Министерство образования РФ

Калужский Государственный Педагогический Университет им. К.Э. Циолковского

Факультет: Психологии

Курсовая работа

Тема:

**Психологические особенности содержания представлений образа как составляющие имиджа сотрудника ГИБДД**

Калуга 2009

Введение

Актуальность исследования

Результаты многочисленных исследований показывают, что образ сотрудников ГИБДД в сознании автолюбителей характеризуется негативно, связан со взятничеством, профессиональной некомпетентностью.

Несмотря на требования приказа, регламентирующего деятельность сотрудника ГИБДД, признающего одним из основных направлений деятельности ОВД «повышение уровня защищенности граждан от ДТП и из последствий, укрепление доверия со стороны участников дорожного движения к сотрудниками ГИБДД», на практике по-прежнему преобладающей является административно-надзорная деятельность по выявлению и пресечению преступлений и административных правонарушений.

Взаимоотношения сотрудников ДПС с участниками дорожного движения должны основываться на строгом соблюдении законности, четком исполнении своих обязанностей, сочетании твердости, решительности и принципиальности в предупреждении и пресечении правонарушений с внимательным, доброжелательным и уважительным отношением к гражданам.

В наше время повышается интерес к управлению транспортным средством, большое количество населения обучается.

В связи с этим частота контактов сотрудников ГИБДД и автолюбителей возросли.

Возрастает интерес к исследованию взаимоотношений сотрудников и автолюбителей, представлению сотрудников, их образу в сознании автолюбителей. Здесь неотъемлемой составляющей является имидж сотрудников. Но данная характеристика снижена, в частности, сотрудников ГИБДД, имидж которых во многом зависит от внешних признаков, социально-психологической компетентности; профессионализма.

Поэтому правоохранительным организациям стоит уделить внимание имиджу сотрудников, их самопрпезентации (профессиональная работа психолога в организации), чтобы обеспечить положительный образ в сознании автолюбителей. Необходимо повышение правовой и психологической культуры сотрудников с одной стороны и формирование адекватного образа в сознании автолюбителей с другой, плюс объективная презентация сотрудников СМИ для повышения их профессионального имиджа.

Объект исследования: автолюбители с разным водительским стажем (в возрасте от 18 до 50 лет).

Предмет исследования: психологические особенности содержания представлений образа сотрудника ГИБДД.

Цель исследования: изучение психологических представлений образа сотрудника ГИБДД в сознании автолюбителей с разным водительским стажем, выявление условий, направленных на повышение имиджа сотрудника ГИБДД.

Гипотеза исследования:

Образ сотрудника ГИБДД в сознании автолюбителей зависит от стажа вождения: чем больше водительский стаж, тем образ сотрудника ГИБДД позитивней, более сглаженный. Негативная окраска связана с отрицательно окрашенными социальными представлениями о профессиональной деятельности и особенностями личности сотрудников ГИБДД.

Задачи исследования:

1. Провести теоретический анализ сложившихся в психологической литературе подходов к исследованию
2. Выявить психологические особенности образа сотрудника ГИБДД в двух выборках: автолюбителей 1 группы (со стажем от 0 до 7 лет) и 2 группы (со стажем 8 до 20 лет).

Методологической и теоретической основой исследования послужили: теоретические принципы деятельностного подхода к развитию представлений в индивидуальном сознании (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, В.Ф. Петренко, Д.А. Леонтьев), понимание обыденного сознания в психологической литературе (С.М. Московичи, Н.А. Мусхелишвили, В.А. Шкуратов, А.Г. Шмелев).

Методами исследования выступили:

Семантический дифференциал, методика «Незаконченные предложения», ассоциативный эксперимент, проективная методика «Завершение рисунка», методы математической обработки результатов.

Научная новизна исследования состоит в том, что в работе исследуются представления о сотруднике ГИБДД как составляющие имиджа сотрудника у автолюбителей с разным водительским стажем.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что его результаты вносят вклад в решение более общей проблемы имиджа сотрудников правоохранительных органов.

Глава 1

§ 1. Образ мира. Значение как единица сознания

Проблема значения в психологии представлена работами Л.С. Выготского, А.Н. Леонтьева, А.Р. Лурия, А.А. Леонтьева, В.Ф. Петренко.

По Петренко В.Ф. значение - это обобщенная идеальная модель объекта в сознании субъекта, в которой фиксированы существенные свойства объекта, выделенные в совокупной общественной деятельности. Кодирование, категоризация исходного содержания в знаковой, символической форме ведут к обогащению его совокупным социальным опытом, к упорядочиванию исходного содержания, его организации в формах, выработанных общественной практикой.

Структуры значения, опосредующие восприятие, непосредственно вплетены в ткань образа; субъект видит не схему образа, воспринимает не значения, а означенный образ. Но сознание не просто дублирует с помощью знаковых средств отражаемую реальность, а выделяет в ней значимые для субъекта признаки и свойства, конструирует их в идеальные обобщенные модели действительности.

Лексика языка несет в себе в форме семантических компонентов идеальные эталоны, мерки, которые выделяют, вычленяют в отражаемой действительности те или иные аспекты. Семантические компоненты лексики - единицы более дробные, чем значения, образующие его структуру, - являются носителями этих эталонов, и соответствие им (полное или неполное) признаков отражаемого фрагмента действительности позволяет выразить этот фрагмент в слове (или другом нормированном эталоне). Языковое сознание при этом осуществляет не только аналитическую, но и синтетическую функцию.

Поскольку в значении фиксируются свойства объекта, существенные с точки зрения общественной практики, его можно рассматривать как превращенную форму деятельности.

Значение определяется операционально и функционально.

В операциональном определении значение задается как результат, продукт, которых достигает субъект, совершив ряд предписанных действий. Функциональное определение значения, так же как и операциональное, раскрывает его через действие, но не по построению объекта, а по его использованию, применению в деятельности. Определение А.Н. Леонтьевым значения как предметной, исторически фиксированной функции является функциональным определением.

Понятие значения является одним из основных в теоретическом аппарате советской психологии.

Существует несколько подходов к разработке этой проблемы. Один из них был задан Л.С. Выготским в представлении о знаковой опосредствованности высших психических процессов. Системный анализ человеческого сознания, исследование мышления и речи необходимо требуют, по мысли Л.С. Выготского, изучения этой единицы сознания, связывающей общение и обобщение. Он подчеркивал, что анализ значения требует разработки семантических методов. В теории А.Н. Леонтьева индивидуальное сознание рассматривается как система значений, данных в единстве с другими образующими: чувственной тканью и личностным смыслом. При этом значение, личностный смысл и чувственная ткань понимаются не как самостоятельные единицы, а как образующие - предельные абстракции различных аспектов некоторой целостности - индивидуального значения. Под психологической структурой значения понимается система соотнесения и противопоставления слов в процессе их употребления в речевой и познавательной деятельности. Такое определение подчеркивает процессуальный характер значения, понимаемого как “движение от мысли к слову”.

В теории А.Н. Леонтьева подчеркивается двойственная природа значения. С одной стороны, значение выступает как единица общественного сознания, а с другой - как образующая индивидуального сознания. Представление о значении как единице общественного сознания, кристаллизующей совокупный общественный опыт, относится в первую очередь к его развитым понятийным формам, к формам фиксации общечеловеческих знаний. Но общественное сознание, как и индивидуальное, гетерогенно, и наряду с научным знанием в нем содержатся и житейские представления, социальные стереотипы, характеризующиеся той или иной степенью истинности, и даже суеверия и предрассудки. Последние также передаются из поколения в поколение и отражают определенные исторические национально-культурные формы общественного сознания. Наконец, определенные формы деятельности небольших социальных групп порождают свои специфические, только им присущие “фигуры” сознания людей, реализующих эту деятельность. Так, работники отделов кадров и руководящие работники, тренер спортивной команды, отбирающий игроков, следователь, ведущий дознание, официанты и шоферы такси - все они обладают своей системой значений, организующихся в “эталоны” и “стереотипы”, образующих категориальную сетку, сквозь призму которой они выделяют в ситуации, в другом человеке значимые для их деятельности признаки. В то же время в системе представлений каждого индивида есть специфические, присущие только ему составляющие, обусловленные его индивидуальным опытом. Например, образы “хорошего родителя”, “идеального мужа или жены” формируются через непосредственное подражание, усвоение опыта родительской семьи, из прочитанных книг, каналов массовых коммуникаций и обусловливают формирование нравственных критериев, “идеальных мерок”, с которыми индивид подходит к оценке себя или других, и в конечном счете обусловливают организацию его жизни, определяют его личность. Такие более частные категории индивидуального сознания, отражающие индивидуальный опыт субъекта, его собственные “идеальные мерки” - личностные конструкты.

Являясь формой обобщения, значение выступает одновременно оператором классификации, упорядочивающим объекты, события окружающей действительности. Семантические компоненты значения, определяющие основания такой классификации, могут быть выделены в ряде процедур, выступающих в виде особым образом организованной деятельности испытуемых. Такими процедурами являются, например, оценка объектов (понятий) по специально отобранным и предложенным испытуемым шкалам, классификация объектов, понятий по заданному основанию, ассоциации, заполнение недостающего звена в предложении и т. п. “Психологическая структура значения, - пишет А.А. Леонтьев, - есть в первую очередь система дифференциальных признаков в значении, соотнесенная с различными видами взаимоотношений слов в процессе реальной речевой деятельности, система семантических компонентов, рассматриваемая не как абстрактно-лингвистическое понятие, а в динамике коммуникаций, во всей полноте лингвистической, психологической, социальной обусловленности слова”. Приведенному определению психологической структуры значения полностью соответствуют психолингвистические методы его анализа.

В рамках деятельностного подхода семантические компоненты значения рассматриваются как функциональные, а не морфологические единицы. Характер выделяемых семантических единиц зависит от экспериментального материала, позволяющего актуализоваться тем или иным отношениям, оппозициям, от мотивации испытуемого, от присущей ему системы категоризации - его когнитивного стиля, от инструкции и самоинструкции испытуемого, имманентно определяющих уровень категоризации и т. д. В этом плане психолингвистические методы исследуют не некую “застывшую”, раз и навсегда заданную систему значений субъекта, а, порождая психическую реальность речемыслительной деятельности, исследуют функционирование системы значений в рамках стоящей перед субъектом задачи, экстраполируя полученные результаты на моделируемый пласт реальной жизнедеятельности субъекта.

Основным методом экспериментальной психосемантики является метод реконструкции субъективных семантических пространств. Семантическим пространством называется совокупность определенным образом организованных признаков, описывающих и дифференцирующих объекты (значения) некоторой содержательной области. При этом выделяется некоторое правило группировки отдельных признаков (дескрипторов) в более емкие категории, которые и являются исходным алфавитом этого редуцированного языка - семантического пространства. Этому определению удовлетворяют, в частности, процедуры контентанализа или информационно-поисковые языки, применяемые в информатике для формализации и упорядочивания информации в рамках больших информационных массиво. В более узком смысле слова семантическим пространством называется такое пространство признаков, для которых правила объединения отдельных признаков-дескрипторов заданы статистическими процедурами. В качестве примера наиболее известного и простого варианта семантического пространства можно привести методику семантического дифференциала Ч. Осгуда. Математически построение семантического пространства является переходом от базиса большей размерности признаков описания к базису меньшей размерности (категориям-факторам). Семантически категории-факторы, являясь формой обобщения исходного языка описания, выступают метаязыком описания значений, позволяющим разложить (описать) значения в фиксированном алфавите категорий-факторов, выносить суждения об их сходстве и различии и т. п. Процедура построения семантического пространства включает реализацию трех последовательных этапов. Первый этап связан с выделением семантических связей анализируемых объектов (понятий, символов, изображений и т. д.). В экспериментальной семантике, психолингвистике в качестве методик выделения семантических связей используются ассоциативный эксперимент, где мерой семантической связи пары объектов является сходство дистрибуций их ассоциаций; семантический дифференциал, где мерой сходства объектов является сходство их оценок, данных по биполярным градуальным шкалам, содержащим в качестве полюсов прилагательные-антонимы; методика сортировки, где семантическое сходство пары объектов пропорционально количеству объединений их в общие классы при процедуре классификации и прочее.

Результаты, полученные с помощью опосредованных методов установления семантических связей, зависят от характера и полноты опосредующего звена (типа разрешенных инструкцией ассоциаций в ассоциативном эксперименте, выбора шкал в методе СД, контекстов - в методике подстановки), а также от задачи исследования, интуиции экспериментатора, от его знания некоторой содержательной области, позволяющей так построить опосредующее звено, чтобы затронуть все интересующие аспекты значения анализируемых объектов. Эксперименты в области психолингвистики, связанные с построением семантического пространства, обладают высокими степенями свободы в плане выбора методов установления семантических связей (первый этап) и способов математической обработки (второй этап). Третий этап построения семантического пространства связан с интерпретацией выделенных структур. Интерпретация выделенных факторов (кластеров) осуществляется на основе поиска смысловых инвариантов, объединяющих шкалы, объекты, сгруппированные в данный фактор, или кластер. Для формулировки гипотезы о содержании факторов привлекаются компетентные эксперты (метод независимых судей), для облегчения интерпретации в исходный набор вводятся эталонные объекты, исследуется конвергентная валидность с уже выделенными ранее и интерпретированными факторами и т. д.

Представление - мысленная репродукция, репрезентация имевших место в индивидуальном опыте человека предметов, явлений, событий. В любом случае представление - суть, конкретное содержание, процесс и результат акта мышления, которое символически воспроизводит что-то реальное и в данный момент отсутствующее, находящееся вне поля видимости и досягаемости субъекта.

Здесь исследования представления оказываются вплетенными в контекст проблемы значения и попадают в область психосемантики.

В задачу психосемантики входит реконструкция индивидуальной системы значений, через призму которой происходит восприятие субъектом мира, других, самого себя. Термин “психосемантика” используется нами для обозначения области исследования, возникшей на стыке психолингвистики, психологии восприятия и исследований индивидуального сознания.

Леонтьев А.А. отмечает, что в психологии все большую популярность получает понятие предметного значения, разрабатывавшееся (иногда под другими названиями) многими крупными психологами современности - от Л.С. Выготского до Дж. Брунера и лидера западногерманской марксистской психологии К. Хольцкампа. Это понятие сейчас обретает новую жизнь в связи с активизацией исследований по функциональной асимметрии полушарий коры головного мозга. Неразрывность предметного значения с вербальным (при всей их психологической специфике) очевидна, и проблематика когнитивной психолингвистики все больше становится ориентированной не только и не столько на вербальные, сколько на предметные значения, ставя задачей синтезировать психолингвистическую теорию слова (знака) и психологическую теорию осмысленного образа. Если вслед за А.Н. Леонтьевым (А.Н. Леонтьев, 1983) ввести понятие образа мира, то как раз предметные значения и являются теми «кирпичиками», из которых этот образ строится.

Образ мира, как он понимается сегодня психологами, - это отображение в психике человека предметного мира, опосредствованное предметными значениями и соответствующими когнитивными схемами и поддающееся сознательной рефлексии.

Мир презентирован отдельному человеку через систему предметных значений, как бы наложенных на восприятие этого мира.

Наиболее непосредственная ситуация встречи человека с миром - это непрекращающееся движение сознания в актуально воспринимаемом образе мира. Каждый из нас, воспринимая мир через образ мира, постоянно переносит светлое поле внимания с одного предмета на другой. Таким образом, движение сознания в образе мира имеет не планиметрический, а стереометрический характер. Сознание имеет глубину. Образ мира многомерен, как многомерен сам мир.

Но образ мира может быть не включенным в непосредственное восприятие мира, а полностью рефлексивным, отделенным от нашего действия в мире, в частности восприятия. Такой образ мира может быть ситуативным, т.е. фрагментарным, - например, так может обстоять дело при работе памяти или воображения. Но он может быть и внеситуативным, глобальным: тогда это образ целостного мира, своего рода схема мироздания. Такой образ мира в собственном смысле всегда осознан, рефлексивен, но глубина его осмысления, уровень рефлексии могут быть различными. Предельный уровень такой рефлексии соответствует научному и философскому осмыслению мира.

Если в первом случае мы имеем дело с непосредственным сознанием мира, то во втором - это теоретическое сознание разного рода, свободное от связанности с реальным восприятием.

Одним из первых, кто четко выразил их различие, был Михаил Михайлович Бахтин. Это его известная концепция «большого» и «малого» мира. Позднее он говорит - о «большом» и «малом» опыте: «В "малом" опыте - один познающий (все остальное - объект познания), один свободный субъект (все остальные - мертвые вещи), один живой и незакрытый (все остальное - мертво и закрыто), один говорит (все остальное безответно молчит).

В большом опыте все живо, все говорит, этот опыт глубоко и существенно диалогичен. Мысль мира обо мне, мыслящем, скорее я объектен в субъектном мире...».

Мир «событийствует» не вне нас, не независимо от нас. Мы участники этого «событийствования». Мы часть этого мира, находящаяся в непрестанном общении с другими его частями. И без нашей мысли, нашего отражения мира, нашего действия в мире мир будет другим миром.

Язык и есть система ориентиров, необходимая для деятельности в этом вещном и социальном, одним словом - предметном, мире.

Наряду с текучими, индивидуальными характеристиками личностно-смысловые образования имеют и некоторую культурную «сердцевину», единую для всех членов социальной группы или общности и фиксируемую в понятии значения в отличие от личностного смысла. В последнее время возникло даже понятие <профессионального образа мира>, формирование которого является одной из задач обучения специальности. Вообще процесс обучения может быть понят как процесс формирования инвариантного образа мира, социально и когнитивно адекватного реальностям этого мира и способного служить ориентировочной основой для эффективной деятельности человека в нем.

Так или иначе, наше знание о мире неразрывно с нашей деятельностью в мире, нашим диалогом с миром.

Чуфаровский отмечает, что процесс приема и переработки знаковой информации следует рассматривать как особую психосемиотическую систему, формирование которой происходит у человека в результате взаимодействия с объективной системой знаковой информации.

Психосемиотическую систему можно определить как психологическую знаковую функциональную систему, обеспечивающую процесс преобразования и декодирования неязыковых систем. Она не может быть сведена ни к первой сигнальной системе человека, ни ко второй. В ней происходит процесс интеграции образа объекта и образа знаков в определенном семантическом комплексе.

Результатом переработки информации является формирование образно-понятийной модели деятельности, а также оперативных образов, отражающих взаимосвязь знаков и обозначенных предметов. Как правило, процесс формирования этой модели имеет три ступени:

- выделение информативных блоков, то есть формирование семантических групп и комплексов, которые обеспечивают наибольшую эффективность решения задачи;

- формирование на основе информативных блоков семантического поля и пространства, наиболее характерного для данного типа деятельности;

- локализация информативных пунктов путем мысленного установления пространственно-временных ориентиров, которые необходимы как наглядная опора для определения взаимосвязей обозначаемых объектов.

При формировании образно-понятийной модели деятельности создается информационная система, которая включает зрительные образы, вербальный и семантический компоненты, которые объединяются для решения определенных оперативных задач и выполняют в процессе разные функции: познавательные и управляющие.

§ 2. Имидж как необходимая составляющая образа профессии

Понятие «имидж» давно на слуху. Как это ни покажется неожиданным, но первыми активно начали работать с ним экономисты, занимающиеся предпринимательством Известен такой факт американский экономист Болдуинг в 60-х годах XX века ввел в деловой оборот понятие «имидж» и обосновал его полезность для делового преуспевания

Затем «имидж», как специфический феномен, был взят на вооружение нарождающейся политологией, специалисты увидели в нём важное направление своей работы. Психологическое обоснование имиджирования стало объектом и предметом исследования социальных и политических психологов. Владея знаниями законов процесса социального восприятия и субъектного осознания внешнего образа, они придали этой проблеме теоретико-прикладное обоснование.

В 70-х годах имидж стал появляться в СССР в журнальных и реже в газетных публикациях как категория отрицательная. Его рассматривали в основном как манипулятивный приём буржуазной политики и средств массовой информации, используемый в целях идеологической обработки массового сознания людей. Подобное отношение к имиджу не способствовало объективному интересу к нему со стороны советских учёных.

В переводе с английского имидж – это образ, изображение. В самом же деле – это непосредственно или преднамеренно создаваемое визуальное впечатление о личности или социальной структуре. Именно впечатление, а не оценка как рациональный факт деятельности сознания. Имидж чаще всего заканчивается такой предварительной операцией нашего познания, каковой признано представление. Имидж, как правило, «располагается» в низших этажах нашей психики – в подсознательной её сфере или в пластах обыденного сознания, в чём и состоит его необычайная доступность для восприятия людьми и цепкость присутствия в их сознании. Если об имидже говорить как о конкретной психологической продукции, то он выступает как социальная установка, как ценностный стереотип, как модный символ. Не исключена возможность его одновременного проявления во всех названных сферах психики человека.

ИМИДЖ (англ, - образ) - целостный, качественно определенный образ данного объекта, устойчиво живущий и воспроизводящийся в массовом и/или индивидуальном сознании. Имидж возникает и корректируется в результате восприятия и сопутствующего профильтровывания поступающей из внешней среды информации о данном объекте сквозь сеть действующих стереотипов, В качестве обладателя имиджа может выступать любой объект окружающей действительности,

Имидж социально обусловлен и выполняет ряд важных функций, что выражается в следующем: 1) обнаруживает свое существование только в условиях общества; 2) субъектом имиджа выступает человек как продукт общества - человек социальный; 3) общие характеристики имиджа того или иного объекта (его валентность, сила, определенность) зависят не только от самого объекта, но и от особенностей конкретного общества, в котором этот имидж формируется, - от его ценностей, норм, традиций, установок и т.п. Это положение вытекает из 2), поскольку социальность субъектов предполагает оценочность восприятия ими мира окружающих объектов и самих себя вследствие усвоенного опыта, знаний предшествующих поколений и принятой роли так называемого обобщенного другого; 4) уже сложившийся имидж: а) определяет характер последующего восприятия объекта со стороны лиц, усвоивших этот имидж, посредством сведения указанного процесса восприятия к процедурам идентификации, узнавания объекта и (при наличии новой, возможно, диссонирующей информации) коррекции соответствующего образа (функция экономии мышления социальных субъектов); б) способствует формированию устойчивого отношения к данному субъекту (функция социальной оценки); в) служит основанием для субъективного выбора адекватной модели связанного с объектом поведения (функция руководства к действию, или регулятивная функция).

Формирование имиджа идет по следующему пути: выявление сложившихся у аудитории представлений об объекте; определение предпочтений, ожиданий и требований аудитории, черт и характеристик, которыми, по мнению аудитории, должен обладать претендующий на позитивный имидж объект; конструирование имидж. данного объекта; разработка стратегии формирования имиджа - плана действий; перевод сконструированной модели в реальные контексты (визуальный, вербальный, событийный и др.); контроль за реализацией плана, замер промежуточных результатов, корректировка при необходимости модели и стратегии; мониторинг сформированного имиджа. Та или иная аудитория выдвигает собственные требования к имиджу, но должен сохраняться основной каркас, к которому присоединяются дополнительные характеристики. Правильно подобранный имидж является наиболее эффективным способом работы с массовым сознанием. Имидж, отражая ключевые позиции, на которые реагирует массовое сознание, вызывает автоматические реакции у населения.

Можно обозначить две группы функций имиджа.

Ценностные функции имиджа:

Личностно возвышающая. Благодаря созданию вокруг личности ореола привлекательности, она становится социально востребованной, раскованной в проявлении своих лучших качеств.

Комфортизация межличностных отношений. Суть этой функции в том, что обаяние людей объективно привносит в их общение симпатии и доброжелательность, а потому нравственную меру терпимости и такта.

Психотерапевтическая. Суть её в том, что личность, благодаря осознанию своей индивидуальной незаурядности и повышенной коммуникабельности, обретает устойчивое мажорное настроение и уверенность в себе.

Таким образом, ценностные функции имиджа свидетельствуют о его бесспорном значении в выстраивании здоровой душевной организации личности. Философская связка «форма и содержание» объясняет закономерность функционирования имиджа как внешнего проявления духовного здоровья личности, состояния её биоэнергетического потенциала.

Технологические функции имиджа:

Межличностной адаптации. Благодаря правильно избранному имиджу можно быстро войти в конкретную социальную среду, привлечь к себе внимание, оперативно установить доброжелательные отношения.

Высвечивания лучших личностно-деловых качеств. Благоприятный имидж даёт возможность зрительно представить наиболее привлекательные качества человека, позволяя соприкасающимся с ним людям познавать именно эти черты, вызывающие симпатию или доброе расположение.

Затенения негативных личностных характеристик. Посредством макияжа, дизайна одежды, аксессуаров, причёски и т.д. можно отвлечь людей от тех недостатков, которыми обладает человек.

Организация внимания. Привлекательный имидж невольно притягивает к себе людей, он импонирует им, а потому они психологически легче располагаются к тому, что он говорит или демонстрирует.

Преодоления возрастных рубежей. Искусно владея технологией самопрезентации, что конкретно проявляется в удачном выборе моделей поведения и исполнении различных ролей, можно комфортно себя чувствовать в общении с людьми разного социального положения и профессионального статуса, не сковывая себя «комплексом» собственного возраста.

Знание технологических функций имиджа предлагает широкое практическое его использование.

Таким образом, имидж – это полиметрическое явление, функционал которого разнообразен.

Имидж бывает достоянием конкретного лица, а также групповым, как, например, имидж фирмы или государственной структуры. Как правило, имидж – явление положительное.

К сожалению, имеется немало людей, которые недооценивают роль имиджа в деловом преуспевании.

Итоги многих опросов населения показывают, что их имидж у сотрудников правоохранительных органов имеет негативную окраску. Поэтому правоохранительным организациям стоит уделить внимание имиджу сотрудников, их самопрпезентации (профессиональная работа психолога в организации), чтобы обеспечить положительный образ в сознании автолюбителей.

§ 3. Профессиограмма сотрудника ГИБДД как основа знания о профессии и психологтческих качествах сотрудников

Деятельность инспектора ГАИ связана, в основном, с регулированием движения транспорта и предупреждением дорожно-транспортных происшествий на улицах и дорогах. Структура профессиограммы инспектора ГАИ сложная, включающая в себя ряд профессий. В первую очередь это профессия инспектора правоохранительного органа, в которой реализуется шесть сторон деятельности каждой юридической специальности: социальную, поисковую, реконструктивную, коммуникативную, организационную и удостоверительную.

1.Социальная деятельность охватывает политический аспект в деятельности следователя, прокурора, оперативного работника, воспитателя исправительного учреждения и т.д. как организаторов борьбы с преступностью на порученном им участке. Включает профилактические мероприятия, правовую пропаганду, участие в перевоспитании преступника для возвращения его к социальной норме поведения.

2. Поисковая деятельность заключается в собирании исходной информации, необходимой для решения профессиональных задач. Удельный вес этой деятельности наиболее высок в профессиограммах следователя, оперативного работника, судьи.

3.Реконструктивная деятельность. Это текущий и завершающий анализ всей собранной информации по делу и выдвижение на базе ее синтеза, анализа и специальных знаний рабочих версий (гипотез). Планирование работы есть также результат реконструктивной деятельности.

4.Коммуникативная деятельность заключается в получении необходимой информации в процессе общения. Особенно большой удельный вес эта деятельность имеет при допросах, а также в деятельности адвокатов, оперативных работников, воспитателей исправительных учреждений.

5.Организационная деятельность заключается в волевых действиях по реализации и проверке рабочих версий и планов. Она подразделяется на два аспекта: самоорганизованность и организация людей в коллективном решении профессиональной задачи.

6.Удостовернтельная деятельность — приведение всей полученной информации по делу в специальную, законом предусмотренную форму (постановление, протокол, приговор и т.д.).

Работник ГАИ должен хорошо управлять различными транспортными средствами, и для этого обладать качествами, входящими в профессиограмму водителя. Он должен быть внимательным, решительным человеком, к тому же обладать повышенным чувством ответственности за свои действия.

Водитель автомобиля должен знать правила дорожного движения, основы безопасности управления; устройство и принцип действия механизмов, систем и приборов автомобиля; правила обкатки и хранения автомобилей, эксплуатации аккумуляторных батарей и автомобильных шин; марки и свойства топлив и масел; правила перевозки различных грузов; правила охраны труда.

ХАРАКТЕРИСТИКА ТРУДА:

Тип профессии -"человек-техника". Работа на открытом воздухе. Ручные и механизированные орудия труда.

Профессия – водитель:

1.Область базовых знаний основного уровня - управление транспортом. Их уровень - высокий (практическое использование знаний). Область базовых знаний вспомогательного уровня - механика, техника. Их уровень – средний (знания получены опытным путем). Профессиональная область – транспорт, транспортные перевозки. Межличностное взаимодействие – редкое. Доминирующий интерес – реалистический. Дополнительный интерес – конвенциональный. Условия работы – вне помещения, сидячий.

2. Доминирующие виды деятельности: осуществление транспортных и пассажирских перевозок; эксплуатация, управление автомобилем; наблюдение за показателями приборов (амперметра, указателей температуры воды и давления масла и т.д.); техническое обслуживание автомобиля (мойка, заправка топливом и маслом, смазка, осмотр и пр.); регулярное проведение осмотров транспортного средства перед выездом из гаража; обнаружение и устранение неисправности в результате поломки на дороге; участие в ремонте автомобиля в стационарных условиях.

3. Качества, обеспечивающие успешность выполнения профессиональной деятельности:

Способности:

- концентрация внимания (способность в течение длительного времени заниматься определенным видом деятельности);

- хорошая переключаемость внимания;

- большой объем внимания (то количество явлений, которое человек может замечать одновременно);

- хорошая зрительная память;

- хорошая моторная память;

- хорошая реакция на возможные неожиданные ситуации на дороге;

- высокая помехоустойчивость;

- хорошее пространственное воображение;

- способность контролировать свои эмоции;

- хороший глазомер.

Личностные качества, интересы и склонности:

- дисциплинированность;

- осторожность;

- рассудительность;

- самообладание;

- находчивость;

- уравновешенность;

- уверенность;

- выносливость.

Качества препятствующие эффективности профессиональной деятельности:

- невнимательность, рассеянность;

- эмоциональная неустойчивость;

- быстрая психическая утомляемость;

- злоупотребление спиртными напитками;

- недисциплинированность;

- агрессивность.

Нельзя преувеличивать или преуменьшат опасность того или иного действия участника дорожного движения и тем более подходит ко всем с общей меркой. Каждое правонарушений имеет свои особенности, а действие правонарушителей -индивидуальные. Нарушения могут быть совершены по неосторожности или неопытности.

Б.В. Росинский относит «недостаточный интеллектуальный, образовательный и моральный уровень сотрудников ДПС; неумение строить законные и доброжелательные взаимоотношения с участниками дорожного движения» к одной из объективных причин, затрудняющих осуществление дорожного надзора за соблюдение правил дорожного движения (ПДД).

Немало ценных советов, касающихся специфики взаимоотношений с участниками дорожного движения, которые до сих пор не утратили свою актуальность, содержалось и в методических рекомендациях Всесоюзного научно-исследовательского института МВД СССР: « колебания при выборе меры административного воздействия, ее последующее смягчение или ужесточение не допустимы. Они снижают авторитет и воспитательное значение правовой нормы. Инспектор обязан быть сдержанным, твердым и справедливым в своих решениях».

Большинство населения непосредственно не сталкивается с сотрудниками ГИБДД поэтому представление о сотрудниках ГИБДД базируется на второстепенной информации и из средств массовой информации, что может не соответствовать действительности и формировать искаженный образ данной профессии.

Прежде чем исследовать особенности образа сотрудников ГИБДД в представлениях сознания автолюбителей, перечислим основные задачи их профессиональной деятельности.

Основные задачи сотрудников ГИБДД:

- надзор за дорожным движением, предупреждение, выявление и пресечение нарушений правил дорожного движения и других нормативных актов, действующих в сфере обеспечения безопасности дорожного движения, привлечение к административной ответственности лиц, совершивших такие правонарушения:

- регулирование дорожного движения;

- осуществление неотложных действий на месте дорожно-транспортных происшествий, проведение дознания по делам о совершенных преступлениях в сфере дорожного движения;

- оказание доврачебной помощи гражданам, пострадавшим при

дорожно-транспортных происшествиях.

- участие в охране общественного порядка и борьбе с

преступностью

- проведение мероприятий по розыску угнанных, похищенных и скрывшихся с места происшествия транспортных средств;

- участие в проведении мероприятий по обеспечению беспрепятственного проезда автомобилей специального назначения, сопровождение в установленном порядке таких транспортных средств, а также автомобильных колонн;

- оказание помощи участникам дорожного движения в осуществлении их законных прав и интересов, информирование населения об обстановке в сфере дорожного движения;

- создание условий для безопасного движения пешеходов и транспорта; контроль за состоянием и обустройством улично-дорожной сети и средств регулирования, принятие неотложных мер к устранению причин, создающих угрозу безопасности дорожного движения;

- участие в осуществлении контроля за соблюдением водителями транспортных средств условий лицензирования деятельности, связанной с эксплуатацией транспортных средств и др.

Для овладения данной системой профессиональных знаний, умений и навыков и для успешного осуществления своей профессиональной деятельности сотрудник ГИБДД должен обладать следующими качествами:

- высокая скорость реакции

- психическая выносливость

- физическая выносливость

- профессиональная компетентность

- высокая правовая культура

- логичность мышления

- четкость высказываний

- ответственность

- твердость

- справедливость

- индивидуальный подход

- терпимость

Таким образом в «профессиограмме» сотрудника ГИБДД, наряду с качествами, характеризующими его умения обращаться с техническими средствами, особенно значимыми оказываются личностные качества, необходимые для эффективного общения с людьми.

Все вышесказанное позволяет нам сделать следующий вывод. С точки зрения личностных особенностей и требований самой деятельности данная профессия предъявляет достаточно высокие требования к подготовке, уровню профессионализма сотрудника ГИБДД к выполнению соответствующей деятельности. Однако не все сотрудники соответствуют предъявляемым критериям. Все это напрямую отражается не только на особенностях их работы, но и на обыденных знаниях об образе представителей данной профессиональной группы среди населения.

Представленный анализ позволяет нам задаться вопросом, а какова репрезентация образа сотрудника ГИБДД в представлении автолюбителей и есть ли зависимость содержания представлений об образе сотрудников у автолюбителей с разным водительским стажем? Если есть, то в чем состоит различие? Эти вопросы стали предметом нашего исследования.

Глава 2

§ 1. Методы исследования

Проведенный теоретический обзор позволил нам обозначить основные методы исследования представлений образа сотрудника ГИБДД.

Первой методикой, которой мы воспользовались для проведения

нашего исследования, была методика «Незаконченные предложения».

Данная методика относится к группе проективных методик, которые направлены на исследование личности и выработаны в рамках проективного диагностического подхода.

Наиболее существенным признаком проективных методик является использование в них неопределенных, неоднозначных (слабоструктурированных) стимулов, которые испытуемый должен конструировать, развивать, дополнять, интерпретировать. В соответствии с проективной гипотезой, каждое эмоциональное проявление индивидуума, его восприятия, чувства, высказывания, двигательные акты несут на себе отпечаток личности. Это известный вербальный методический прием, позволяющий получить более непосредственную реакцию на изучаемый предмет.

Испытуемому предлагается серия незаконченных предложений, состоящих из нескольких слов, с тем, чтобы он завершил их по своему усмотрению. Испытуемые работали согласно инструкции следующего содержания: «Вам предлагается завершить представленные предложения по своему усмотрению» (Приложение 1.)

Данная методика позволит выявить психологические особенности образа сотрудника ГИБДД в двух выборках испытуемых: автолюбителей групп 1 и 2 (с разным стажем вождения).

Второй метод, который мы использовали в нашем исследовании – метод ассоциаций (ассоциативный эксперимент). это наиболее разработанная техника семантического анализа. общая схема ассоциативного эксперимента такова: испытуемому предъявляют слово-стимул и требуется дать первые пришедшие на ум ассоциации. Главные преимущества ассоциативного эксперимента – простота и удобство применения. 4 Испытуемым давалась такая инструкция: «напишите, пожалуйста, ассоциации (слова, предложения, предметы, качества и пр., которые Вам приходят в г олову; количество не ограничено), возникающие у Вас на словосочетание Сотрудник ГИБДД».(Приложение1).

Обработка данных методик осуществлялась методом контент-анализа, что позволило выявить содержательные особенности образа сотрудника ГИБДД, связанные с качествами личности и особенностями профессиональной деятельности инспекторов ГИБДД, которые важны не только для осуществления профессиональной деятельности, но и определяют социально-психологическую окраску имиджа сотрудников данного подразделения милиции в представлениях сознания. Сюда же вошли данные, отражающие атрибуты данной профессии, социальные стереотипы. Применяется метод, начиная с 20-х гг. нынешнего столетия для обработки материалов средств массовой коммуникации, анализа некоторых социально-психологических явлений в больших социальных группах. В настоящее время метод широко распространен в социальной психологии и социологии.

Третьей методикой исследования выступил семантический дифференциал - метод количественного и качественного индексирования значений при измерении эмоционального отношения индивидуума к объектам, при анализе социальных установок, ценностных ориентации, субъективно-личностного смысла, различия аспектов самооценки.

Этот метод был разработан в 1952 г. группой американских психологов во главе с Ч. Осгудом.

Испытуемым предлагался тезаурус личностных черт (50 биполярных качеств). На тестовом бланке испытуемые ставили соответствующую отметку степени выраженности качества у сотрудника ГИБДД.

Работа испытуемых производилась по инструкции: «Перед Вами - перечень личностных качеств. Пожалуйста, оцените степень выраженности этих качеств относительно к сотруднику ГИБДД». (Приложение 2).

«Завершение рисунка» использовалось в качестве четвертой методики в исследовании. Обычно даются «размытые», неопределенные картинки, в которых респондент «одевает» человечка, олицетворяющего собой предмет исследования. Очень результативен прием противопоставления того, что люди «говорят», тому, что они «действительно думают».

Цель применения данной методики в настоящем исследовании заключается в том, что данная методика, носящая проективный характер, позволяет выявить особенности содержания образа о сотруднике ГИБДД среди автолюбителей с нескольких позиций. А именно:

1. выявить особенности образа сотрудника ГИБДД при исполнении им своих профессиональных обязанностей: когнитивной составляющей образа сотрудниа ГИБДД («что думает при исполнении своих служебных обязанностей») и вербального компонента («что говорит сотрудник ГИБДД при исполнении своих служебных обязанностей») с точки зрения автолюбителей с разным водительским стажем.
2. выявить основные качества и характеристики сотрудника с позиции автолюбителей, его основные черты и атрибуты профессии.

Работа с методикой производилась индивидуально. Испытуемым предъявлялась инструкция следующего содержания: «Перед Вами человек, это сотрудник ГИБДД, оденьте его, напишите, что он говорит и что думает. Далее на строках напишите, каким Вы представляете себе сотрудника ГИБДД (его основные качества и характеристики)?».

В облаке, расположенном над головой фигурки, напишите то, что этот человек думает при исполнении своих служебных обязанностей; в овале, расположенном слева от фигурки, напишите то, что он говорит при исполнении своих служебных обязанностей; (Приложение 3.).

§ 2. Исследование

В нашем исследовании приняло участие 24 испытуемых, разделенные на 2 группы в зависимости от водительского стажа: 1 группа – стаж вождения от 0 до 7 лет (12 человек), 2 группа – стаж вождения от 8 до 20 лет (12 человек).

Процентная выраженность основных категорий контент-анализа психологических особенностей образа сотрудника ГИБДД у автолюбителей 1 группы

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| категории | Всего в % | Представленность в незаконченных предложениях | | | | |
| Профессиональная деятельность | 35 | Нейтральное | Положительное | | Отрицательное | |
| 30 | | 10 | | 60 |
| Внешний вид | 15 | 10 | | 10 | | 80 |
| Личностные качества | 35 | 20 | | 10 | | 70 |
| Эмоциональная оценка | 8 | 0 | | 30 | | 70 |
| Моральная оценка | 7 | 0 | | 0 | | 100 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| категории | Всего в % | Представленность в незаконченных предложениях | | | | |
| Профессиональная деятельность | 35 | Нейтральное | Положительное | | Отрицательное | |
| 50 | | 10 | | 40 |
| Внешний вид | 8 | 50 | | 10 | | 40 |
| Личностные качества | 11 | 70 | | 10 | | 20 |
| Эмоциональная оценка | 31 | 70 | | 15 | | 15 |
| Моральная оценка | 15 | 0 | | 0 | | 100 |

Процентная выраженность основных категорий контент-анализа психологических особенностей образа сотрудника ГИБДД у автолюбителей 2 группы

Анализ ассоциаций

|  |  |
| --- | --- |
| категории | Всего в % |
| Профессиональная деятельность | 23 |
| Внешний вид | 38 |
| Личностные качества | 15 |
| Эмоциональная оценка | 12 |
| Моральная оценка | 12 |

|  |  |
| --- | --- |
| категории | Всего в % |
| Профессиональная деятельность | 30 |
| Внешний вид | 21 |
| Личностные качества | 21 |
| Эмоциональная оценка | 10 |
| Моральная оценка | 18 |

Большинство автолюбителей оценивают сотрудника ГИБДД негативно, что проявляется в отрицательной оценке его моральных качеств (бюрократ, взяточник), внешнего вида (хмурый, мрачный, нелепая форма), личностных качеств (неуступчивость, наглость) и профессиональной деятельности (вымогатель, «борьба с нарушителями»). работу так же называют сложной, опасной, но нужной. Также преобладает негативная эмоциональная оценка в случае взаимодействия с сотрудником (волнение, дискомфорт, напряжение, неуверенность, облегчение после встречи). Взаимодействия происходит по необходимости со стороны сотрудника и со стороны водителя в равной степени.

В данной группе испытуемых образ сотрудника ГИБДД наделяется следующими характеристиками: внешность оценивается в большинстве случаев нейтрально (строго, нормально), так же как и в первой группе испытуемых преобладает отрицательная моральная оценка (избирательное правосудие), но отношение к личностным качествам и эмоциональная оценка сотрудника – нейтральны (обычный человек, когда я сталкиваюсь с сотрудником, я ничего особого не чувствую, я спокоен и т.д.). Испытуемые отмечают общение с сотрудником по своей инициативе, и во всех случаях чувство облегчения после встречи с ним. Работу сотрудников называют важной, опасной, но в то же время прибыльной.

На основе анализа ассоциаций можно сделать вывод о том, что автолюбители в образ сотрудника ГИБДД включают такие составляющие как профессиональная деятельность, внешний вид, личностные качества, эмоциональная и моральная оценки.

первая группа испытуемых отмечает много крайних значений в степени выраженности личностных качеств у сотрудника ГИБДД. поэтому профиль профессии очень изломан.

вторая группа испытуемых не имеет большой выраженности личностных качеств у сотрудника ГИБДД. Профиль усреднен.

На основе анализа рисунка можно говорить о том, что сотрудник ГИБДД у первой группы испытуемых изображается в форме, с атрибутами профессии (свисток, фуражка, жезл, бланк) и с прорисованными чертами лица (веселое, агрессивное и безразличное выражение). Говоря об основных качествах и характеристиках сотрудника большинство пишет о его профессиональной деятельности().

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| качества | -3 | -2 | -1 | 0 | +1 | +2 | +3 | качества |
| Замкнутый |  |  |  |  |  |  |  | общительный |
| Глупый |  |  |  |  |  |  |  | Умный |
| Слабый |  |  |  |  |  |  |  | Сильный |
| Пассивный |  |  |  |  |  |  |  | Активный |
| Злой |  |  |  |  |  |  |  | Добрый |
| Ленивый |  |  |  |  |  |  |  | Трудолюбивый |
| Скрытый |  |  |  |  |  |  |  | Открытый |
| Твердый |  |  |  |  |  |  |  | Мягкий |
| Пессимист |  |  |  |  |  |  |  | Оптимист |
| Наивный |  |  |  |  |  |  |  | Опытный |
| Бестактный |  |  |  |  |  |  |  | Тактичный |
| Легкомысленный |  |  |  |  |  |  |  | Серьезный |
| Лживый |  |  |  |  |  |  |  | Честный |
| Тревожный |  |  |  |  |  |  |  | Спокойный |
| Спокойный |  |  |  |  |  |  |  | Эмоциональный |
| Самодовольный |  |  |  |  |  |  |  | Самокритичный |
| Безвольный |  |  |  |  |  |  |  | Волевой |
| Лицемерный |  |  |  |  |  |  |  | Прямой |
| Подлый |  |  |  |  |  |  |  | Порядочный |
| Безответственный |  |  |  |  |  |  |  | Ответственный |
| Эгоистичный |  |  |  |  |  |  |  | Добрый |
| Трусливый |  |  |  |  |  |  |  | Смелый |
| Нахальный |  |  |  |  |  |  |  | Скромный |
| Грубый |  |  |  |  |  |  |  | Тонкий |
| Мрачный |  |  |  |  |  |  |  | Веселый |
| Робкий |  |  |  |  |  |  |  | Решительный |
| Равнодушный |  |  |  |  |  |  |  | Отзывчивый |
| Эгоист |  |  |  |  |  |  |  | Альтруист |
| Неуравновешенный |  |  |  |  |  |  |  | Уравновешенный |
| Жадный |  |  |  |  |  |  |  | Щедрый |
| Молчаливый |  |  |  |  |  |  |  | Разговорчивый |
| Подозрительный |  |  |  |  |  |  |  | Доверчивый |
| Злопамятный |  |  |  |  |  |  |  | Отходчивый |
| Корыстолюбивый |  |  |  |  |  |  |  | Бескорыстный |
| Неряшливый |  |  |  |  |  |  |  | Аккуратный |
| Беспринципный |  |  |  |  |  |  |  | Принципиальный |
| Инертный |  |  |  |  |  |  |  | Подвижный |
| Поверхностный |  |  |  |  |  |  |  | Глубокий |
| Плохой |  |  |  |  |  |  |  | Хороший |
| Инфантильный |  |  |  |  |  |  |  | Зрелый |
| Женственный |  |  |  |  |  |  |  | Мужественный |
| Мечтательный |  |  |  |  |  |  |  | Реалист |
| Жестокий |  |  |  |  |  |  |  | милосердный |
| Неверный |  |  |  |  |  |  |  | Верный |
| Некомпетентный |  |  |  |  |  |  |  | Компетентный |
| Инертный |  |  |  |  |  |  |  | Гибкий |
| Тяжелый |  |  |  |  |  |  |  | Легкий |
| Узкий |  |  |  |  |  |  |  | Широкий |
| Зависимый |  |  |  |  |  |  |  | Независимый |
| Простодушный |  |  |  |  |  |  |  | Хитрый |

Список литературы

1. Артемьева Е.Ю. Психология субъективной семантики. – М.: Издательство Моск. ун-та, 1980. – 128 с.
2. Гайнуллина А.В. Особенности взаимодействия сотрудников ДПС ГИБДД с участниками дорожного движения// Юридическая психология, 2006, № 4. – С. 35 – 38.
3. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл, 1999. – 287 с.
4. Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. — М.: Изд-во МГУ, 1988. — 208 с.
5. Почепцов Г.Г. Имиджелогия: теория и практика. – К: АДЕФ-Украина Издательство, 1998. – 392 с.
6. Спасенников В.В. Анализ и проектирование групповой деятельности в прикладных психологических исследованиях. – М.: Институт психологии РАН, 1992. – 204 с.
7. Чуфаровский Ю.В. Юридическая психология. – М.: Издательство Проспект, 2006. – 472 с.
8. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.
9. Матюшевская П.А., Ефимов Н.В., Маевская Е.В. Имидж/ Социология, 2003. – 1312 с.
10. Введение в практическую социальную психологию под ред. Ю.М. Жукова, Л.А. Петровской, О.В. Соловьевой. - М.: Смысл, 1996