

ИМИДЖ ПЕДАГОГА КАК ОДИН ИЗ ЭЛЕМЕНТОВ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассмотрены содержание и основные структурные компоненты понятий «имидж», «педагогический имидж», проанализированы мнения педагогов о проблеме имиджа педагога, представлены действующие проекты в Сети Интернет, образовательные программы, способствующие формированию положительного имиджа педагога и информационные ресурсы по данной проблеме.

The article describes the content and the basic structural components of the concepts of "image", "Pedagogical image", analyzed the opinions of teachers image problem teacher, presented the existing Internet projects, educational programs promoting a positive image of teacher resources on this issue.

Проблема формирования имиджа педагога, исследование его структурных компонентов, оценка качественной взаимосвязи имиджа и педагогического мастерства в современном образовательном процессе является одной из значимых и актуальных. Безусловно, это не означает, что ранее к данной проблеме никто не обращался. Анализ работ философов Ф. Бэкона, Г. Лебона, М. Монтеня и др., показывает интерес, если говорить современным языком, к имиджевым механизмам общественных отношений, формированию специфического социального мышления, умений рассуждать и действовать в межличностном пространстве, прогнозировать реакцию со стороны других людей и соотносить свои действия с этими реакциями. Уже тогда прослеживается внимательное отношение не только к внешнему облику человека, но и его ценностным ориентациям, какое впечатление он производит здесь и сейчас и какую роль это впечатление играет в его профессиональной и общественной жизни.

В современном мире имидж находится в ряду таких понятий как «авторитет», «известность», «престиж», «репутация», «рейтинг» и т.п. Слово «имидж» происходит от латинского слова *imago* – образ, которое связано с другой лексемой – *imitari*, т.е. имитировать. И само понятие «имидж» учеными рассматривается с различных сторон. Психологические аспекты формирования имиджа были рассмотрены в работах Е. В. Гришуниной, Л. М. Митиной, В. М. Шепеля и др. Анализ научных работ показал разграничение имиджа по профессиональным категориям. Так, был исследован имидж как феномен интересубъектного взаимодействия (Е. Б. Перелыгина и др.) и имидж профессиональный (Ю. В. Андреева, И. Крискунова и др.); имидж государственного деятеля (Е.А. Орлова, В.В. Севериков и др.) и руководителя

(Д.С. Крутилин, Ю.В. Андреева и др.); структура и факторы формирования политического имиджа (Г. Почепцов, Р. Шварцерберг и др.) и педагога (А.А. Калюжный, С.А. Маскалянова, М.С. Пискунов и др.); персональный имидж (Е.А. Петрова, Ф.А. Кузин и др.).

Для раскрытия многообразия подходов к определению «имиджа» остановимся на некоторых из них. В кратком словаре современных понятий и терминов мы находим следующее определение: имидж – это образ, фасадная часть личности, ее внешний эффект; целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т. п. [1]. В своих работах О.С. Виханский дает общее определение имиджа как устойчивого представления об особенностях, специфических качествах и чертах, характерных для данного явления [2]. Т. Гринберг трактует имидж как исключительно иррациональное средство воздействия [3].

Социологи, среди них В.В. Оксамытный и др., трактуют имидж как «обобщенную, эмоционально окрашенную в общественном и личном сознании форму отражения правовой действительности в виде комплекса представлений о законах и методах социально-правового воздействия» [4]. Как индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания, трактует понятие имиджа В.М. Шепель. По его утверждению имидж – понятие собирательное и его основу составляет личное обаяние. Влияют же на имидж природные качества человека, его жизненный и профессиональный опыт, полученное воспитание и образованность. Таким образом, он аккумулирует в себе лучшие человеческие качества, информационный потенциал личности и является результатом постоянной работы человека над собой [5, 6].

Ф.А. Кузин отмечает, что суть создания имиджа состоит в том, чтобы заставить других людей видеть вас таким, каким вы пожелаете, и преподнести себя так, чтобы они восприняли ваш образ положительно. И основной целью этих усилий является предельное использование всего того, что хорошее в нас заложено, избегание отрицательных проявлений, которые могут принизить нашу профессиональную, политическую и чисто человеческую репутацию [7]. И. Криксунова считает, что имидж, это в первую очередь, рассказ о себе, символ, который без слов говорит окружающим о том, на какой ступени общественной лестницы вы стоите, к какому кругу профессий принадлежите, каков ваш характер, темперамент, вкус и ваши финансовые возможности [8]. Е.Позднышев отмечает, что имидж – это «образ, который целенаправленно формируется и оказывает эмоционально-психологическое воздействие на определенных лиц с целью популяризации, рекламы и т.д. Имидж – это визуальная привлекательность личности» [9, с. 8].

На основании исследований А.А. Калюжного, Г.Г. Почепцова, С.Д. Якушевой и др. мы выделяем личностный имидж (сочетание ряда внутренних и внешних факторов, фундамент имиджа – «Я»-позиция); самоимидж (самоуважение, доверие к самому себе, самодостаточность); воспринимаемый имидж (то, как видят нас другие люди, иногда восприятие которых отличается от нашего собственного отношения к себе). И требуемый имидж, который связан, в первую очередь, с конкретными требованиями профессии, включающие профессиональные компетенции, определенный профессиональный внешний вид (дресс-код), коммуникабельность и т.д. На наш взгляд, имидж – это не тот образ, который возник у самого человека о себе, а тот оценочный образ, который возник о нем у других людей. А.А. Калюжный отмечает, что целесообразный, адекватный имидж необходим для любого вида социальной группы [10]. Чаще всего к структурным компонентам имиджа исследователи относят визуальный (прическа, костюм, мимика и т.д.) и внутренний образы, состоящие из двух категорий: вербального (голоса, эмоционального состояния и т.д.) и невербального поведения (манеры поведения, жестики, этикета и т.д.); менталитет (интеллект, духовная составляющая личности и др.).

Работы И.В. Алешиной, В.М. Шепеля и других исследователей доказывают дискуссионность подходов к рассмотрению необходимости формирования имиджа педагога, сущности его и своеобразия. Исследования М.В. Апраксиной, М.Р. Варданян, А.А. Калюжного, Е.А. Петровой и др. способствовали выделению педагогической имиджелогии – самостоятельной отрасли научно-прикладных знаний и умений. Данная отрасль педагогической науки нацелена на изучение эффективности эстетичного и этичного проявления педагогами и руководителями учреждений образования своих лучших личностно-деловых качеств с учетом особенностей своего менталитета и гражданского достоинства. В исследованиях М. Н. Котляровой, В. А. Кан-Калика, С. Я. Ромашиной, С.Д. Якушевой и др. рассматривается необходимость осознания педагогами важности его положительного образа для эффективности педагогического процесса. И чаще всего, имидж педагога представляется как фактор успеха педагогической деятельности, как инструмент, эффективное использование которого помогает выстраивать отношения с окружающими людьми, субъектами педагогического взаимодействия. Большой интерес вызывают работы ученых, в которых прослеживается специфика восприятия человека другими в каждой возрастной категории. Это исследования Р.А. Максимовой, И.А. Шихиной и др. об изменениях, происходящих в восприятии и понимании другого человека на протяжении дошкольного возраста; работы Г.Ф. Гусева, С.В. Кондратьевой, М.П. Тихоновой и др. – в младшем школьном и подростковом возрасте; труды А.А. Бодалева, В.Н. Панфилова и др., в которых раскрываются особенности восприятия другого

человека уже в зрелом возрасте. Анализ работ вышеназванных исследователей, дискуссии по проблеме формирования имиджа педагога показывают неоднозначность отношения к ней людей старшего поколения и молодежи, самих педагогических работников и людей, не связанных с педагогической деятельностью, учащихся и их родителей.

Среди значимых исследований, посвященных изучению проблемы формирования имиджа педагога и учреждения образования, в целом, их структуре, факторов развития, мы выделяем труды доктора психологических наук, заведующего лабораторией психологии профессионального развития личности ПИ РАО Л.М. Митиной, в которых ученый в имидже педагога выделила внешний, процессуальный и внутренние компоненты. К внешним автор относит мимику, жесты, тембр и силу голоса, одежду, манеры и даже походку; к процессуальному компоненту относит профессиональную деятельность, как составляющую имиджа, включающую в себя профессионализм, пластичность и выразительность в общении, владение приемами вербального и невербального проявления чувств и др. Внутренний мир учителя, представление о его духовном и интеллектуальном развитии, интересах, ценностных ориентациях включены во внутренний компонент [11, 12]. Таким образом, мы можем сделать вывод, что имидж педагога содержит в себе структурные компоненты такие как индивидуальные личностные качества, профессиональные компетенции, педагогические эрудиция, импровизация и рефлексия, коммуникативные особенности профессиональной деятельности, ценностные ориентации, духовный мир человека.

Имидж, на наш взгляд, является и элементом конкурентоспособности, продвижения педагога на рынке труда. С. Квиллиам считает, что имидж педагога – это экспрессивно окрашенный стереотип ощущения образа педагога в представлении коллектива учащихся, коллег, социального окружения, в массовом сознании [13]. А.А. Калюжный отмечает, что имидж педагога – это специально сконструированный образ для потенциальных обучающихся и всех субъектов целостного педагогического процесса, который должен соответствовать их ожиданиям и потребностям [14]. Мы согласны с авторами, что у каждого педагога есть имидж хороший или плохой – это зависит и от личностных качеств человека, и от педагогического опыта, от возраста и от стремления к самоусовершенствованию, от его внешнего облика, привычек, манере говорить, менталитете и от мировоззрения. Представление об истинном педагоге формирует имидж настоящих и будущих педагогов.

Мы поддерживаем позицию кандидата педагогических наук, доцента кафедры педагогики МГПИ (г. Москва, Российская Федерация) С.Д. Якушевой, которая к слагаемым имиджа относит взаимосвязь культур (рисунок 1) [15].



Рисунок 1 Слагаемые имиджа педагога (автор – С.Д. Якушева)

В слагаемое имиджа «интеллектуальная культура» автор включает гибкость мышления, рефлекссию, самопознание, которое связано с развитием творчества и ростом профессионального мастерства личности педагога. Габитарная (лат. *habitus* – внешность) культура, по мнению С.Д. Якушевой, – это культура личности, включающая в себя индивидуальность, определяющую цветовую гамму, физические и психофизиологические особенности личности; стиль (романтический, спортивный, драматический), устанавливающую индивидуальную креативную характеристику педагога в соответствии с требованиями профессии; моду, которая отражает тенденции развития и помогает педагогу быть современным и признанным в среде коллег и обучающихся. Под кинетической (греч. *kinesis* – движение) культурой педагога автор понимает обусловленную мимику и пантомимику (жесты, выражение глаз, поза, телодвижение, походка и осанка), под речевой – личностную культуру, развивающуюся на основе принципа объективно существующих связей между языком и познавательными процессами, предполагающую чувство стиля, развитый вкус и эрудицию. Средовая культура включает в себя следующие компоненты: материальный и социальный (окружение и аксессуары). С.Д. Якушева считает, что артистическая культура представляет собой интегрированное качество личности, осуществляющее единство общей культуры и артистизма, аксиологического и эстетико-этического начала в разнообразных видах профессиональной деятельности и общения. Таким образом, автор приходит к выводу, что имидж, представляя собой многоуровневую многофункциональную систему, является важнейшим компонентом педагогического мастерства. Он обеспечивает процесс профессиональной

социализации через образ как представление о себе – к образному представлению себя обществу; от понимания и самопознания себя – к сущностной самоидентификации, далее чрез процесс самосовершенствования и развития – к самопредъявлению себя обществу [15].

Для понимания сущности имиджа современного педагога нами было проведено анкетирование среди более ста пятидесяти педагогов всех регионов нашей страны (слушателей по специальности «Педагогическая деятельность специалистов» и «Дошкольное образование» заочной формы получения образования и образовательных программ повышения квалификации в ИПКиП БГПУ, а также слушателей образовательных программ повышения квалификации РИПО). Респондентам было предложено ответить на несколько открытых вопросов. Среди них – «Что вы понимаете под имиджем педагога?». Остановимся на некоторых из ответов, которые мы приводим в оригинале.

Имидж – «это обязательно хорошее мнение всех сотрудников, воспитанников, родителей и иных структур образования о престиже учреждения образования»;

«хорошо сплоченный коллектив, который участвует в конкурсах среди учреждений образования и занимает не последнее место»;

«поддержка коллективом определенных стандартов (гостов)»;

«как внешний, так и внутренний потенциал коллектива»;

«забота о сотрудниках, их материальном и духовном достатке, физическом здоровье; полный штат»;

«сплоченность, организованность, высокий уровень педагогов»;

«культурное поведение, выполнение добросовестно работы, гуманное отношение к родителям их детям»;

«отношение к данной организации окружающих, от этого зависит и уровень положения данной организации в обществе»;

«позиционирование себя и своих коллег в соответствии с современными требованиями к образованию»;

«это то, что учреждение представляет собой вне собственных стен (словами родителей, что они думают о работе учителей)»;

«наличие всех форм культурного взаимодействия»;

«наработанный авторитет»;

«репутация, устойчивое мнение об учреждении образования коллег, родителей, потенциальных работников и родителей»

«представление о стиле, работе, «лицо» компании»;

«уровень престижа, заработанного служащими на протяжении длительного времени»;

«престиж, статус организации, умение руководителя поддерживать уровень заведения» и др.

Интересным для нас было мнение слушателей о том, каким, по их мнению, должен быть современный педагог. Пр процитируем некоторые из них.

«Считаю, что современный педагог должен обладать знаниями..., мог преподнести информацию понятно, доходчиво, чтобы даже любой человек, пришедший на лекцию, заинтересовался предметом (хоть может предмет и скучный). И стараться не только говорить, как написано, но и примеры из жизни приводить. Также хотелось бы отметить, чтобы педагог был, как говорится, педагогом, но не забывал, что мы все люди... И, конечно, чтобы все было справедливо, но не всегда так..., стараться быть хорошим человеком»;

«постараться сделать свое эго как можно ниже. Не пытаться доказать, что он умнее ученика (получается неубедительно)!»;

«лояльным, креативным, понимающим свой предмет, а не смотреть в конспект каждые пять минут, как ишак! Приходить на занятия в трезвом виде»;

«иметь хотя бы минимальное чувство юмора»;

«должен разбираться во всех новшествах, в которых разбираются студенты, разговаривать со студентами на темы не только по предмету»;

«быть с помытой головой, расчесанной и с вычищенной обувью! Адекватный, со всем понятным чувством юмора»;

«гуманным и адекватным», «уметь мотивировать учеников»;

«образованный, коммуникабельный, уметь находить общий язык с молодежью, пользоваться информацией в соответствии с научно-техническим прогрессом»;

«доступно объяснять, быть высококвалифицированным, понимающим..., сдержанным»;

«терпеливым и толерантным», «не навязывать свою точку зрения»;

«...требовать заучивать современный педагог не должен. На занятиях необходимо использовать технологии XXI века»;

«без занудного голоса (чтобы спать не хотелось), креативным, внешне привлекательным (чтобы не смешно было). Желательно: высокий кареглазый брюнет»;

«умная, красивая, длинноногая женщина, способная обучать любого ученика»;

«педагог, у которого хорошо развита речь, на парах которого интересно было бы слушать; был справедливым и не очень требовательным, всегда помогал студентам»;

«быть не только педагогом, но и грамотным психологом»;

«свое плохое настроение оставлять за пределами учебного заведения»;

«педагог – это человек, который всегда готов помочь... Он может быть даже другом»;

«должен быть как можно более бесстрастным, умеющим подмечать и анализировать, уметь раскрывать потенциал учащегося, в процессе обучения активизировать и поддерживать интерес к предмету, свободно смотреть на разные ситуации, идти в ногу со временем, иметь хороший кругозор, доброе сердце и горячий пытливый ум» и др.

Как мы видим, у респондентов преобладает эмоциональная оценка. Обобщая мнение слушателей, можно определить, что современный педагог должен быть компетентным, владеть активными и интерактивными методами обучения, информационными технологиями, обладать нравственными качествами и чувством юмора, т.е. внешне и внутренне совершенным.

Анализ результатов анкетирования позволил нам сделать вывод об актуальности и востребованности проведения семинаров, круглых столов, дальнейшей разработки образовательных программ для педагогов о формировании и развитии личностного имиджа и, в том числе, имиджа педагогического.

Для создания положительного имиджа педагогу необходимы умения и навыки вербального и невербального общения, самопрезентации, знания об основах эстетики внешнего вида и этики педагогического взаимодействия. Так, в ИПКиП БГПУ (директор института – А.Ф. Климович, кандидат педагогических наук, доцент) организованы краткосрочные курсы «Персональный имидж», в программе которого включены занятия по освоению актерского мастерства, основ психологии, дефиле, сценической практике и др.

На кафедре частных методик факультета повышения квалификации специалистов образования ИПКиП БГПУ (декан факультета – И.В. Шеститко, кандидат педагогических наук, доцент; заведующая кафедрой – О.В. Клезович, кандидат педагогических наук, доцент) разработана и внедрена в образовательный процесс учебная программа повышения квалификации педагогических работников «Имидж современного педагога» (автор-разработчик – С.М. Кобачевская), целью которой является создание условий для деятельностного освоения слушателями технологий создания индивидуального профессионального педагогического имиджа. В процессе освоения теоретического и практического материала на занятиях в рамках учебной программы у слушателей формируются целостное системное представление о сущности и компонентах модели имиджа современного педагога, происходит освоение знаний и формирование умений реализации технологии создания собственного профессионального педагогического имиджа, вырабатываются индивидуальные стратегии его создания. Эффективность данной учебной программы гарантируется использованием педагогами кафедры частных методик активных и интерактивных методов обучения, современных информационных технологий и др. В ИПКиП БГПУ ведется большая работа по

формированию положительного имиджа педагога, в первую очередь, собственным примером каждого из преподавателей. Безусловно, данное направление работы требует постоянного обновления и развития в логике современного педагогического знания и с учетом современных технологий образования взрослых.

Во многих учреждениях высшего образования Российской Федерации есть учебные дисциплины, посвященные проблемам формирования имиджа. Например, в учреждении высшего профессионального образования «Томский государственный педагогический университет» существует учебная дисциплина «Вербальный имидж педагога» (автор-составитель доктор педагогических наук, доцент кафедры начального образования – С.И. Поздеева) в рамках раздела «Педагогика» при получении степени (квалификации) выпускника – магистр педагогики. Цель данной учебной дисциплины заключается в ознакомлении магистрантов с составляющими вербального имиджа как необходимого компонента профессиональной компетентности педагога, а также условиями, техниками и приемами формирования позитивного вербального имиджа.

Содержание нацелено на решение следующих задач: овладение понятийным аппаратом, необходимого для изучения феномена вербального имиджа (речевое поведение, речевая деятельность, речевая компетентность, речевое общение, аттракция, культура речи и др.); формирование общей коммуникативной компетентности как способности индивида к общению в различной ситуациях профессионального и личностного общения; развитие общеречевых умений, связанных с техникой речи, мастерством публичного выступления и речевой культурой применительно к устной и письменной формам профессиональной речи педагога [16].

Будущие магистранты анализируют речевую деятельность, поведение, речевую (коммуникативную) компетентность, вредные речевые привычки педагога и способы их преодоления, компоненты позитивного вербального имиджа. Они изучают способы и техники коррекции голоса, таких как работа над дикцией и артикуляцией (коррекция дикционной «неряшливости»), соблюдение оптимального темпа речи, пауз; смена темпа, факторы влияния на темп речи; приемы развития выразительности звучания, основы публичного выступления и др. Культура профессионального речевого общения рассматривается на занятиях как компонент вербального имиджа педагога. На наш взгляд, данная учебная дисциплина может быть актуализирована в учреждениях образования педагогической направленности гораздо раньше, например, у студентов на втором-третьем курсе. Кроме того, в учреждениях общего среднего и высшего образования проходят семинары, такие как «Имидж современного педагога». Целью данного семинара является постановка

проблемы формирования культуры педагога и педагогического имиджа как важнейшей её составляющей [17].

На наш взгляд, имидж каждого педагога коррелирует с имиджем всего учреждения образования и напрямую связан с процессом формирования корпоративной культуры в целом. На основании исследований П. Вейла, К. Дэвиса, А. Кромби, Д. Ньюстрона, Б. Фегана, Д. Элдриджа и др., под корпоративной культурой учреждения образования мы понимаем уникальную общую психологию организации, совокупность норм, ценностей, убеждений, образцов поведения и т.п., которые определяют способ объединения групп и отдельных личностей в организацию для достижения поставленных перед ней «целей». Условием эффективного функционирования корпоративной культуры учреждения образования, на наш взгляд, является состоятельность ее элементов, необходимость передачи новым членам организации ее как правильного образа мышления [18].

В.В. Попов считает, что имидж любой организации должен обладать рядом свойств, отражающих его сущность. Среди них исследователь выделяет адекватность (соответствие реально существующему образу или специфике предприятия); оригинальность (отличие от образов других предприятий, особенно однотипных); гибкость (неустаревание, соответствие моде, неизменность); адресность (привлекательность для определенной целевой аудитории). При этом структура имиджа организации имеет сложное строение и включает большое количество различных элементов (рисунок 2) [19].

А.А. Алексеева обращает наше внимание на то, что в общей структуре необходимо рассматривать имидж организации на рынке труда. В качестве выявленных особенностей данного феномена автор указывает на следующее: «имидж организации на рынке труда направлен на привлечение трудовых ресурсов, поэтому его основное назначение – не просто привлечь потенциальных работников обещанием удовлетворить их потребности, сформировать у них определенные ожидания, но и донести требования организации к ним; процесс формирования имиджа организации на рынке труда связан не только с использованием инструментов, доступных организации – кадровых преобразований и PR-инструментов.

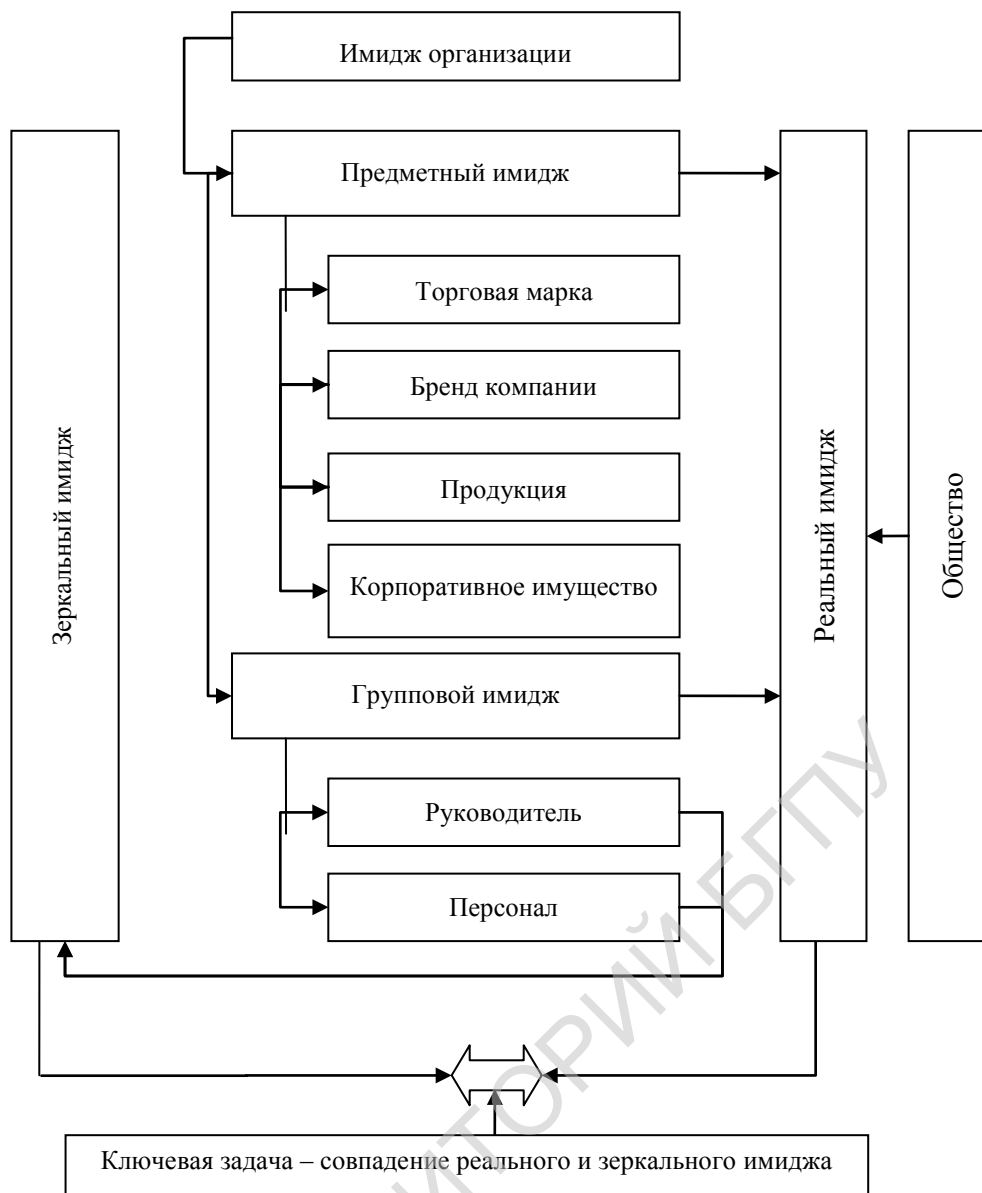


Рисунок 2 Структура имиджа организации (автор – В.В. Попов)

Существенное воздействие на формирование имиджа организации-работодателя оказывают работники, которые раньше работали и которые сегодня работают в ней. Поэтому важно, чтобы продвигаемый организацией образ, мнения бывших работников и персонала, работающего в организации в настоящее время, не противоречили друг другу, а подтверждали позитивные представления об организации, поскольку несоответствие создаваемого внешнего образа внутреннему содержанию может навредить предприятию больше, чем отсутствие имиджа вообще» [20, с. 8–9]. На современном этапе, на наш взгляд, следует эти особенности учитывать руководителям учреждения образования, что является важным условием эффективного функционирования, заполняемости штата педагогическими работниками. При выборе места работы педагог всегда интересуется имиджем того или иного учреждения образования.

При конструировании понятия «имидж учреждения образования» мы обращаемся к работам и С.К. Сергиенко, в которых автор предлагает учитывать взаимопротивоположные категории. Среди них он выделяет: объективное –

субъективное, естественное – искусственное, когнитивное – эмоциональное [21]. К категории «объективное – субъективное» ученый относит необходимость понимания, что имидж – это не только определенное содержание массового или индивидуального сознания, но и набор атрибутов организации, его товаров, услуг, рекламной продукции и т.п. (например, логотип, слоган, отличительные особенности деловой этики). Практически в каждом учреждении образования имеются атрибуты, символика, гимн, сайт, который несет в себе не только информационную нагрузку, но и имиджевую. Для учреждения образования, на наш взгляд, в категорию «объективное – субъективное» можно включить и его рейтинг.

Раскрывая категорию «естественное – искусственное» С.К. Сергиенко отмечает, что существует два полярных представления о механизмах создания имиджа организации. Первое: имидж может складываться в достаточной степени стихийно, как «естественный» результат деятельности организации и как оценка реальных характеристик процессов, продуктов этой деятельности в социальной среде. Второе: организация, а в нашем случае, учреждения образования, может целенаправленно создавать выгодный для себя имидж. При этом она будет использовать специальные социо- и психотехнические средства. Иногда такой имидж не всегда соответствует реальному положению дел в организации. В категории «когнитивное – эмоциональное» автор выделяет в имидже (как в субъективном образовании) когнитивные элементы – вербальные понятия, слуховые, зрительные и другие образы; и эмоциональные элементы – чувства, переживания, аффекты и т.п. На основании исследований С.К. Сергиенко, можно сделать вывод, что имидж является не только субъективной субстанцией, зависящей исключительно от индивидуального или коллективного сознания, не только искусственно созданное (с помощью PR-менеджеров, средств массовой информации, сети Интернет и др.), не только эмоциональное и чувственное. В данном понятии происходит взаимодействие всех трех составляющих. Имидж формируется из объективных характеристик деятельности учреждения образования в целом и каждого педагога в отдельности.

Корпоративный имидж и имидж педагога в отдельности, на наш взгляд, является инструментом достижения стратегических целей учреждения образования, затрагивающим основные стороны его деятельности и ориентированные на перспективу. В рамках процесса создания корпоративного имиджа учреждения образования всем субъектам педагогического процесса необходимо, во-первых, понимание и осознание видения общей концепции, корпоративной миссии как социально-значимого статуса учреждения образования, во-вторых, осознание и принятие корпоративной индивидуальности, и последнее, разработка и понимание основ корпоративной идентичности. После уже разрабатывать визуальную атрибутику (логотип, гимн,

традиции, интерьер, дресс-код педагога и т.д.). Все эти составляющие имиджа могут найти отражение в Кодексе корпоративной культуры учреждения образования.

Корпоративный имидж возникает в результате восприятия педагогическим коллективом комплекса коммуникативных сообщений, ценностей, генерируемых учреждением образования. В тоже время, имидж является не только средством управления, но и его объектом. Необходимым условием эффективности создания положительного корпоративного имиджа является участие всего педагогического коллектива. Для этого целесообразно обсуждать данную проблему на заседаниях методических объединений, организовывать тематические педагогические советы, проводить семинары и педагогические конференции, приглашать в учреждение образования профессионалов – специалистов по педагогической имиджелогии.

Например, в Сети Интернет работает сетевой проект «Имидж педагога» [22]. Авторы идеи – Ю. Груздева и Н. Никулина считают, что «образ учителя должен вдохновлять учащихся к творчеству, он влияет на формирование представлений, установок, ценностей воспитанников и, в свою очередь, способствует формированию имиджа учащихся». Поэтому проблеме формирования имиджа современного педагога и посвящен этот учебный проект. Участниками проекта могут стать учащиеся, студенты (особенно педагогических специальностей), преподаватели, и все желающие, кого волнует данная проблема. Для этого нужно подать электронную заявку на участие (отправить на e-mail авторов проекта), зарегистрироваться на сайте ИнтеВики, создать личную страничку.

Для организации работы проекта участниками разработаны анкеты для определения состояния проблемы, качеств педагога, качества их речи. Используя данный диагностический инструментарий, и результаты его внедрения среди студентов г. Екатеринбурга были созданы презентации «Нет предела Совершенству!», «Как мы говорим?»; бюллетени «Вы и Ваш имидж», «Как правильно построить отношения с педагогом» и др. Одним из итогов проекта было проведение студентами педагогического колледжа профориентационной работы в общеобразовательных школах г. Екатеринбурга. Все материалы проекта доступны для пользователей Сети Интернет. Таким образом, мы наблюдаем расширение пространства при исследовании проблемы создания положительного имиджа педагога не только в стенах учреждения образования, но и в виртуальном мире. Это еще раз подчеркивает значимость проблемы. А опыт участников проекта может быть востребован в профориентационной работе, направленной на выявление способностей и заинтересованности у учащихся старших классов.

Институт развития образования Иркутской области Российской Федерации с 2011 года издает журнал «Педагогический ИМИДЖ», который выходит четыре раза в год. На страницах журнала освещаются вопросы оценки качества образования, аттестации и повышения квалификации работников образования, методологии обучения и воспитания, имиджевые вопросы педагогических работников [23]. В нашей стране такая работа уже проводится. На базе НДООЦ «Зубренок» в сентябре 2013 году была внедрена программа воспитания «От увлечения к педагогической профессии» для активистов школьных волонтерских педагогических отрядов, профильные смена для будущих педагогов.

На наш взгляд, на базе БГПУ им. М. Танка могут быть организованы летние образовательные программы для старшеклассников, нацеленные на раскрытие потенциала профессии педагога, развитие коммуникативных и артистических навыков, формирование у старшеклассников мотивации к педагогической деятельности. Это может быть востребованным не только у обучающихся столицы, но и у старшеклассников всех областных центров и сельских школ. Так как в летнее время в общежитиях университета имеются свободные места, их могут временно занять участники образовательного лагеря. Только важным условием эффективности работы, на наш взгляд, является участие самых креативных учителей республики, имеющих большой опыт организации внеклассной деятельности учащихся, влюбленных в свою профессию. Тех, кто сможет «зажечь» огонь в глазах и сердцах старшеклассников, увлечь за собой в страну педагогики и быть примером каждую минуту взаимодействия. Тогда это будет по-настоящему.

В рамках профориентационной работы среди учащихся старших классов может быть организация ученического конкурса под названиями «Хочу в учителя!» или «Выбираю профессию – Учитель» и т.д. Совместно с лучшими педагогическими работниками нашей страны и педагогами-учеными можно провести мастер-классы и ролевые игры, включить старшеклассников в педагогические ситуации, разработку модели Учителя XXI века и т.п. Это может быть проведено как на локальном уровне, так и на республиканском. На наш взгляд, такие конкурсы и общественные акции будут способствовать формированию положительного имиджа педагога и увеличения интереса к данной профессии у старшеклассников.

Основания для положительного имиджа педагога заложены в самом главном – любви к детям и своей профессии. Как относятся к педагогу обучающиеся и их законные представители зависит только от самого педагога. В этом году на выпускном вечере в ГУО «Гимназия №13 г. Минска» (директор – О.Б. Черноусова, кандидат педагогических наук) выпускники представили портрет современного учителя и посетовали: «Почему до сих пор нет памятника Учителю?». Ребята выступили с предложением о создании такого памятника и

название придумали – «Славься, учительство XXI века!». Мы их полностью поддерживаем. Один из участников, проводимого нами анкетирования среди слушателей ИПКиП БГПУ написал, что «профессия педагога является одной из самых важнейших профессий в современном мире. От его усилий зависит будущее человеческой цивилизации».

Именно нам, педагогам-исследователям и педагогам-практикам предстоит восстановить и уважение к профессии Учителя, и сформировать настоящий положительный имидж каждого педагога, от которого зависит имидж учреждения образования, в целом. Для этого необходимы разработка учебных дисциплин для студентов педагогических специальностей, образовательных программ в рамках повышения квалификации и переподготовки, включение в формирование имиджа педагога средств массовой информации, поддержка государства. Безусловно, требуется и дальнейшее изучение факторов и технологии формирования положительного имиджа педагога, развитие педагогической имиджологии.

Рекомендуемая литература для педагогов:

Айслер-Мертц, К. Язык жестов / К. Айслер-Мертц. – М.: Гранд, Фаир-Пресс, 2003. – 160 с.

Андреева, Ю.В. Создание ситуации успеха как воплощение идеи оптимизма: педагогическая интерпретация теории М. Зелигмана / Ю.В. Андреева // Образование и наука. – 2012. – №4. – С. 34–42.

Бадмаев, Б.Ц. Психология обучения речевому мастерству / Б.Ц. Бадмаев, А.А. Малышев. – М.: Владос-Пресс, 2002. – 224с.

Беляева, Ю. Имидж работодателя / Ю. Беляева // Маркетинг. – 2011. – № 2. – С.109–116.

Бойко, В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других / В.В. Бойко. – М.: Информационно-издательский дом «Филинъ», 1996. – 472 с.

Браун, Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун. – СПб.: Питер, 2000. – 192 с.

Варданян, М.Р. Влияние имиджа педагога на психологическое здоровье школьников / М.Р. Варданян // Журнал прикладной психологии. – 2006. – № 6 – 1. – С. 45–53.

Вэскер, А.Б. Открывая занавес урока. Энциклопедия актерско-педагогического мастерства учителя: учебн.-метод. пособие / А.Б. Вэскер. – М.: ЦГЛ. 2004. – 160 с.

Гордина, И. Имидж организации как объект управления / И. Гордина // Лаборатория рекламы, маркетинга и PR. – 2007. – N 1. – С.38–42.

Горчакова, В. Г. Прикладная имиджология: учеб. пособие / В.Г. Горчакова. – М.: Академический Проект, 2007. – 400 с.

Гришунина, Е.В. Имидж современной российской женщины / Е.В.Гришунина, М.С.Ртищева // Вопросы психологии. – 2009. – №5. – С.103–114.

Ежова, Н. Н. Научись общаться!: коммуникативные тренинги / Н. Н. Ежова. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 249 с.

Имиджелогия. Как нравиться людям: учеб. пособие. / Под ред. В.М. Шепеля, В.А. Метаевой. – Екатеринбург, ГОУ ВПО «Рос.гос.проф.-пед.ун.-т», 2007. – 318 с.

Как читать человека: жесты, позы, мимика / Сост. А.А. Мельник. – М.: РИПОЛ классик, 2006. – 640 с.

Калюжный, А.А. Использование психотехник в формировании имиджа учителя / А.А. Калюжный // Журнал прикладной психологии. – № 6. – 2005. – С. 45–48.

Калюжный, А.А. Особенности построения профессионального имиджа / А.А. Калюжный // Вестник Государственного университета управления. Серия Социология и управление персоналом. – № 3 (19). – М.: ГУУ, 2006. – С. 59–63.

Калюжный, А.А. Педагогическая имиджелогия: электрон. учеб. пособие и программа специального курса для студентов вузов и учителей школ / А.А. Калюжный. – Алматы, 2002. – 136 МВ.

Калюжный, А.А. Психология формирования имиджа учителя / А.А. Калюжный. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2004 – 206 с.

Капустина, З. Имидж современного педагога / З. Капустина // Учитель. – 2006 – №1. – С.59–61.

Ковальчук, А.С. Основы имиджелогии и делового общения: учебное пособие для студентов вузов / А.С. Ковальчук. – Ростов н/Д.: Феникс, 2004. – 256 с.

Кузин, Ф.А. Сделай себя сама. / Ф. А. Кузин, И. В. Шакова. – М.: Ось-89, 2000. – 368 с.

Кузин, Ф.А. Современный имидж делового человека бизнесмена, политика / Ф.А. Кузин. – М.: Ось-89, 2002. – 512 с.

Кэссон, Г. Как завоевать престиж / Г. Кэссон. – М.: Флинт, 1998. – 176 с.

Митина, Л.М. Психологическое сопровождение выбора профессии: науч.-метод. пособие / Л.М. Митина [и др.]; под ред. Л.М. Митиной. – М.: Московский психолого-социальный институт, Флинта, 1998. – 184 с.

Лаундес, Л. Как влюбить в себя любого / Л. Лаундес. – М. : Добрая книга, 2002. – 272 с.

Льюис, Д. Язык эффективного общения / Д. Льюис. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 320 с.

Мерзлякова, Е. Чему и как учить учителей. Тренинг эффективного педагогического общения / Е. Мерзлякова. – Е. : Речь, 2007. – 296 с.

Миронова, Т.В. Язык жестов. Как добиться успеха в жизни / Т.В. Миронова. – М.: ЗАО Центрполиграф, 2006. – 223 с.

Митина, Л.М. Психология труда и профессионального развития учителя: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Л.М. Митина. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 320 с.

Морган, Г. Имиджи организации. Восемь моделей организационного развития: пер. с англ./ Г. Морган. – М.: Вершина, 2006. – 414 с.

Мухамедьяров, Р.А. Формирование имиджа образовательного учреждения культуры / Р.А. Мухамедьяров // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2007. – № 3. – С.52–57.

Нефедова, И. Я и мой имидж / И. Нефедова. – М. : Яуза, 1997. – 207 с.

Никонова, А.А. Имидж как объект управления / А.А. Никонова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2007. – №10. – С.63–65.

Нэпп, М. Невербальное общение: учебник / М. Нэпп, Дж. Холл. – 6-е международное издание. – СПб.: «Прайм – ЕВРО-ЗНАК»; М.: «ОЛМА-ПРЕСС», 2004. – 256 с.

Оводова, А.Г. Имидж современного педагога / А.Г. Оводова // Начальная школа плюс до и после. – 2004 – №5. – С. 80.

Олейник, И. “Плюс/минус” репутация / И. Олейник, А. Лапшов. – М. : Новости, 2003. – 160 с.

Панасюк, А.Ю. Я – Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж / А.Ю. Панасюк. – М.: Дело, 2004 – 240 с.

Перелыгина, Е.Б. Психология имиджа: учеб. пособие / Е.Б. Перелыгина. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.

Пиз, А. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам / А. Пиз. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 288 с.

Поваляева, М.А. Невербальные средства общения / М.А. Поваляева, О.А. Рутер. – Ростов н/Д.: Феникс, 2004. – 352 с.

Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г.Г. Почепцов. – Изд. 3-е, испр., доп. – М, Центр, 2004. – 336 с.

Равенский, Н.Н. Искусство читать человека: Черты лица, фигура, жесты, мимика / Н.Н. Равенский. – М.: Рипол–классик, 2005. – 416 с.

Райков, А. Имидж как инструмент управления / А. Райков // Информация и бизнес. – 2002. – №2. – С. 31–41.

Сальникова, Л.С. Имидж и репутация: символы или реальность? / Л.С. Сальникова // Филос. науки. – 2007. – №3. – С.130–140.

Семенова, Л.М. Генезис и современное состояние проблемы формирования профессионального имиджа / Л.М. Семенова // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – №326. – С.194–199.

Сорина, Е.А. Необходимый имидж или Как произвести нужное впечатление с помощью одежды / Е.А. Сорина, Н.А. Сорина. – М. : Гном и Д., 2000. – 208 с.

Степанов, С. Язык внешности / С. Степанов. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 416 с.

Стернин, И.А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И.А. Стернин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 272 с.

Уэйнрайт, Г. Язык тела / Г. Уэйнрайт. – М.: Гранд, Фаир-пресс. – 2003. – 320 с.

Черепанова, В. Н. Курс лекций по имиджологии: учеб. пособие / В.Н. Черепанова – Ч. 1. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2002. – 186 с.

Шепель, В. М. Имиджология. Как нравиться людям / В.М. Шепель – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.

Яковлев, С. Имидж учителя: каким ему быть? О стиле педагогических отношений с учащимися / С. Яковлев // Учитель. – 1999. – №1. – С. 64–69.

Якушева, С. Д. Основы педагогического мастерства / С.Д. Якушева. – М. Академия, 2008. – 256 с.

Использованная литература

1. Краткий словарь современных понятий и терминов / Н. Т. Бунимович, Г. Г. Жаркова, Т. М. Корнилова и др. / Сост. и общ. ред. В. А. Макаренко. – 3-е изд., дораб. и доп. – М.: Республика, 2000. – 670 с.

2. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. Гардарики, 1999. – 296 с.

3. Гринберг, Т.Э. Политические технологии. ПР и реклама / Т.Э. Гринберг. – Аспект Пресс, 2012. – 280 с.

4. Оксамытный, В.В. Правомерное поведение личности / В.В. Оксамытный. – Киев, Наук. думка, 1985. – 175 с.

5. Шепель, В. М. Имиджология. Как нравиться людям. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.

6. Шепель, В.М. Имиджология: секреты личного обаяния / В.М. Шепель. – Ростов н/Д.: Феникс, 2005. – 472 с.

7. Кузин, Ф.А. Современный имидж делового человека бизнесмена, политика / Ф.А. Кузин. – М.: Ось-89, 2002. – 512 с.

8. Криксунова, И. Создай свой имидж / И. Криксунова. – СПб.: Лань, 1997. – 315 с.

9. Позднышев, Е. В. Имидж спортсмена: Паблик рилейшнз в спорте: научно-метод. издание / Е.В. Позднышев. – Часть 1. – К.: “ЧПП” 2003. – 106 с.

-
10. Калюжный, А.А. Нравственные аспекты в обучении учащихся общеобразовательных школ / А.А. Калюжный. – Алматы: Гылым, 1994. – 156 с.
 11. Митина, Л.М. Психология профессионального развития учителя / Л.М. Митина. – М. : Флинта – МСИИ, 1998. – 200 с.
 12. Митина, Л.М. Психология развития конкурентоспособной личности / Л.М. Митина. – М. : МПСИ, 2002. – 400 с.
 13. Квиллиам, С. Тайный язык жеста и взгляда / С. Квиллиам. – М. : Ниола-Пресс, 1988. – 144 с.
 14. Калюжный, А.А. Содержание профессиональной подготовки учителя к нравственному воспитанию школьников: учеб. пособие / А.А. Калюжный. – Алматы : Изд-во АГУ им. Абая, 1994. – 69 с.
 15. Якушева, С.Д. Педагогический имидж современного преподавателя высшей школы / С.Д. Якушева. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/660-2012-01-20-05-56-54>
 16. Рабочая программа учебной дисциплины СДМ.В.03 “Вербальный имидж педагога”. – Электронный ресурс. – Режим доступа: old.tspu.edu.ru/pf/files/Verbalny%20imidz%20pedagoga.doc
 17. Имидж современного педагога: семинар. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://do.gendocs.ru/docs/index-300857.html>
 18. Кобачевская, С.М. Формирование корпоративной культуры как условие эффективности создания организованного социокультурного пространства воспитательно-оздоровительного учреждения / С.М. Кобачевская // Педагогическое взаимодействие в системе отдыха и оздоровления детей и молодежи: роль и место воспитательно-оздоровительных учреждений образования в обеспечении приемственности и непрерывности воспитания: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. НДЦ «Зубренок», 21 – 23 мая 2014 г. / НДЦ «Зубренок»; ред. Н.К. Катович [и др.]. – НДЦ «Зубрёнок», 2014. – С. 109–111.
 19. Попов, В. В. Имидж как фактор повышения конкурентоспособности автотранспортного авпредприятия на рынке пассажирских перевозок / В.В. Попов.: автореф. дисс. на соиск. канд. эконом. наук: 08.00.05. – ГОУ ВПО «Волгоградский государственный технический университет», Ростов-на-Дону, 2011. – 26 с.
 20. Алексеева, Л.А. Имидж организации-работодателя на рынке труда как фактор привлечения потенциальных работников / Л.А. Алексеева: автореф.. дисс. на соиск. канд. эконом. наук, 08.00.05. – Государственный университет управления, Москва, 2010. – 25 с.

21. Сергиенко, С.К. Современные отечественные технологии оценки и развития управленческого персонала / С.К. Сергиенко. – М.: Книжный мир, 2004. – 206 с.

22 Имидж педагога. Сетевой проект. – Электронный ресурс. – Режим доступа: http://wiki.iteach.ru/index.php/%D0%A1%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%98%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6_%D0%BF%D0%B5%D0%B4%

23. Педагогический ИМИДЖ. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.iro38.ru/index.php/o-jornal.html>

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ