

**Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
Одинцовская гимназия №13**
143003, Московская область г. Одинцово, ул. Молодежная, д.3а
Тел.8-(495) 593-27-24
odin_gimnaziya_13@mosreg.ru

А.А. Климова, учитель химии,
МБОУ Одинцовской гимназии №13

Практико-значимый проект
«Слагаемые профессионального имиджа педагога»

Одинцово, 2024г.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Введение	3
II. Основная часть	
1. Составляющие профессионального имиджа педагога	7
2. Функции профессионального имиджа	14
III. Заключение	16
IV. Используемая литература	17

I. Введение

В последнее десятилетие проблема модернизации образования в России привлекает пристальное внимание как общественности, так и властных структур. В системе образования, как в волшебном зеркале, всегда отражается состояние общества в целом. Кризис общественной системы 90-х годов двадцатого века в нашей стране неизбежно повлек за собой и кризис в системе образования: распад тоталитарно - идеологического управления этой системой вызвал неясность, неопределенность целей обучения и воспитания. На преодоление этого кризиса была направлена Концепция модернизации российского образования на период до 2010 года, которая получила дальнейшее развитие в национальной образовательной инициативе «Наша новая школа».

Одной из основных задач реформирования системы образования является ориентация образования на человека, его неповторимую индивидуальность и органические потребности в самореализации и самосовершенствовании. Таким образом, в отечественной школе реализуется мировая тенденция к смене основной парадигмы образования:

в современную эпоху основной образовательной парадигмой становится антропологический подход, реализация антропоцентрической модели образования. Личность становится главным субъектом, а ее всестороннее развитие — главной целью образования. Достижение этой цели невозможно без совершенствования профессиональной культуры педагога, неотъемлемой частью которой в современных условиях должна быть человековедческая компетентность, владение основами человековедческих технологий. Одной из четырех основных человековедческих технологий является технология формирования имиджа.

В России понятие имидж стало предметом общественного внимания и научного анализа лишь в конце XX столетия. Массовый читатель был осведомлен в этой сфере благодаря отдельным популярным публикациям зарубежных практиков-дизайнеров, визажистов, парикмахеров. В середине 90-х годов появились первые серьезные отечественные разработки по

имиджированию, посвященные психологическим аспектам формирования имиджей (Р.Ф. Ромашкина, Е.И. Манякина, Е.В. Гришунина, П.С. Гуревич, Ф.А. Кузин, В.Д. Попов, Б. Г. Ушиков, В.М. Шепель, И.А. Федоров и др.). Имидж должен обрести собственное существование, стать отдельной ценностью и использоваться при удобном случае. Имидж – это впечатление, человеком на одну или несколько групп общественности. Он не рисунок, не калька, не разработанное в мельчайших деталях, точное изображение, а, скорее всего – несколько деталей, оказывающих эмоциональное воздействие.

Каждый из нас создает определенный образ – имидж – представление о человеке, складывающееся на основе его внешнего облика, привычек, манере говорить, менталитета, поступков и т.д. [1]

Имидж находится в ряду таких понятий, как рейтинг, репутация, известность, популярность, престиж, авторитет и др. В социологии, и, прежде всего, социологии управления имидж может рассматриваться в контексте теории социальных статусов и ролей, концепции социального действия и взаимодействия, теории конфликта. [2]

Имидж представляет собой наиболее эффективную подачу сообщения, которая в состоянии обойти имеющиеся в каждом человеке разнообразные фильтры. Отсюда и возникает идея имиджа как публичного или внешнего Я человека, которое достаточно часто может отличаться от его внутреннего Я. Ваш образ – это ваш портрет, который вы показываете окружающему миру. Образ должен работать на вас, а не против вас. Из всего набора наших характеристик мы должны отбирать те, которые, несомненно, будут позитивно оценены окружающими.

Личностный имидж рассматривается нами как сочетание ряда внутренних и внешних факторов, задающих его составные – самоимидж, воспринимаемый имидж и требуемый имидж. Такая типология отражает взгляд на имидж с разных позиций – со стороны своего Я и со стороны других, со стороны реалий и со стороны желаний. [3]

Самоимидж вытекает из прошлого опыта и отражает нынешнее состояние самоуважения. Если мы хотим, чтобы нас уважали, мы должны сначала уважать сами себя. Собственно, вся психотерапия часто работает на этом уровне восстановления доверия к самому себе, какой аспект своей личности надо любить и лелеять, а не вытаптывать. [3]

Воспринимаемый имидж - это то, как видят нас другие. Естественно, что эта точка зрения может отличаться от предыдущей. Мы часто не знаем, как реально к нам относятся, как реально о нас отзываются. [3]

Требуемый имидж связан с конкретными профессиями, которые определяют их определенные имиджевые характеристики. В ряде случаев этому помогает тип одежды и форма одежды. [3]

Одно из понятий современной имиджологии – профессиональный имидж, т.е. черты облика человека как субъекта деятельности. По мнению психологов, профессиональный имидж стимулирует рост авторитета, отражает степень профессиональной успешности, выступает условием профессиональной самореализации, достижения профессиональных вершин. Секрет профессионального успеха напрямую связывают с тем, насколько успешно человеку удастся создать облик, соответствующий ожиданиям других людей. Педагогический словарь дает нам определение имиджа преподавателя как «эмоционально-окрашенный стереотип восприятия образа учителя в сознании воспитанников, коллег, социального окружения, в массовом сознании. При формировании имиджа учителя реальные качества тесно переплетаются с теми, которые приписываются ему окружающими». Каждый субъект учебно-воспитательного процесса (дети, их родители, учителя) имеет свое представление о профессиональном имидже педагога. При этом у каждого педагога есть свой личный имидж в глазах коллег, учеников и их родителей. К сожалению, далеко не всегда личный имидж педагога совпадает с тем идеалом, который хотят видеть ученики. Более того, зачастую и учитель формулирует такие требования к педагогическому имиджу, которым он сам не соответствует,

либо не желая видеть и исправлять свои недостатки, либо не умея грамотно создавать желаемый образ.

Таким образом, на мой взгляд, весьма актуальной является проблема формирования профессионального имиджа педагога. Тема моего проекта - «Слагаемые профессионального имиджа педагога».

Цель работы:

1. выявить основные составляющие профессионального имиджа педагога.

Задачи данного проекта:

1. проанализировать представления субъектов образовательного процесса о профессиональном имидже педагога;
2. познакомиться с литературными источниками по этому вопросу;
3. обосновать важность формирования имиджа педагога.

Результат работы - выступление на педагогическом совете школы.

II. Основная часть.

1. Составляющие профессионального имиджа педагога.

Как часто, общаясь с детьми, мы говорим: «Учитель — такой же человек, как и все»! Дети при этом смотрят на нас недоверчиво и смущенно, ведь для большинства из них учитель — особенный человек. Да и мы сами понимаем, что существует некий специфический имидж учителя, ведь недаром в непрофессиональной среде учителя, как правило, определяют очень быстро. Известный отечественный психолог Л.М. Митина видит причину подобного явления в том, что "...большинство педагогов загоняют в прокрустово ложе устаревших и неконструктивных традиций и правил свою индивидуальность, самобытность..." Опрос, проведенный мною среди коллег, показал, что подавляющее большинство согласны с тем, что профессия себя выдает во взгляде, манере держаться и разговаривать. Отвечая на вопрос о том, каким должен быть профессиональный имидж учителя, 80% педагогов назвали в качестве составляющих внешний вид, культуру поведения, культуру речи, профессионализм. 7% учителей понимают под имиджем лишь определенные особенности внешнего облика, а для 13% имидж определяется только личностными и профессиональными качествами.

В структуре имиджа профессионала, предложенной Л.М. Митиной, выделены внешний, процессуальный и внутренний компоненты [4]:

Внешний облик;

Использование вербальных и невербальных средств общения;

Внутреннее соответствие образа профессии - внутреннее "Я".

1. Внешний облик помогает человеку привлечь к себе внимание, создать положительный настрой на себя, показаться не только симпатичным человеком, но и прекрасным учителем. Учитель всем своим внешним обликом должен располагать к себе учащихся и взрослых. В нем постоянно должны отражаться его богатый внутренний мир, любовь к детям и забота о них. Следует всегда помнить, что дети учатся у взрослых людей, и прежде всего у любимого учителя, правильно одеваться. В манере одеваться

проявляется одно из главных правил: красиво выглядеть - значит проявлять уважение к окружающим людям. Это означает, что такие требования, предъявляемые к внешнему виду человека, помогают педагогу улучшить свой профессиональный имидж. Правильный выбор одежды помогает добиться профессионального успеха. Избегая недоверчивого отношения коллег к своим профессиональным качествам, не следует появляться на работе в ультрамодной одежде. [5]

Разумно сочетая требования моды со своим внешним видом, следует соблюдать такое правило: быть одетым слишком модно - признак дурного вкуса, отставать же от моды недопустимо, т.е. надо одеваться по моде, но так, чтобы это не бросалось в глаза. Настоящий учитель не станет подчеркивать одеждой свою привлекательность, он будет демонстрировать на работе свой ум, профессиональные навыки и способности, более важные во всех отношениях, чем внешность.

2. Вербальные и невербальные средства общения- важные составляющие имиджа педагога. Что и как учитель говорит, умеет ли словом настроить школьника на себя, какие жесты и позы при этом демонстрирует, что происходит с его мимикой, как сидит, стоит и ходит - все это влияет на восприятие младших школьников. Для улучшения своего профессионализма учителю необходимо обратить внимание и на умение представить себя окружающим наиболее выгодным образом. Доказано, что 35% информации школьник получает при словесном (вербальном) общении и 65% - при невербальном. Внутреннее соответствие образа профессии - внутреннее "Я", на наш взгляд, ведущее из составляющих педагогического имиджа, поскольку умение нравиться и располагать к себе других людей выступает необходимым качеством в профессиональных и личностных контактах

В структуру речевого общения входят [6]:

1. Значение и смысл слов, фраз ("Разум человека проявляется в ясности его речи"). Играет важную роль точность употребления слова, его

выразительность и доступность, правильность построения фразы и ее доходчивость, правильность произношения звуков, слов, выразительность и смысл интонации.

2. Речевые звуковые явления: темп речи (быстрый, средний, замедленный), модуляция высоты голоса (плавная, резкая), тональность голоса (высокая, низкая), ритм (равномерный, прерывистый), тембр (раскатистый, хриплый, скрипучий), интонация, дикция речи. Наблюдения показывают, что наиболее привлекательной в общении является плавная, спокойная, размеренная манера речи.

3. Выразительные качества голоса: характерные специфические звуки, возникающие при общении: смех, хмыканье, плач, шепот, вздохи и др.; разделительные звуки - это кашель; нулевые звуки- это паузы, а также звуки назализации-“хм-хм”, ”э-э-э” и др. Исследования показывают, что в ежедневном акте коммуникации человека **слова** составляют **7 %**, **звуки и интонации 38%**, **неречевое взаимодействие-53%**(“говорим голосом, беседуем всем телом” Публиций).

Невербальные средства общения изучают следующие науки:

- а) кинесика (жесты, мимика, походка, поза, визуальный контакт);
- б) просодика и экстралингвистика (интонация, громкость, тембр, паузы, вздох, смех, плач, т.е. интонационные характеристики голоса);
- в) такесика (тактильные взаимодействия);
- г) проксемика (ориентации, дистанция, т.е. пространственная организация общения).

Большинство исследователей разделяют мнение, что словесный канал используется для передачи информации, в то время как невербальный канал применяется для “обсуждения” межличностных отношений, а в некоторых случаях используется вместо словесных сообщений. Невербальное общение ценно тем, что оно проявляется, как правило, бессознательно и самопроизвольно и обусловлено импульсами нашего подсознания; т.о., отсутствие возможности подделать эти импульсы

позволяет нам доверять этому языку больше, чем вербальному каналу общения. Вот 10 основных категорий информации о говорящем (учителе), которые в рамках невербального канала акустическим путем передаются слушателю (ученику), независимо от того, что говорит человек[7]:

индивидуально-личностная;
эстетическая;
эмоциональная;
психологическая;
социально-иерархическая
возрастная
половая
медицинская
пространственная и другие.

А сейчас рассмотрим наиболее важные позиции самоотражения учителем своего психолого-поведенческого облика, то есть имиджа:

1.Общетелесное самораспоряжение (манера перемещаться по классу, излюбленные позы и избираемые точки-позиции той или иной длительности пребывания): [8]

-повышенная подвижность во всех ее формах легко становится отвлекающим фактором;

-у каждого человека в силу его индивидуальности, например, типологической, имеется свой диапазон подвижности.

Психологический эффект педагогического воздействия в малой степени зависит от абсолютной силы поведенческого фактора, он обусловлен его уместностью и относительной мерой в рамках возможностей учителя;

умеренная или даже намеренно ослабленная интенсивность поведенческого воздействия нередко приводит к желательным и значительным результатам.

2.Жестикулярная выразительность является одним из самых ярких средств выражения отношения к ученикам. Отметим следующий

парадокс: то, что наиболее часто в нашем двигательно-поведенческом облике, то - менее всего нам известно. Это происходит в силу укоренившейся привычки жестиковать определенным образом, выходящей на уровень во многом автоматизированного поведения. Однако воспринимающим нас людям эта форма поведения первоочередно бросается в глаза и учитывается при формировании мнения о человеке. [9]

3.Мимическая выразительность. Эта поведенческая сфера имеет еще более высокий информационно-выразительный и воздейственный уровень. Ведь мимика наплотнейшим образом смыкается с речью, хотя, безусловно, может быть использована преподавателем и автономно- в “чистом виде” без словесного сопровождения. [9]

4.Интонационное поведение -это психическое явление вполне правомерно обозначить термином “поведение”, поскольку оно охватывает большую сферу учительской деятельности, динамично и по воздейственности превосходит другие поведенческие показатели. Совершенно не случайно, что одно и то же обращение педагога может восприниматься школьниками по-разному. [9]

5.Саморегуляция речи - выражается в управлении учителем громкостью звучания речи и ее темпо-ритмической характеристикой. [9]

Известно, что собственно информационная сторона речи учителя еще не является фактором передачи знаний. Весьма важно и то, как звучит содержательная речь. Это требование к устной речи особо возрастает, когда в роли воспринимающих ее выступают дети - главная учительская аудитория.

Не менее важно, чтобы имидж не расходился с внутренними установками учителя, соответствовал его характеру и взглядам. Создавая свой образ, учитель тем самым самосовершенствуется. Личностное как нечто внутреннее проявляется через деятельность, в конкретных продуктах творчества. При этом деятельность выступает как бы гранью перехода личностного внутреннего во внешнее - продуктивное. Это чаще всего- оригинальность, непохожесть, внешнее самоформление, экспрессия, умение

транслировать свою неповторимую личность, делать ее оригинальной в каждом компоненте педагогического процесса - от цели и задач до отбора содержания, средств, способов и приемов их презентации, а также в стиле общения со всеми участниками целостного педагогического процесса, в каждой эмоциональной реакции на поведение школьников, в разрешенной себе степени свободы импровизации на уроке.

Внутренний образ - это прежде всего культура учителя, непосредственность и свобода, обаяние, эмоциональность, игра воображения, изящество, обратный путь постановки и решения проблем, ассоциативное видение, неожиданные яркие ходы в сценарии урока, внутренний настрой на творчество, самообладание в условиях публичности и многие другие составляющие. [4]

Внешний образ - это техника игры и игровая подача, особые формы выражения своего отношения к материалу, передача своего эмоционального отношения к действительности, владение умением самопрезентации, выведение учеников на игровой уровень, умелая режиссура всего хода урока. [4]

Таким образом, имидж учителя содержит следующие структурные компоненты: индивидуальные и личностные качества, коммуникативные, особенности профессиональной деятельности и поведения.

Как отмечалось выше, в общественном сознании существует, в первую очередь, имидж профессии учителя, некий образ — стереотип. При этом, как показывают исследования отечественных ученых, этот образ меняется во времени, хотя из поколения в поколение неизменными остаются такие качества идеального учителя, как любовь к детям, доброжелательность, искренность, умение общаться.

Что такое хороший учитель? В разные годы, начиная с 30-х годов, в нашей стране изучался этот вопрос. Ученики 30-х годов, по данным Г.С. Прозорова, включали в портрет хорошего учителя:

1. Знание предмета и владение методикой.

2. Хорошие взаимоотношения с учащимися.
3. Умение правильно оценивать знания учащихся.
4. Создание дисциплины.
5. Внешний вид.

Более поздние исследования показали, что в 40-е годы ученики в учителе ценили знание предмета, общую эрудицию, политическую зрелость. Среди черт, характеризующих идеального учителя в глазах школьников 60-х годов, описаны следующие: уравновешенность, гармоничность, авторитет, знание предмета, сильная воля, храбрость, остроумие, приятная наружность, понимание своих учеников, умение говорить логично и выразительно, требовательность самостоятельности, любовь к педагогической работе. В 70-е годы после проведения аналогичного исследования, по данным Ж. Лендел, портрет хорошего учителя описывался детьми набором следующих качеств: справедливый, умный, энергичный, требовательный, авторитетный, хороший организатор, приветливый, любящий детей, любящий свой предмет. О результатах аналогичного исследования, проведенного в 1986 г., Д.В. Колесов и И.Ф. Мягков писали, что пятиклассникам импонировали в личности учителя сочетание строгости с душевностью, добротой и уважением к ученикам. Шестиклассники наряду со строгостью ценят справедливость, доброту, эрудицию, взаимопонимание, аккуратность. И далее добавляли, что основой для формирования отрицательного отношения к учителям... пятиклассников были: невнимание, нечестность, равнодушие, склонность к нравоучениям. Шестиклассники акцентировали внимание на таких качествах учителя, как несправедливость, грубость, отсутствие индивидуального подхода, несдержанность. Данные исследования, проведенного Г.И. Михалевской в 1996 г., в котором школьникам предлагалось ранжировать качества учителя по степени их важности для ученика, показывают, что первые места ученики отводят доброте, внимательности, чувству юмора, такту.

Результаты проведенного мной опроса учеников МБОУ СОШ №9 очень близки к приведенным выше. 81% учеников отдают приоритет таким качествам как доброта, человечность, доброжелательность, уравновешенность. 19% ценят в педагоге отличное знание своего предмета и умение понятно объяснять учебный материал. Среди черт идеального учителя называют чувство юмора, умение наладить дисциплину на уроке, ум, трудолюбие и терпение. Недопустимым считают дети унижение и оскорбление учителем ученика, пренебрежительное отношение к личности ребенка, несправедливость, физическое наказание, грубость, сквернословие.

"Влюбленный в детей и увлеченный своей работой педагог интуитивно и сознательно выбирает те модели поведения, которые наиболее адекватны к достоинству детей и их актуальным потребностям. Имидж такого педагога безупречен," — пишет В.М. Шепель.

2. Функции профессионального имиджа.

Имидж педагога играет важную роль в его профессиональной деятельности. Учителя, которые не принимают концепцию имиджа в полном объеме, ограничивают себя и усложняют свой путь к профессиональному успеху. Имидж — не дань моде, а инструмент, выполняющий определенные функции. Можно обозначить две группы функций имиджа:

1. 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.

2. 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.

III. Заключение.

Древнегреческий философ Ксенофонт сказал: «Никто не может ничему научиться у человека, который не нравится». Одна из важных задач современного педагога — формирование собственного имиджа. Успех в решении педагогических задач во многом зависит от умения понравиться ребенку и его родителю.

Чем продолжительнее занимается человек каким-либо видом деятельности, тем больше проявляется в нем профессиональный отпечаток. Специфика педагогической деятельности учителя — не только в активной умственной деятельности и постоянном напряжении нервной системы. Ежеурочное решение дидактических и воспитательных задач приводит к появлению в поведении учителя специфических черт, которые вызывают отторжение у окружающих. Постоянный самоконтроль и осознанная целенаправленная работа по формированию своего имиджа могут помочь педагогу преодолеть негативные тенденции межличностного общения. Грамотно созданный имидж, включающий внешние, внутренние и процессуальные (коммуникативные) аспекты, безусловно, помогает педагогу в решении его профессиональных задач.

Без интереса к личности учителя нет и интереса к предмету. Интерес к личности учителя - средство активизации интереса к предмету. Образ педагога должен вдохновлять ученика. Как бы ни был профессионально подготовлен учитель, он просто обязан совершенствовать свои личностные качества, свои профессиональные качества, создавая собственный имидж. От того, как педагог будет создавать и продумывать свой профессиональный имидж, будет зависеть его профессиональная востребованность, профессиональная пригодность, профессиональная удовлетворенность, профессиональный успех, профессиональная компетентность.

IV.Используемая литература.

1. Калюжный А.А. Использование психотехник в формировании имиджа учителя//Журнал прикладной психологии.- № 6. – 2005. – С. 45-48.
2. Калюжный А.А. Особенности построения профессионального имиджа //Вестник Государственного университета управления.Серия Социология и управление персоналом.- № 3 (19). – М., ГУУ, 2006. - С.59-63.
3. Калюжный А.А. Социально-психологические механизмы построения имиджа //Вестник Государственного университета управления.Серия Социология и управление персоналом.- № 2 (13). – М., ГУУ, 2005. - С.15-19.
4. www.bestreferat.ru
5. www.bestreferat.ru
6. Калюжный А.А. Роль учителя в нравственном воспитании школьников.– Алматы: Респ.издат. кабинет,1994. – 120 с.
7. Калюжный А.А. Педагогическая имиджелогия:Учебное пособие для студентов вузов. – Алматы:Научно-издат.центр «Гылым»,2004. – 200 с.
8. Калюжный А.А., Шуйтенов Г.Ж. Модель формирования информационной культуры будущих педагогов//Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова:Серия Психологические науки «Акмеология образования».Т.12. - № 2. – 2006. – С. 93-95.
9. Калюжный А.А., Тажбаева С.Г. Нравственное воспитание школьников в деятельности классного руководителя:Методическое пособие к специальному курсу для студентов педагогических специальностей.– Алматы: Изд-во АГУ им. Абая,2001. – 48 с.

