

Имидж педагога как элемент корпоративной культуры учреждения образования

Петкевич Екатерина Юрьевна,
старший преподаватель кафедры психологии
и предметных методик МГИРО

Понятие имидж

Слово **имидж** (от англ. image) означает образ, облик, представление, подобие.

Американский экономист К.Э. Боулдинг (Kenneth Ewart Boulding) ввел в деловой оборот понятие «имидж» как **условие делового преуспевания**.

Имиджем называют набор значений и впечатлений о человеке, стиль и форму поведения, символический образ субъекта, создаваемый в процессе взаимодействия.

Структура имиджа личности педагога (Л.М. Митина)

- ▶ **Внешний имидж** (мимика, жесты, одежда, прическа, характеристики голоса, особенности речи).
- ▶ **Процессуальный имидж** (особенности профессиональной деятельности: знание методики, этика общения, творческий подход).
- ▶ **Внутренний имидж** (личностные особенности человека: ценности, мотивы педагогической деятельности, личностные качества педагога).

Этапы формирования имиджа

1. Осознание необходимости целенаправленного конструирования имиджа.
2. Определение целей построения имиджа (зачем мне это нужно?).
3. Формулировка впечатления (каково то впечатление, какое я хочу произвести?).
4. Формулировка количества и видов необходимых визуальных образов – имиджей.
5. Определение адресата имиджа (учет особенностей аудитории).
6. Выявление субъективных и объективных ограничителей имиджа.
7. Самооценка внешности.
8. Овладение технологией презентации внешности.

Этапы формирования имиджа

9. Поиск девиза-установки для себя.
10. Создание банка приемов формирования индивидуального имиджа.
11. Предварительное построение образа («разведка боем»).
12. Самооценка успешности «предварительного имиджа», внесение корректировок.
13. Отшлифовка имиджа, формирование гардероба.
14. Анализ вероятности достижения поставленной цели и выявление причин понижения этой вероятности.
15. Внедрение имиджа, проверка практикой общения.
16. Дальнейшее самосовершенствование и развитие имиджа.

Мимика и жесты

Педагог обогащает содержание своей речи невербальными средствами, на них приходится 55% всей информации.

- ▶ Под **мимикой** понимается передача информации с помощью лица.
- ▶ Положительные чувства выражаются на обеих половинах лица одновременно, а отрицательные более всего выражаются на левой стороне.
- ▶ Мимика должна быть живой, выразительной и непринужденной.

Мимика и жесты

- ▶ Жесты вследствие своей наглядности и семантической искренности иногда называют духовными инструментами общения, «немыми языками».
- ▶ **Жесты** – это движения рук и пальцев, используемые при рассказе о чем-то или для привлечения внимания собеседника.
- ▶ Жестикуляция включает в себя все жесты рук («язык рук»), а также многие другие сигналы в виде действий (собеседник открывает дверь и др.).
- ▶ **Жест** – это внешнее проявление внутреннего эмоционально-психологического состояния человека.

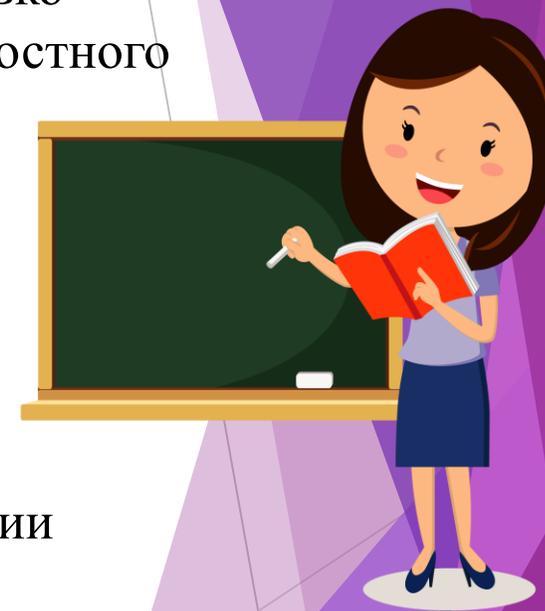


Специфика речи педагога

Речевая культура – визитная карточка педагога, и при всей предметной эрудиции отсутствие или недостаток подлинной речевой культуры может оказаться не только причиной важных профессиональных ошибок, но и фактором устойчивого личностного неприятия как профессионала.

Воздействие речи педагога зависит от следующих факторов:

1. Умение убеждать, логическое построение речи.
2. Владение техникой речи: дыханием, голосом, дикцией.
3. Экспрессивные умения: образность речи, ее интонационная выразительность, логические акценты и паузы, мелодика речи.
4. Использование вспомогательных средств: жестов, мимики, пластики, дистанции общения.
5. Дискуссионные умения, или этико-психологическое конструирование совместной со слушателями деятельности.
6. Перцептивные умения, связанные с учетом реакции слушателей, умение использовать наглядность



Дизайн одежды

Если хотите быть элегантной, замените количество качеством, и всегда из надетого на вас лучше еще что-нибудь убрать, чем прибавить.

Заповедь элегантности



Быть одетым грамотно означает

1. Соответствие одежды характеру ситуации .
2. Стилизовое и ансамблевое единство.
3. Цветовая гармония.
4. Необходимый покрой.
5. Удачный подбор ткани.



Макияж педагога

Макияж педагога должен быть умеренным, на ногтях лак пастельных тонов.

Этикет предполагает, что аромат духов в деловой обстановке едва заметен. Это означает, что он распространяется не больше, чем на полметра: «Духи всегда шепот и никогда крик».



Свойства имиджа педагога

Имиджевые цели педагогической деятельности определяются следующим образом: привлечение, организация, поддержание внимания; формирование ясности, понятности, доступности излагаемой информации; формирование ощущения доверия и симпатии к себе как к личности и профессионалу; формирование значительности и авторитетности. **В соответствии с названными целями можно определить следующие имиджевые эффекты педагогической профессии:**

- ▶ Яркость
- ▶ Понятность
- ▶ Позитивность
- ▶ Влиятельность
- ▶ Органичность



Важная информация

Имидж каждого педагога коррелирует с имиджем всего учреждения образования и напрямую связан с процессом формирования корпоративной культуры в целом.



Этапы формирования корпоративного имиджа образовательной организации

- Анализ внутренней и внешней среды образовательной организации и выделение целевых (наиболее важных для ее деятельности) групп общественности.
- Формирование набора наиболее существенных имиджеобразующих факторов для каждой из целевых групп общественности.
- Разработка желаемого образа образовательной организации (с точки зрения установленных стратегических целей) для каждой целевой группы общественности.
- Оценка текущего имиджа образовательной организации в каждой из целевых групп общественности.
- Разработка и реализация плана мероприятий по формированию позитивного имиджа образовательной организации в сознании целевых групп.
- Контроль достигаемых результатов и коррекция (при необходимости) плана.

Важная информация

Корпоративный имидж и имидж педагога в отдельности 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.



**Имидж педагога
как элемент корпоративной
культуры учреждения образования**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!