

Мазяева Евгения Андреевна

канд. филос. наук, доцент

Сметанкина Людмила Васильевна

д-р филос. наук, профессор

ФГКВОУ ВО «Военная орденов Жукова и Ленина

Краснознаменная академия связи

им. Маршала Советского Союза С.М. Буденного»

Министерства обороны Российской Федерации

г. Санкт-Петербург

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ В СМЫСЛОВОМ ПОЛЕ ПЕДАГОГОВ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: в статье исследуется феномен самопрезентации педагога в современном образовательном процессе, обосновывается необходимость развития навыка эффективной самопрезентации в образовании в контексте информационного общества и развития клипового сознания обучающихся, приводятся результаты экспертного опроса педагогов дополнительного образования о сущности и смысловом содержании самопрезентации, ее роли в жизни и педагогической деятельности педагога и в целом в образовании, факторах и барьерах эффективной самопрезентации.

Ключевые слова: самопрезентация, образование, дополнительное образование, клиповое сознание, управление впечатлением, факторы самопрезентации, барьеры самопрезентации.

Современный образовательный процесс, как и вся педагогическая деятельность немислим без управления впечатлением, которое производит педагог на обучаемого. Актуализируется данная проблематика тем, что в последнее время в образовании заявляется ряд проблем, которые имеют обучаемые в области усвоения учебного материала, это и отсутствие мотивации, неумение самостоятельно работать с разнородными источниками информации, отсутствие навыков работы

с большими текстами (структурирование, систематизирование, выделение главного, да и вообще сложности с восприятием больших текстов), неспособность длительного удержания внимания, поверхностность знаний, иными словами, это вся проблематика порождена феноменом клипового мышления, всё больше характеризующего современного ученика.

Термин клиповое мышление введен в научный оборот российским философом Фёдором Гиренком и представляет собой тип мышления, при котором человек способен воспринимать любую информацию не целиком и в определенном контексте, а фрагментарно, раздроблено, яркими образами, которые являются актуальными и отвечающими текущей ситуации в каждый конкретный момент времени, а также недолговечными и быстро сменяемыми. Формирование клипового мышления у человека, с одной стороны, отражает нормальную адаптацию к изменяющемуся миру, который, развиваясь по пути цифровизации и увеличения объемов информационных потоков не дает человеку, с естественными физиологически ограниченными возможностями к усвоению всей информации, в которой ему приходится не только находиться, но и ориентироваться и успешно функционировать без вреда для психического и физического здоровья, времени на глубокое вдумчивое ее восприятие, осмысление и даже хранение в долговременной памяти. С другой же стороны, клиповое мышление на уровне индивидуального бытия порождает огромное количество особенностей как конструктивного, так и деструктивного толка. Касаясь этой темы, исследователи, редко упоминают достоинства, которые определяются побочным эффектом формирования клипового мышления, а именно – многозадачность (за счет увеличенного объема внимания), быстрое принятие решений и реакция, умение ориентироваться в динамичной информации и другие. Наряду с этим, минусов мозаичного восприятия мира, несравненно больше, и ведут они в конечном счете, если не к деградации, то уж к потере личностной идентичности, упрощению личностных смыслов, которые тянут за собой глубокие онтологические проблемы.

Образование, сталкиваясь с новыми запросами обучающихся, естественно адаптируется, включая новые технологии, задействующие преимущественно визуальный канал восприятия информации, широкое использование интерактивных, медиа и информационных технологий, позволяющих быстро переключать информационный ряд в зависимости от используемого анализатора информации и тем самым, удерживая внимание максимально долго. В складывающихся условиях особую важность приобретает умение педагога управлять не только вниманием ученика, но и его впечатлением, что актуализирует применение самопрезентации как инструмента формирования не только имиджа, «личного бренда» преподавателя, но и помогает обучающемуся лучше сориентироваться с одной стороны, во всем многообразии образовательных продуктов, предоставляемых образовательной средой, с другой – в собственных склонностях и предпочтениях. Ведь успешная, грамотная и эффективная самопрезентация способна затронуть тонкие струны формирующейся личности и отыскать те потенциальные таланты, которые могут быть не очевидными и раскрываться лишь под воздействием внешних факторов, коими и выступает образовательная среда.

Интерес к самопрезентации как средству управления впечатлением и элементу профессионального имиджа резко усилился в современном информационном обществе, однако сам феномен далеко не нов. С одной стороны, человек от рождения обладал и обладает «естественной» самопрезентацией, неосознанно применяя ее в совершенно различных ситуациях (например, знакомства, рекламы и др.), с другой стороны – уже в трудах античных социальных философов поднимаются вопросы человеческого самовыражения и далее в истории философской, психологической, социологической и педагогической мысли многочисленные исследователи (У. Джемс, Ч. Кули, Дж. Мид, Б.Ф. Ломов, И. Гоффман, Д. Майерс, В. Шепель, Е.Л. Доценко, Н.Е. Веракс, В.С. Мерлин и другие) анализировали и открывали все новые и новые аспекты самопрезентации [1].

Первым систематизатором идей о феномене самопрезентации принято считать американского психолога и социолога Ирвинга Гоффмана, подразумевавшего под ним «средство организации своего поведения». Под самопрезентацией

понимается и «акт самовыражения и поведения, направленный на то, чтобы создать у окружающих и у самого себя благоприятное впечатление» [2], и «процесс представления себя в отношении социально и культурно принятых способов действия и поведения» [3], мы же убеждены, что в контексте образовательной деятельности целесообразнее использовать трактование термина, описывающее самопрезентацию как «процесс, посредством которого мы стараемся контролировать впечатления, возникающие о нас у других людей» [4], иными словами, это управление педагога впечатлением обучаемых о самом себе.

С этих позиций особый интерес представляет тот смысл, который вкладывают сами педагоги, непосредственно осуществляющие образовательный процесс в термин «самопрезентация», насколько вообще они знакомы с исследуемым феноменом, как часто и насколько эффективно применяют самопрезентацию в собственной профессиональной деятельности и что создаёт барьеры эффективной самопрезентации. Для удовлетворения этого интереса нами было изучено коллективное мнение педагогов дополнительного образования одного из крупнейших детских образовательных учреждений дополнительного образования города Санкт-Петербурга. Для достижения поставленной цели применялся метод экспертного опроса, проводимого в рамках тренинга самопрезентации, в исследовании приняли участие 64 педагога, работающих в очень широком спектре направлений дополнительного образования (спортивное, экологическое, декоративно-прикладное, хореографическое, художественное, музыкальное и другие).

Результаты опроса свидетельствуют о том, что педагоги признают возросшую важность самопрезентации в профессиональной деятельности и острую необходимость в обучении приёмам эффективной самопрезентации по направлениям их деятельности, объясняя разнообразными факторами, которые можно, обобщив, распределить по двум группам:

1) *материальные факторы эффективной самопрезентации*, среди которых особое значение имеет свойство самопрезентации повышать конкурентоспособность конкретного педагога, формировать персональный имидж и в конечном

итоге повышать количество воспитанников, заинтересованных заниматься с данным преподавателем (каждый хочет учиться у лучших), что, в свою очередь, влечёт за собой повышение уровня дохода (если речь идет о платном дополнительном образовании);

2) *личностные факторы эффективной самопрезентации*, среди которых наиболее распространенным выступает свойство самопрезентации стимулировать саморазвитие педагога в профессиональной деятельности, ведь самопрезентация дает возможность глубокой и честной рефлексии собственной деятельности, анализа собственных преимуществ и недостатков, позволяет объективно взглянуть на себя самого и результаты собственного творчества и обнаружить направления для совершенствования и дальнейшего развития. Кроме того, большинство педагогов подчеркнули значимость самопрезентации в том, что она дает возможность поделиться полученным опытом, выразить себя, стать «услышанным», «выйти из тени».

Указав на самопрезентацию как профессионально важный навык, респонденты сформулировали факторы, мешающие эффективной самопрезентации, обобщив которые, можно выделить:

1) *объективные барьеры эффективной самопрезентации*, представляющие собой совокупность факторов, условий при которых проходит самопрезентация, как правило, это либо организационные барьеры (опоздания обучаемых, несвоевременные старты, логистические сложности и другие), либо технические барьеры (отказы в работе аппаратуры, несоответствие места проведения самопрезентации ее целям и другие);

2) *субъективные барьеры эффективной самопрезентации*, которые включают в себя огромный спектр внутриличностных причин, среди которых наиболее частыми с позиции респондентов являются неуверенность в себе, незнание материала или непонимание целей самопрезентации, страх публичных выступлений и другие.

Испортить самопрезентацию одинаково могут как объективные, так и субъективные барьеры, однако, личная харизма, юмор и находчивость педагога способны сгладить любые технические сложности, а вот неуверенность в себе сложно замаскировать никакими организационными преимуществами.

Чтобы достигнуть поставленную педагогическую цель, по мнению респондентов, недостаточно просто быть отличным специалистом в своей области, важно еще и уметь расположить обучаемого к себе, быть готовым к перманентному сотрудничеству, уметь быстро адаптироваться к педагогическим ситуациям, а также уметь подать себя и правильно преподнести свой образовательный продукт.

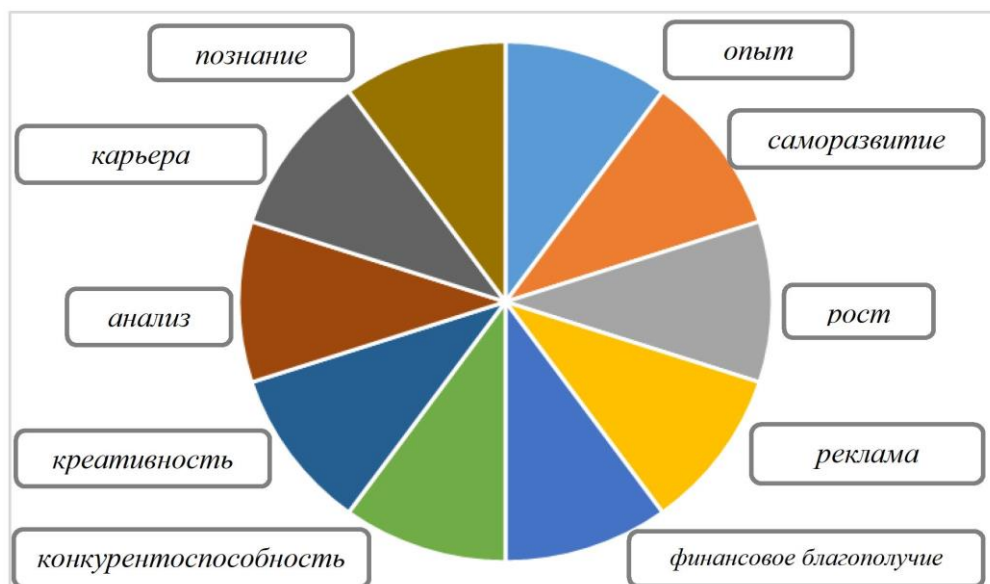


Рис. 1. Самопрезентация в индивидуальных смыслах педагогов

В термин и феномен самопрезентации педагоги вкладывают глубокий личностный смысл, который с одной стороны, соответствует академическим определениям термина, а с другой дополняет его новыми аспектами. Самопрезентация в смысловом поле педагогов представляет собой многогранное явление, включающее (см. рис. 1):

1) *представление*, понимаемое в трех смыслах – в процессе самопрезентации формируется три типа представлений: педагога о самом себе (рефлексивное представление), педагога об аудитории и аудитории о личности педагога и его образовательном продукте;

- 2) *познание*, которое тесно связано с представлением и заключается в получении нового знания и себе самом, своем деле и других людях;
- 3) *опыт*, расцениваемый педагогами так же многогранно и как опыт публичных выступлений, и как опыт лидерства, и как опыт личной коммуникации;
- 4) *анализ*, подразумевающий не только исследование аудитории, но и анализ личностных и профессиональных ресурсов, возможностей, слабостей и резервов, влекущий за собой
- 5) *рост* личностный, профессиональный и финансовый;
- 6) *карьера и финансовое благополучие*, связанные с сознанием личного бренда, ростом популярности и узнаваемости и увеличением доходов;
- 7) *реклама* как управление восприятием, впечатлением человека;
- 8) *конкурентоспособность*;
- 9) *саморазвитие и креативность*.

Полученные результаты экспертного опроса свидетельствуют о том, что самопрезентация в информационном обществе, пестрящем разнообразным ярким контентом, становится неотъемлемой частью как образовательного процесса в целом, так и каждого педагога, стремящегося как к профессиональному саморазвитию, так и к продолжению своего дела в учениках. Навык эффективной самопрезентации, направленной на управление впечатлением обучающихся, в особенности первым впечатлением, не рождается вместе с педагогом, однако способен формироваться и совершенствоваться под воздействием рефлексивного анализа собственной личности и деятельности, а его необходимость в условиях современного образовательного процесса осознается педагогами как одно из необходимых условий достижения качества и результативности педагогической деятельности.

Список литературы

1. Журавлева И.А. Феномен самопрезентации личности в психологии // Вестник университета. – 2012. – №3. – С. 248–253.
2. Майер Д. Социальная психология. Интенсивный курс. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2007. – 512 с.

3. Оксфордский толковый словарь по психологии / под ред. А. Ребера. – М.: Вече, АСТ, 2002.

4. Чалдини Р. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других! / Р. Чалдини, Д. Кенрик, С. Нейберг. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2002. – 336 с.