

**Понятие "имидж". Виды имиджей.  
Роль самопрезентации в педагогической деятельности.  
(выступление Началовой Н.К.)**

Понятие «имидж» стало предметом повышенного общественного внимания в конце 80-х годов в связи с новыми социально-экономическими условиями жизни общества. Причем это понятие рассматривалось как средство манипулирования массовым сознанием.

Раскрытие психологических закономерностей восприятия и понимания человека человеком, специфики формирования феномена первого впечатления, социально-психологических эффектов и механизмов межличностного и межгруппового восприятия, изучение содержания социальных представлений и стереотипов, процессов массовой коммуникации подготовило базу для содержательного обращения к проблематике имиджа. Слово «имидж» в русскоязычном общении получило распространение в двух основных значениях: как внешне наблюдаемый облик и как образ-представление-репутация. Это подтверждает анализ как справочной, так и научной литературы по исследуемой проблеме.

Имидж-это впечатление, с помощью которого мы управляем людьми, с другой стороны это, представление, которое возникает у людей о нас. Как говорит Виктор Максимович Шепель, «хороший имидж - это умение наследить в памяти другого человека». Имидж – это первое, что вспоминают люди, когда думают о нас. Это виртуальный образ в сознании людей, имидж гуляет сам по себе и работает на нас, даже если мы спим.

Имидж - это набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с индивидуальностью. Можно говорить, что имидж - это искусство очаровывать других: Некоторым людям это даровано от природы. Другие могут этому научиться.

"Имидж" дословно с английского означает "образ". Но в российском понимании "имидж" и "образ" не одно и то же. Прежде всего потому, что в русском языке слово "образ" имеет пять разных значений: вид, облик, характер, порядок, отражение.

Ближе всего к английскому слову "имидж" российский термин "мнение".

Имидж - мнение, суждение, содержащее оценку и отношение. Имидж — понятие, применимое: к человеку (персональный имидж), организации (корпоративный имидж), социальной позиции (имидж политического деятеля), профессии (имидж педагога), образованию (имидж выпускника

Гарвардского университета) и, наконец... к вещам (мерседес — не просто машина!).

В обыденном понимании слово имидж употребляется по отношению к человеку в двух смыслах: как внешний вид человека и как его репутация. На самом деле эти две грани образа слиты. Мы наблюдаем внешний вид, а оцениваем репутацию! Можно сказать, что имидж — это образ, включающий внутренние и внешние характеристики.

Изучение самопрезентации выступает одной из актуальных и практически значимых задач современной психологии. Любая культура хранит нормы и традиции того, «как следует себя вести». Исследование проблемы имиджа приобретает все большую практическую и теоретическую значимость в свете тех преобразований, которые происходят в различных сферах жизни современного российского общества. Проблема разработки эффективной самопрезентации является важной для многих сфер практической деятельности: рекламы, маркетинга, массовой коммуникации, менеджмента, образования и др. Особенно актуальной проблема самопрезентации становится тогда, когда изменяются экономические и социальные условия — появляются новые правила поведения. В данный момент именно такая ситуация сложилась у нас в стране. Изменились характеристики многих профессий, им потребовался имидж и, соответственно — самопрезентация.

Самопрезентация становится одним из важных средств достижения высоких уровней профессионального мастерства, самореализации личности в деятельности, значимое условие продуктивности педагогического труда.

Никто из взрослых, осознающих свою человеческую и гражданскую ответственность перед детьми, не может быть не заинтересованным в познании технологии управления процессом формирования детских впечатлений. Обаяние личности - всегда было и остается наимоощнейшим фактором впечатляющего воздействия на тех, с кем она общается. И это не столько визуальная привлекательность личности, сколько полнота доверия, душевная расположенность к людям.

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..

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 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

Работа педагога альтруистична, а значит, имидж учителя – это не только индивидуальная цель. Личность педагога способствует формированию личности ученика. Повседневное непосредственное влияние эффективней шаблонного воспитания. Забота учителя о своем имидже – это немаловажная задача педагогической деятельности.

Обучение детей – это сущность труда учителя. Следовательно, забота учителя о своем имидже – это также профессиональное требование.

Перечислю слагаемые имиджа. К ним относятся:

- ✓ визуальная привлекательность;
- ✓ вербальное поведение;
- ✓ невербальное поведение;
- ✓ манеры, этикет;
- ✓ соответствие необходимому образу;
- ✓ обаяние.

### *ВИЗУАЛЬНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ*

Значительную часть информации мы получаем благодаря зрению. Именно поэтому визуальная привлекательность нашего образа так важна. Во все времена люди ценили гармонию и красоту. Эффект первого впечатления базируется на визуальном восприятии. По экспериментальным данным психологов внешне привлекательные люди легче добиваются симпатий окружающих. Влияние учителя на ученика зависит от расположения последнего. Визуальная привлекательность- это не только наши физические

данные, но и значительное количество внешних слагаемых, зависящих непосредственно от нас. Наша привлекательность зачастую зависит от общего впечатления ухоженности. Ухоженность- это показатель культуры человека. Французы говорят, что чистые волосы – это уже стиль. А стиль – это сам человек. Это визитная карточка наших данных, которые подчеркнуты с помощью одежды, прически, макияжа.

Творческое дефиле педагогов с 1900-2021гг.