НАУЧНЫЙ СБОРНИК
№1(23), 2018

ISSN
2306-8906

Научный центр
«Открытый мир»
Москва, 2018г.

СОВРЕМЕННАЯ ШКОЛА РОССИИ
Вопросы модернизации

Материалы XXIII Международной научно-практической конференции

«Не экономьте пространство!
Для будущего всегда
должно быть место»
Анатолий КОХАН

Издательский Дом «Открытый мир»
Москва, 2018г.

Идеология Современной Цивилизации
www.new-ideology.ru

Оборудование дистанционного обучения
www.ht-tc.ru

В НОМЕРЕ:

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ (13.00.00)
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ (22.00.00)
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ (08.00.00)
ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ (09.00.00)
ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ (12.00.00)
ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ (05.00.00)
ФИЗИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ НАУКИ (01.00.00)
КУЛЬТУРОЛОГИЯ (24.00.00)

Социальное правительство КОХАНА

ВИЗУАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ ИМИДЖА ПЕДАГОГА В МЕЖЛИЧНОСТНОМ ВОСПРИЯТИИ

Мацаренко Т.Н.,
кандидат педагогических наук, научный сотрудник ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика»
e–rus@mail.ru

Аннотация:
В статье рассматривается внешний образ педагога, визуальные характеристики имиджа, роль имиджа в общественном сознании, искусство «управлять впечатлением».

Ключевые слова:
Визуальный образ педагога, невербальное общение, эффекты восприятия, педагогическая деятельность, пластический образ.

VISUAL COMPONENT IMAGE OF THE TEACHER IN INTERPERSONAL PERCEPTION

Matsarenko T.N.,
candidate of pedagogics, research fellow
FGAU GNII ITT «Informika»
State research Institute of information technologies and telecommunications
e–rus@mail.ru

Abstract:
The article examines the external image of the teacher, visual characteristics of the image, the role of image in the public consciousness, the art of «managing the impression».

Keywords:
Visual image of a teacher, non–verbal communication, effects of perception, pedagogical activity, plastic image.

ВИЗУАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ ИМИДЖА ПЕДАГОГА В МЕЖЛИЧНОСТНОМ ВОСПРИЯТИИ

«Голос творит имидж…»
Г. ГУРЕВИЧ

В условиях обновления нашей страны, всей системы образования как одного из главных источников интеллектуального потенциала общества, важное значение приобретает повышение качества подготовки действующих педагогов, формирование визуального имиджа.

Об актуальности проблемы имиджа в системе гуманитарного знания вообще и педагогического в частности свидетельствуют противоречия между реальным имиджем педагога и его «идеальным образом», между сформированными в общественном сознании представлениями и ожиданиями, и реальным его воплощением.

Мы рассматриваем визуальный компонент имиджа педагога, для которого необходимо единство внутреннего содержания и внешнего облика. Визуальный имидж оказывает влияние на внешнее впечатление и характеризуется «физическим обликом», телосложением, половыми, возрастными и расовыми особенностями. Сюда можно помимо анатомических признаков, которые образуют физический облик личности, включать мимику, жестикуляцию, походку, осанку, голос, речь. Внешность является важным параметром для педагога, поскольку оказывает влияние на формирование реакции аудитории.

В общественном сознании имидж кого–либо понимается как общее впечатление, которое личность производит на окружающих. Оно складывается из того, как эта личность представляет людям свои идеи, как ведет себя в обществе, как одевается, как говорит, что говорит и что делает. Имидж – это восприятие нас другими людьми, общая картина личности в глазах окружающих. Какой бы имидж мы не старались явить миру, он, прежде всего, должен быть отражением нашей внутренней сути и базироваться только на ней.

В имидже есть как положительные, так и отрицательные моменты. Часто возникает дилемма: быть (т. е. обладать тем, на

чем строится имидж) или казаться (т. е. просто выглядеть в соответствии с имиджем, не обладая в действительности необходимыми качествами). На первый взгляд, достаточно казаться, т. е. иметь определенную маску. Именно этот взгляд на имидж преобладает сейчас. Постепенно приходит понимание, что надо быть, т. е. иметь лицо, а не маску, надо соответствовать своему имиджу. Быть всегда труднее, чем казаться, но быть – надежнее и вернее, быть дает стабильность и уверенность. Так, например, науке психологии известен ряд ошибок или эффектов восприятия. Один из них – ''эффект первичности''. Считается, что именно первое впечатление определяет наше отношение к личности, которое продолжается на протяжении примерно трёх последующих встреч. Начинающему педагогу значительно легче построить такой имидж, какой он сочтёт нужным, безусловно, в рамках норм, существующих в данном педагогическом коллективе.

Помимо эффекта ''первичности'' к ошибкам восприятия относится и ''гало–эффект'' или как его еще называют ''эффект ореола''. Он также должен учитываться при формировании имиджа педагога. Важность его в том, что, если первое впечатление о педагоге в целом благоприятное, то в дальнейшем все его действия и поступки начинают оцениваться в положительную сторону. Если же первое впечатление о педагоге создалось отрицательное, то его положительные качества и поступки могут либо не замечаться, либо недооцениваться по причине концентрации внимания на действительных или мнимых недостатках. Существуют также ''эффект контраста'' – оценка новых людей путем сопоставления их с характеристиками недавно наблюдаемых людей и ''эффект центра'' – тенденция оценивать людей, избегая крайностей. Все эти эффекты и механизмы восприятия могут серьезно искажать имидж педагога в глазах учащихся, но вместе с тем знание их поможет педагогу не только найти эффективную линию поведения с учениками, но и повысить уровень своего педагогического мастерства.

Имидж – это искусство «управлять впечатлением». Говоря с той или иной интонацией, педагог, даже не употребляя определенных слов, создает необходимое впечатление, провоцируя учеников на заданную им реакцию. В интонации голоса прослеживаются различные манеры произношения, отражающие эмоциональную и экспрессивную окраску сказанного, его смысловой контекст, а также чувства говорящего и его отношение к содержанию высказывания. Порой звучание голоса вызывает соответствующий образ. Звучность и громкость голоса нередко являются свидетельством уверенности и чувства собственного достоинства.

В соответствии с особенностями педагогической речи как важнейшего инструмента профессиональной деятельности педагога определены требования к ней:

– содержательность (речь педагога должна быть информативной, насыщенной фактическим научным материалом);

– грамотность речи и лексическое богатство;

– логичность и доступность;

– техническая отточенность (поставленные дыхание и голос, четкая дикция, оптимальные темп и ритм речи);

– интонационная экспрессивность, эмоциональность и образность (образность речи характеризуется способностью словом создавать наглядно–чувственные образы, картины предметов и явлений окружающей действительности);

– уместность речи (знание педагогом аудитории, понимание ее особенностей и обстоятельств, в которых осуществляется речевая деятельность);

– существенным требованием к речи педагога является ее литературность, следование речевому этикету, (использование системы специфических, профессиональных стереотипов, устойчивых формул общения).

Большое внимание на восприятие имиджа педагога оказывает невербальное общение (позы, жесты, мимика, походка). Доказано, что каждый человек способен понимать за минуту 650–700 слов, а человек в среднем говорит 150–160 слов, поэтому у слушателя достаточно времени на оценку говорящего: его жестов, мимики, интонаций, оттенков психологического состояния.

Термин «невербальное общение» – достаточно часто используется для обозначения любых форм несловесного общения, это такой вид общения, для которого «характерным является использование невербального поведения и невербальных коммуникаций в качестве главного средства передачи информации, ор-

ганизации взаимодействия, формирования образа и понятия о партнере, осуществления влияния на другого человека». Понятие «невербальное поведение» более узкое, чем «невербальное общение», и более широкое, чем «невербальная коммуникация».

Педагогу, имеющему хорошие природные голосовые дан¬ные, но чрезмерно жестикулирующему, или, наоборот, не знающему, куда деть свои руки, какую позу принять для убедительности своих слов, необходимо больше внимания уделить в своем имидже невербальным средствам общения – мимике, пантомимике, выразительности позы, осанке, походке, внешнему виду.

Поза, которую принимает человек, содержит в себе большое количество информации, не требующей специальной расшифровки, она легко прочитывается даже ребенком. Учеными установлено, что невербальным языком (языком пластики, мимики, жеста) передается до 80% информации, в то время как вербальными средствами – до 40%, причем большая часть здесь принадлежит тону, интонации, экспрессии.

Трансляция информации с помощью пластического образа влияет на настроение и самочувствие, поэтому поза педагога на уроке создает для учеников либо комфорт, либо дискомфорт и тем самым способствует или препятствует их «открытию» на общение. Оптимальный пластический образ педагога на уроке выглядит примерно так: открытая поза, руки опущены вдоль тела или немного согнуты в локтях, ладони время от времени разворачиваются к аудитории, пластика плавная, мелодичная; преобладание психологических жестов над описательными, для привлечения внимания слушателей производится несколько шагов от стола к аудитории и наоборот, для ослабления внимания – несколько шагов назад.

Важной особенностью имиджа является то, что воздействие идет сразу по нескольким каналам. И самый важный из них не вербальный, а визуальный. Визуальный символ лидирует по эффективности воздействия.

Движения и мимика педагога должны гармонировать с его имиджем, соответствовать теме и стилю общения. Известно, что оценка собеседника формируется уже в первые пятнадцать секунд. Пластика и жесты должны привлекать, очаровывать, создавать впечатление красоты и изящества, а не раздражать или вызывать насмешку. Мелодичная, скоординированная пластика пленяет и располагает детей. Завороженные грацией педагога и, подражая ему, ученики преодолевают свою неуверенность, как внешнюю, так и внутреннюю, и активно взаимодействуют с ними.

Достижение соответствия невербальных поведенческих реакций вербальному сообщению – одна из главных задач, решаемых педагогом в процессе работы над своим имиджем. Какой бы пламенной не была речь педагога, как бы виртуозно он не владел аудиторией, какой бы идеальной не была его внешность, плохо контролируемые жесты могут обнаружить его несоответствие между словами и истинными мыслями.

Теоретические положения исследования визуального компонента имиджа создают предпосылки для научного обеспечения профессиональной подготовки педагога, корректируют и дополняют содержание психолого–педагогического образования.

Информационные источники:

1. **Гуревич П.С.** Приключения имиджа. Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. – М.,1991.
2. **Лабунская В.А.** Невербальное поведение (социально–перцептивный подход). Изд–во Ростовского ун–та., 1986.
3. **Мацаренко Т.Н.** Формирование имиджа педагога–хореографа посредством повышения квалификации / Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. Изд–тво: Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования (Челябинск)., ISSN: 2076–8907
4. **Питюков В. Ю.** Основы педагогической технологии. Учебно–практическое пособие. М.,1997.