых востребованных в России профессий в ближайшие годы войдут также такие профессии, как специалист в медиасфере, IT-специалист, инженер-программист, эксперт в области нанотехнологий и др. Востребованность названных профессий на рынке труда, включение их в «Атлас новых профессий», освещение в медиасфере позитивных сторон,

преимуществ и перспектив способствуют формированию положительного имиджа вышеперечисленных профессий.

Конкретизация образа профессионального будущего является обязательным элементом формирования имиджа профессии. Образ профессионального будущего является когнитивным и эмоциональным образованием, оказывающим влияние на векторы профессиональной ориентации как отдельного субъекта, так и общества в целом. Например, конкретизация образа профессионального будущего педагога связана с парадигмальными изменениями в системе российского образования, перспективами жизненного пути и профессионального роста, возможностями самореализации в избранной профессии, вектором развития «Я-концепции» личности [1, 5]. Важное место в формировании образа профессионального будущего занимают ошибки атрибуции, т.е. необоснованные ожидания, вызванные недостаточными фоновыми знаниями, неправильными представлениями о плюсах и минусах будущей профессиональной деятельности, недостаточностью опыта осуществления совместной деятельности с переоценкой личностных и недооценкой ситуативных факторов взаимодействия. Учет вышеперечисленных ошибок атрибуции позволит минимизировать риски формирования у обучающихся искаженного образа будущей профессии.

Суммируя вышесказанное, можно сделать вывод, что педагогический дискурс обладает существенными возможностями в формировании положительного имиджа будущей профессии путем развития профессиональной направленности личности, конкретизации образа профессионального будущего, редукции ошибок атрибуции относительно образа будущей профессии.

24.08.2017

Список литературы:

1. Варданын, М. Р. Имидж педагога как фактор здоровьесбережения субъектов образовательного процесса в основной школе: автореф. дис. канд. пед. наук / М. Р. Варданын. – Омск, 2007. – 24 с.
2. Водопьянов, Д. А. Взаимодействие подходов психологического изучения рефлексивности личностно-профессионального развития / Д. А. Водопьянов, А. С. Елисеенко, К. С. Серегин // Рефлексивные процессы и управление: сб. материалов VIII междунар. симпозиума. – М.: Когито-Центр, 2011. – 271 с.
3. Ежова, Т. В. Проектирование педагогического дискурса: методология, теория, практика : монография / Т. В. Ежова. — М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2008. — 320 с.
4. Калужный, А. А. Имидж учителя: концепции и прикладные исследования / А.А. Калужный [Электронный ресурс] // Психология образования в XXI веке: теория и практика : материалы Междунар. научно-практ. конф. (Волгоград, 14-16.09.2011). URL <http://psypress.ru/events/25145.shtml>

5. Маскалянова, С. А. Формирование профессионального имиджа будущего социального педагога: автореф. дис. ... канд. пед. наук / С. А. Маскалянова. – Елец, 2005. – 20 с.
6. Митина, Л. М. Психология развития и здоровья педагога: выбор стратегии профессиональной жизнедеятельности / Л. М. Митина. – М.: Про-Пресс, 2005. – Ч.1. – 76 с.
7. Панасюк, А. Ю. Имидж и формы психического отражения // Имиджелогия 2005: Материалы III Международного симпозиума по имиджелогии / Под ред. Е.А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, 2005. – С. 14-17.
8. Петрова, Е. А. Имиджелогия: избранные труды: монография / Е. А. Петрова. – М.: РИЦ АИМ, 2009. – 192 с.
9. Политическая имиджелогия : коллективная монография // Под общ. научн. ред. Л. Г. Лаптева, Е. А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, 2006. – 276 с.
10. Попова, Л. Г. Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в системе повышения квалификации: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Л. Г. Попова. – М., 2003. – 24 с.
11. Симонова, И. Ф. Педагогика имиджа: монография / И.Ф. Симонова. – СПб., 2012. – 304 с.
12. Blair, K. D. School social work, the transmission of culture, and gender roles in schools / K. D. Blair // Children and schools : a journal of social work practice. — 2002. Vol. 24, Nr. 1.
13. Husemann, R., Münch, J., Pütz, C. (Hrsg.): Mit Berufsausbildung zur Hochschule. Argumente zur Gleichwertigkeit allgemeiner und beruflicher Bildung. Frankfurt/M., 1995.
14. Jung-Strauss, E. M. Widersprüchlichkeit im Lehrerberuf / E. M. Jung-Strauss. — Frankfurt/M., 2000.
15. Schweikert, K.; Meissner, V. Berufswahl und Berufsinformation. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. Nürnberg, 1984.

Сведения об авторе:

Ежова Татьяна Владимировна, профессор кафедры романо-германской филологии и методики преподавания иностранного языка, декан факультета иностранных языков
Оренбургского государственного педагогического университета, доктор педагогических наук, доцент
E-mail: ortatmin@mail.ru

460014, г. Оренбург, ул. Советская, 19