Государственное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования (повышения квалификации) специалистов Московской области

Педагогическая академия последипломного образования

(ГОУ Педагогическая академия)

Кафедра человековедения и физической культуры

**Проектная работа по теме:**

**«Слагаемые профессионального имиджа педагога»**

 Курс «Образование и общество»

 Слушатель:

 учитель-логопед МДОУ№16 «Забава»

 г.Королева **Голубец О.Д.**

 Руководитель:

 Ст.преподаватель Чернова-Бахметова И.И.

Москва,2010г

-2-

**Содержание**

1. Введение…………………………………………………………………3
2. Теоретическая часть…………………………………………………….4
3. Понятие «имидж»
4. Профессиональный имидж педагога.
5. Практическая часть……………………………………………………..12
6. Как сформировать свой имидж?
7. Практические советы(по В.М.Шепелю)
8. Заключение………………………………………………………………
9. Библиография………………………………………………………………

-3-

**1.Введение**

Современный этап развития системы образования в нашей стране характеризуется углубленной рефлексией актуальных проблем социальной и профессиональной коммуникации, последовательным усложнением требований к профессионализму работающих в образовании разнонаправленных специалистов, принятием педагогическим сообществом новых ценностных ориентиров и, прежде всего, ориентации на личностную и ненасильственную модель взаимодействия с учащимися. Этим обусловлен повышенный интерес педагогической общественности к проблемам профессионального имиджа и культуры общения современного педагога, которые во многом определяют формирование ценностей личностно-центрированного образования, результативность образовательного процесса, психологический климат в образовательном учреждении, престиж профессии педагога и образовательного учреждения, в котором и он работает и процесс модернизации системы образования РФ в целом.

Профессия педагог – особенная. Учителя – это те люди, которые всегда на виду, рядом с ними всегда находятся родители, ученики, коллеги. Однако многие убеждены, что педагогические вузы должны, прежде всего готовить специалиста, владеющего определенным набором знаний, умений, технологий, а человековедческим дисциплинам отводится второстепенная роль. Такое положение вещей приводит к тому, что молодой педагог не может работать с людьми, в том числе с учениками.
Часто педагог теряет авторитет своих подчиненных потому, что неинтересен как личность. А без интереса к личности учителя нет и интереса к предмету. Другое дело, что в последующем интерес к личности учителя угасает, а разгорается интерес к предмету. Интерес к личности учителя, таким образом, - средство активизации интереса к предмету. Именно ученики дают энергию жизни учителю, а учитель дарит открытие «новых горизонтов». Поэтому образ педагога должен вдохновлять. Как бы ни был профессионально подготовлен учитель, он просто обязан совершенствовать свои личностные качества, создавая, таким образом, собственный личный и профессиональный имидж.

 -4-

**2. Основная часть**

**1. Понятие «имидж».**

Понятие *image* в последние годы прочно входит в словарь современного человека. Что же такое имидж?

 В России понятие имидж стало предметом общественного внимания и научного анализа лишь в конце XX столетия. 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.).Вышедшее в свет в 1994 г. первое издание книги В.М. Шепеля: Имиджелогия: Секреты личного обаяния обозначило не только обоснование нового для российского менталитета понятия имидж, но и формирование новой области научного исследования — *имиджелогии,*а в профессиональной сфере формирование новой специальности - имиджмейкер.

 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. Имидж — это образ, включающий внутренние и внешние характеристики.

Целесообразно разделять имидж на *корпоративный* (имидж компании, фирмы, предприятия, учреждения, политической партии, общественной организации и т.д.) и *индивидуальный* (имидж педагога, политика, бизнесмена, артиста, руководителя, лидера общественного движения и т.п.). Содержание и механизмы формирования этих имиджей будут различны, но они связаны.

И в том и в другом случае, т.е. по отношению к организации и индивиду (личности), можно говорить об имидже *внешнем и внутреннем.* Внешний имидж организации – это её образ, представление о ней, формирующееся во внешней, окружающей её среде, в сознании «контрагентов» этой организации – клиентов, потребителей, конкурентов, органов власти, СМИ, общественности. Внешний имидж индивида складывается из различных форм вербального, визуального, этического, эстетического выражения и поведения, а субъектом являются те люди, которые вступают с ним в прямой или опосредованный контакт.

-5-

Исследователи предлагают три возможных подхода к классификации имиджа: *функциональный,* при котором выделяют разные его типы, исходя из различного функционирования; *контекстный,* при котором эти типы находятся в разных контекстах реализации; *сопоставительный,* при котором сравнивают близкие имиджи.

Опираясь на имеющиеся определения имиджа, выделяют его основные составляющие. Наиболее значимые из них: внешний облик; использование вербальных и невербальных средств общения; внутреннее соответствие образа профессии - внутреннее «Я».

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.

-6-

В научной литературе по политической имиджелогии (А.Ю. Панасюк, Г.Г. Почепцов, В.М. Шепель и др.) выделяются следующие составляющие имиджа или их классификация: средовый имидж, габитарный имидж, овеществленный имидж, вербальный имидж, кинетический имидж. Средовый имидж предполагает характеристику человека по искусственной среде его обитания - по его кабинету, жилищу, автомобилю и т.д. Понятно, что созданная человеком среда обитания зависит от множества факторов, которые не всегда подвластны нашим желаниям. Главный принцип формирования этого имиджа: чуть лучше, чем у всех. Габитарный имидж - это характеристика человека по его собственной внешности - по костюму, макияжу, прическе и т.д.

Личный имидж является важной составляющей для роста карьеры,т.к:

-имидж влияет на тех, кто принимает решения в вопросах профессионального роста;

 -мы верим тому, что видим;

 -мы все занятые люди и часто принимаем решения на основе первого впечатления;

 -мы все действуем, осознаем это или нет, как послы своей профессии или организации;

-хорошо выглядеть и уверенно себя чувствовать - это хорошо для нас.

Имидж, не подкрепляющийся постоянно реальными крупными делами, тает подчас, как снег на весеннем солнышке. Для профессионала очень важен эффективный взаимовыгодный контакт с окружающим миром, поэтому определяющей частью его имиджа являются:

-высокая самооценка, уверенность в себе;

-вера в доброжелательность Вселенной и вера в доброго человека;

-социальная и личная ответственность («я - причина всего положительного и отрицательного в моей жизни»);

-желание меняться и умение рисковать при здоровом чувстве самосохранения.

Таким образом, успешное применение имиджа предполагает знание исходных психолого-педагогических принципов, обусловливающих его.В качестве таковых могут выступать следующие принципы: принцип гармонии визуального образа, принцип коммуникативности - многообразия форм и способов информационного взаимодействия, принцип саморегуляции и ортобиоза (наука о технологии самосбережения тела и души), принцип речевого воздействия. Они выступают в роли постоянных факторов, искусно воплощенных в разнообразных формах и методах совершенствования профессионального мастерства учителя.

-7-

**2.Профессиональный имидж педагога.**

 Каждая профессия требует набора способностей, проявления чувств и мыслей. Чем продолжительнее занимается человек каким-либо видом деятельности, тем больше проявляется в нем профессиональный отпечаток. Специфика педагогической деятельности учителя - в активной умственной деятельности и постоянном напряжении нервной системы. Основная нагрузка приходится на головной мозг, который, находясь в напряжении, подчиняет себе все ресурсы организма. Напряжение испытывает высшая нервная деятельность, так как она постоянно подвергается воздействию таких факторов, как большой объем аналитико-синтетической деятельности мозга, хронический дефицит времени и высокий уровень личной мотивации.

Уже сегодня мы вправе говорить о профессиональном имидже, которому должны соответствовать представители различных профессий - идеальный учитель, идеальный врач, идеальный инженер, идеальный предприниматель и т.д. Секрет успеха профессионального имиджа педагога напрямую зависит от того, насколько ему удастся создать облик, соответствующий ожиданиям других людей.

 Имидж педагога - 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.

Имидж есть у каждого педагога вне зависимости от его личных взглядов на эту тему. Процесс построения имиджа зависит как от самого учителя, так и от индивидуальных особенностей ученика, его пола, возраста, а также от опыта, знаний, национальности и других факторов. Педагог, который занимается созданием собственного имиджа, не только лучше выглядит, но и лучше себя чувствует, более уверен, а в итоге и успешнее работает!

 Имидж учителя проявляется в некоторой обобщенной форме, которая может содержать следующие структурные компоненты: индивидуальные характеристики, личностные, коммуникативные, деятельностные и внешнеповеденческие.

В образе конкретного учителя соединяются индивидуальный, профессиональный и возрастной имиджи. Окружающие выносят суждения как о личностных, возрастных, половых, так и о чисто профессиональных качествах педагога.

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

*Внешняя составляющая* включает мимику, жесты, тембр и силу голоса, костюм, манеры, походку.

Внешний вид преподавателя, безусловно, может создать рабочее или нерабочее настроение на уроке, способствовать или препятствовать взаимопониманию, облегчая или затрудняя педагогическое общение.

-8-

Внешний облик помогает педагогу 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. 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. Что и как говорит педагог, умеет ли словом настроить человека на себя, какие жесты и позы при этом демонстрирует, что происходит с мимикой, как сидит, стоит и ходит - все это влияет на восприятие другими людьми. Отдельный компонент внешнего облика учителя несет в восприятии учащихся свою смысловую нагрузку, но в каждой конкретной ситуации на уроке он может быть важным или малозначительным. В одном случае для ребенка важна мимика, в другом \_жест, в третьем — костюм учителя.

В ситуации, когда ***значение внешнего вида***учителя становится во главу условий первого успеха, согласно социологическим исследованиям ( п о д а н н ы м В.М. Шепеля, 1997), только 19% учителей удовлетворены своим внешним видом. Вот проблема, которую надо решать незамедлительно! — призывает В.М. Шепель.

 Для улучшения своего профессионализма учителю необходимо обратить внимание и на умение представить себя окружающим наиболее выгодным образом. Доказано, что 35% информации человек получает при словесном (вербальном) общении и 65% - при невербальном.

 Внутреннее соответствие образа профессии - внутреннее «Я», ведущее из составляющих педагогического имиджа, поскольку умение нравиться и располагать к себе других людей выступает необходимым качеством в профессиональных и личностных контактах. Не менее важно, чтобы имидж не расходился с внутренними установками учителя, соответствовал его характеру и взглядам. Создавая свой образ, педагог 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. 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.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. Профессиональная деятельность, по мнению Л.М. Митиной, раскрывается через *процессуальную* составляющую имиджа, которая конкретизируется такими формами общения, как профессионализм, пластичность, выразительность и т.д. Эмоционально богатый учитель, владеющий приемами вербального и невербального проявления чувств и целенаправленно их применяющий..., способен оживить урок, сделать его экспрессивным, приблизить к естественному общению

 Термином профессиональный имидж педагога можно определить как профессиональную репутацию педагога (мнение о нем как о профессионале), которая складывается в результате общения с коллегами, учащимися и их родителями в процессе его профессиональной деятельности. Профессиональный имидж педагога и культура общения определяют силу его авторитета, то есть общепризнанную участниками образовательного процесса ,значимость его личностных и профессиональных качеств и заслуг и основанную на этом силу его влияния на взгляды и поведение коллег, учеников и их родителей. Результатом возрастания авторитета личности педагога является признание за ним права принимать значимые для учащихся решения. Профессиональный имидж педагога носит субъективный, изменчивый характер и определяет готовность окружающих (участников образовательного процесса) действовать по отношению к носителю имиджа определенным образом. В связи с этим педагогу необходимо постоянно стремиться к созданию и поддержанию своего позитивного профессионального имиджа.

К системообразующим характеристикам позитивного профессионального имиджа педагога можно отнести высокий уровень сформированности таких личностно и профессионально значимых особенностей, как:

**•** активный эмоционально-положительный стиль отношения к учащимся и демократический стиль педагогического руководства ими; **РОСЫТЕОРИИ**

**•** открытость, соучастие и содействие каждому ребенку, возвышение его личности в процессе общения;

**•** педагогическое мастерство ;

**•** единство уважения к личности воспитанника и требовательности к нему; культура внешнего вида педагога (располагающая к общению внешность и стильный костюм, соответствующий статусу педагога и коммуникативной ситуации);

**•** безукоризненность манер (культура речи и невербального общения, соблюдение этикета);

**•** духовность, нравственность, эрудиция, интерес к знаниям и стремление к самосовершенствованию;

**•** активность личности, общительность;

**•** гражданственность и патриотизм;

 -9-

**•** обязательность и точность в соблюдении обещаний и договоренностей(как проявление долга и чести, дисциплинированности и взаимоуважения, гарантия надежности);

**•** доброта – может быть сдержанной, но всегда иметь место в поведении и тоне педагога, чувствительность и социально-коммуникативная адаптивность;

**•** справедливость ,обоснованность, деловой и по преимуществу косвенный характер предъявляемых требований;

**•** чувство собственного достоинства и уверенность в себе;

**•**педагогическая наблюдательность, педагогическое воображение, справедливость, требовательность и п е д а г о г и ч е с к и й т а к т ;

**•** терпимость, основанная на признании многообразия культур и людей,

автономности и неприкосновенности личности ребенка, его права на свободное самоопределение и самореализацию, то есть право приобщаться к таким политическим, религиозным, моральным идеям, которые он находит верными и привлекательными;

**•** эмоциональная экспрессивность и умение управлять своими эмоциями;

**•** креативность и способность к импровизации;

**•** ответственность за успехи ребенка на последующих этапах его обучения;

**•** жизнерадостность и оптимизм;

**•** артистизм и чувство юмора.

Все перечисленные компоненты позитивного профессионального имиджа и культуры общения можно отнести к педагогам, обучающим все возрастные

 группы, хотя значимость того или иного компонента меняется в зависимости от возрастной группы обучаемых и ситуации педагогического общения. В ряде случаев отсутствие или недостаточный уровень сформированности какого-либо компонента профессионального имиджа педагога при серьезном отношении носителя имиджа к совершенствованию профессионального мастерства может в той или иной мере компенсироваться другими.

 Как правило, ученики в процессе оценивания профессионального имиджа педагога ориентируются прежде всего на его личностные, индивидуально-неповторимые черты, а педагоги – на чисто профессиональные умения и навыки. Существенные расхождения наблюдаются и в рейтингах значимых имиджевых характеристик педагога, выстраиваемых педагогами и учащимися так, например, ухоженный и стильный внешний вид педагога учащиеся ставят приблизительно на третью позицию, а педагоги – на восьмую.

Определяющее значение для формирования профессионального имиджа и авторитета педагога имеет его уровень культуры педагогического общения.

Педагогическое общение– это специфическая форма организации взаимодействия педагога и учащихся. К основным специфическим функциям педагогического общения относятся:

**–** информационная(умелое применение на практике глубоких знаний и разнообразного методического инструментария для обеспечения

 -10-

оптимальной передачи знаний учащимся и прочного, осмысленного их усвоения детьми);

– мобилизационная (активизация познавательной деятельности учащихся, организация их самостоятельной работы, поддержание и развитие интереса детей к учебе, полезному труду и общественной работе);

– развивающая (развитие способностей ученика, личности в целом с учетом индивидуально -психологических ,поло-возрастных и проч.характеристик учащихся);

– ориентационная (формирование у учащихся культуросообразных ценностных ориентаций, мировоззренческих принципов, социально одобряемых мотивов поведения, активной жизненной позиции).

Общение с учащимися высококвалифицированных успешных педагогов характеризуется:

**•** уверенностью педагога в больших возможностях детского интеллекта и подчинение этой задаче всего учебного процесса (интеллектуальной насыщенностью уроков);

**•** стремлением максимально и всесторонне использовать изучаемый

на занятиях материал;

**•** стимулированием учащихся на поиски разных способов выполнения действий;

**•** п о з и т и в н о с т ь ю предъявляемых педагогических требований;

**•** у ч е т о м социально-культурных особенностей ученика, знанием инокультурных режимов коммуникации, индивидуальных учебных стилей ученика (условий, путей и способов учения, которые предпочитает ученик);

**•** способностью к ценностному восприятию действительности и передаче его учащимся в эмоционально-эстетической форме как на смысловом, так и психо-физиологическом уровнях контакта (что обеспечивает проживание детьми личного ценностного отношения и формирование у них ценностных ориентации,духовности, способности к сопереживанию, приобретению навыков оценки любых явлений и событий на основе нравственного разума, диалектического единства этического и эстетического в оценке всех явлений и событий);

**•** демократическим стилем педагогического руководства.

Условиями эффективности педагогического общения является знание и соблюдение педагогом законов коммуникации, его стремление к уважительному и заботливому наставничеству, к активному созидательному сотворчеству с учеником к постижению коммуникативной ситуации интеллектуально и эмоционально.

 В процессе общения с учащимися педагог преднамеренно и непреднамеренно продолжает себя в них, осуществляя значимые для детей преобразования их личностных смыслов, мотивов поведения. Педагогическое общение и межличностные отношения педагога с учащимися значительно влияют на эмоциональное состояние и отношение ребенка к учебному предмету, процессу учения, образовательному учреждению, на

 -11-

формирование ученического коллектива, становление личности школьников, подготовки их к последующей самостоятельной взрослой жизни. Это диктует необходимость постоянного совершенствования применяемых педагогом методов воздействия, развития и стимулирования саморазвития учащихся, в том числе в аспекте рефлексии семиотических компонентов их собственной экспрессии,а также коррекции педагогом и учащимися внешних технологий самоподачи.

 Речь педагога должна соответствовать современным нормативным требованиям. Нормативная речь педагога позволяет ему сохранять коммуникативное лидерство в таких активных формах профессиональной речи, как диалог, монолог. К профессиональным качествам речи педагога следует отнести такие свойства голоса, как чистота и ясность тембра, благозвучность, гибкость, полётность. . Хорошая дикция даёт возможность профессиональной речи стать действенной, то есть побуждать людей к изменениям – внешним и внутренним.

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

Общество, порождая требования к профессиональному имиджу учителя, влияет на его содержание. Но из поколения в поколение неизменными остаются такие качества идеального учителя, как *любовь к детям, доброжелательность, искренность, умение общаться.* 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.

-12-

**3.Практическая часть**

**1.Как создать свой имидж.**

 Кто же создает имидж? Во-первых, сам человек, который продумывает, какой гранью повернуться к окружающим, какие сведения о себе представить. Во-вторых, имиджмейкеры - профессионалы, занимающиеся созданием имиджа для известных лиц: политиков, государственных деятелей, артистов и т.п. В-третьих, большую роль в создании имиджа играют средства массовой информации - печать, радио, телевидении. В-четвертых, его создают и окружающие люди - друзья, родные, сотрудники.

 Создание имиджа – длительный и сложный процесс, успешность которого зависит от условий и технологий формирования имиджа. По мнению В.М. Шепеля, имиджирование – ряд преднамеренно выстроенных моделей поведения.

Создавая свой новый имидж, педагог должен решить: что именно хочет сообщить окружающим.

 Ответ на вопрос **«Для чего?»** – один из главных. Чаще всего цель формирования достойного имиджа – доброжелательно настроить к себе других людей. Важно правильно определить цель и поставить задачи, работающие на цель. Каждая задача должна быть конкретно сформулированной, реалистичной, измеримой, выполнимой в заданный промежуток времени.

 За словом **«Что?»** стоит сам имидж и его атрибуты. Необходимо продумать ,какой имидж выбрать для себя. Нельзя забывать, что удачно выбранный имидж несёт до 80% успеха. Необходимо остерегаться перегрузки в деталях. Предстоит определить, в чём аудитория нуждается больше всего, что вызовет её интерес.

 **«Кому?»** Конечно, результат успешной презентации педагога зависит от того, насколько точно педагог сможет соответствовать ожиданиям аудитории.

Необходимо задать себе несколько вопросов:

Что ценит эта аудитория (рабочий коллектив, семья, любимый, друг, партнёр)?

Что эта аудитория уже знает о вас?

Что аудитории необходимо узнать, чтобы лучше воспринять вас?

 **«Когда? Как долго?»** Время самопрезентации существенно влияет на то, как аудитория воспримет педагога (страна, время года, начало или конец рабочего дня, недели и т.п.).

 **«Где?»О**бязательно должны принять во внимание место, где педагог предполагает появляться в новом образе. Место одинаково воздействует и на аудиторию, и на человека, представляющего свой имидж.

Теперь можно приступать к эскизу имиджа.

-13-

 **Эскиз имиджа**

 Цель создания нового имиджа.

Место предъявления нового имиджа (дом, работа, отдых и т.п.).

Целевая аудитория (на кого рассчитан имидж). Чего ждёт от педагога эта аудитория.

Три особенности, которые необходимо учитывать при общении с целевой аудиторией**:**

1. Отражение ожиданий аудитории во внешнем облике педагога с помощью цвета:

одежды (базовые цвета гардероба);

аксессуаров;

макияжа;

волос.

2. Отражение ожиданий аудитории во внешнем облике педагога с помощью линий:

одежды (стиль, покрой, рисунок ткани);

аксессуаров;

причёски.

3. Отражение ожиданий аудитории во внешнем облике педагога с помощью фактуры осязаемой поверхности:

ткани костюма;

аксессуаров;

выбор парфюмерии;

коррекция вербального и общения.

Понятие *самопрезентация* происходит от английского слова «самоподача», то есть представление себя другим людям. В.М. Шепель определяет самопрезентацию как «умение подавать себя, привлекая к себе внимание, актуализируя интерес людей к каким-то своим видео-, аудиокачествам».В самопрезентации недостаточно опираться на собственные дарования и знания. Необходима специальная подготовка, и прежде всего умение ориентироваться в основных составляющих этого процесса. Базовая модель технологии имиджирования состоит из следующих позиций самопрезентации:

-«Я-концепция» – морально-психологическая подготовка;

-фейсбилдинг – создание лица с учётом всех сопутствующих факторов;

-кинесика – телесное информирование;

-дизайн одежды – подбор и ношение одежды, использование аксессуаров;

-владение словом – риторическая оснащённость;

-флюидное излучение – создание личностного «биоэнергетического поля»;

-коммуникативная механика – мастерство общения.

Успешное применение имиджа предполагает знание исходных психолого-педагогических принципов, обусловливающих его. В качестве таковых

-14-

выступают: принцип самовоспитания, принцип гармонии визуального образа, принцип коммуникативности – многообразия форм и способов информационного взаимодействия, принцип саморегуляции и ортобиоза, принцип речевого воздействия.

Эти принципы – обязательные требования к организации имиджирования. Они выступают в роли постоянных факторов, искусно воплощённых в разнообразных формах и методах совершенствования профессионального мастерства работников социологической деятельности.

1. *Принцип самовоспитания и самосовершенствования*

Самовоспитание – путь формирования профессионального мастерства педагога. Основу этого принципа составляет самооценка профессиональных качеств и анализ существующего имиджа, как следствие этого составляется программа самовоспитания, основанная на индивидуальном подходе. Усовершенствовать свой образ (профессиональный, визуальный), представляемый окружающим, можно только через понимание самого себя.

*2.* *Принцип гармонии визуального образа*

Нельзя недооценивать значение такого социально-психологического явления, как межличностная перцепция. Наряду с умением воздействовать на людей действиями и словом, весьма существенна визуальная привлекательность педагога – гармония его внешнего облика.

С.И. Ожегов определяет понятие гармонии как «согласованность, стройность в сочетании чего-нибудь». Гармония визуального образа – это прежде всего согласованность, стройность в сочетании пропорций (соотношение частей тела), формы лица и тела, цветовой тип личности и тип силуэта. Основной фактор в построении гармоничного визуального образа – принцип коррекции. Выявление и использование эффективных приёмов коррекции позволяет визуально приблизиться к законам пропорций, канонам красоты, обоснованным ещё Марком Витрувием Поллионом и Леонардо да Винчи.

*3.* *Принцип коммуникативного и речевого воздействия*

Коммуникативность как многообразие форм и способов информационного взаимодействия – важнейшее условие результативности социологической деятельности. В процессе коммуникативного общения благодаря установившимся контактам происходит восприятие людьми информации, эмоционального настроя. Эффективность этого принципа состоит в профессиональном использовании таких приёмов, как убеждение, внушение и подражание.

Профессиональная культура педагога включает в себя культуру речевого воздействия. Его речь должна соответствовать современным нормативным требованиям. Нормативная речь педагога позволяет ему сохранять коммуникативное лидерство в таких активных формах профессиональной речи, как диалог, монолог, полилог.

*4.* *Принцип саморегуляции*

Основу его составляет ортобиотика – наука о технологии самосбережения тела и души, об ортобиозе как разумном образе человеческого бытия.

-15-

1. **Практические советы (По В.М.Шепелю)**

**«Я-концепция**» – первый этап работы в технологии личного обаяния, этап познания и принятия себя, формирования собственного самонастроя на позитивное отношение к миру и к себе: познать себя, принять, полюбить и научиться помогать себе. В работе над имиджем педагога реализуются такие функции имиджа, как личностно возвышающая и психотерапевтическая.

Для понимания самооценки важны три момента. Первое. Важную роль в её формировании играет сопоставление образа реального Я с образом идеального Я – представлением о том, каким человек хотел бы быть. Это сопоставление часто присутствует в психотерапевтической методике «Я-концепция», где высокая степень совпадения реального Я с идеальным считается важным показателем психического здоровья.

 Второй фактор формирования самооценки связан с интериоризацией социальных реакций на данного индивида. Иными словами, человек склонен оценивать себя так, как, по его мнению, его оценивают другие.

Наконец, индивид оценивает успешность собственных действий и проявлений через призму своей идентичности. Он испытывает удовлетворение не оттого, что он просто что-то делает хорошо, а оттого, что он избрал определённое дело и именно его делает хорошо. В целом картина выглядит таким образом: люди прилагают большие усилия для того, чтобы с наибольшим успехом «вписаться» в структуру общества.

Самооценка всегда носит субъективный характер независимо от того, лежат ли в её основе собственные суждения индивида о себе или интерпретации суждений других людей, индивидуальные идеалы или культурно заданные стандарты.

 Значение «Я-концепции» в том, что она способствует достижению внутренней согласованности личности, определяет интерпретацию опыта и служит источником ожиданий.

Рост человека, его вес, телосложение, состояние здоровья, зрение, цвет лица и т.д. способны стать ведущими составляющими его отношения к себе, главными факторами, определяющими чувство собственной ценности, адекватности и приемлемости своей личности. Тело – зримая и ощутимая часть нашего Я. Мы чувствуем, видим, слышим самих себя, и никогда не в состоянии отрешиться от своего тела. К тому же оно выставлено на постоянное публичное обозрение. Необходимо определить образ тела и конструировать имидж, исходя из индивидуальных особенностей, подбирая наилучшие линии для е формы, скрывающие недостатки, подчёркивающие достоинства.

-16-

Методика определения «Я-концепции»

***Упражнение «Мое самовосприятие» (по Р. Бернсу)***

Взгляните на схему (Схема 1). Какие из приведенных характеристик Вы можете отнести к себе? Отметьте, какие из них, на Ваш взгляд, наиболее устойчивы для Вас?

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | ***Меня это радует*** | ***Мне это безразлично*** | ***Мне это неприятно*** |
| Я счастливый |  |  |  |
| У меня ничего не ладится |  |  |  |
| Я тугодум |  |  |  |
| Я неуклюжий |  |  |  |
| Я зануда |  |  |  |
| Я неудачник |  |  |  |
| Я добросовестный |  |  |  |
| Я обманщик |  |  |  |
| Я интроверт |  |  |  |
| Я фантазер |  |  |  |
| Я оптимист |  |  |  |
| Я человек надежный |  |  |  |
| Я раздражительный |  |  |  |
| Я хороший друг |  |  |  |
| Я подвержен настроению |  |  |  |
| Я общителен |  |  |  |
| Я религиозный |  |  |  |
| Я умный |  |  |  |
| Я слабый |  |  |  |
| Я опрометчивый |  |  |  |

Теперь распределите выделенные характеристики по трем столбцам, выражающим Ваше отношение к собственным качествам

Много ли нашлось характеристик, которые Вас удовле­творяют? Если большинство , то у Вас высокое самовосприятие. *Цель этого занятия — проана­лизировать свой психологический портрет, определить, что Вы о себе знаете и как к себе относитесь.*

***Упражнение «Я-реальное»***

Цель этого упражнения – показать возможности самоисследования и расширить представления о себе.

1. Задайте себе вопрос: «Кто я?»и запишите 10 первых пришедших в голову ответов.

2. Представьте себе значимого человека для Вас, какую характеристику он дал бы Вам? Запишите 10 ответов.

3. Сопоставьте и сравните ответы 1-го и 2-го пунктов.

-17-

***Упражнение «Я-идеальное»***

*Цель этого упражнения – исследовать свой прошлый опыт, обнаружить упущенные возможности, найти способы их реализации и т.д.*

Задайте себе вопрос: «Кем бы я мог стать, если реализовал бы все свои возможности?» и запишите 10 ответов.

***Схема 1***



Анализ схемы. Человек склонен оценивать себя так, как, по его мнению, его оценивают другие.

К. Роджерс разработал гипотезу **самоутверждения.** Её смысл в том, что самоутверждение – это процесс снятия с самого себя одной за другой масок. Снимите маски – и увидите, что Вы есть.

Если Вы обнаруживаете незнакомые аспекты своего Я, то это может послужить духовной основой в процессе становления личности. Чем значительней успех, тем выше индекс собственного самоуважения.

Оно вычисляется по известной формуле У. Джемса:

 Успех

Самоуважение = ——————

 Притязания

Польская поговорка гласит: «Хорошее мнение о себе – половина счастья».

***Упражнение «Мои жизненные планы»***

*Составьте для себя список желаемых результатов и расположите его в порядке убывания ценности каждого. Ответьте на вопросы: Чего я уже добился? (Мой успех.) Чего хочу добиться в ближайшее время? Мои глобальные цели?*

Это и будет жизненной программой в осуществлении себя.

Формула оптимизма

«Я-концепция» – это мини-гимн самому себе, любви к себе, что выступает субъективным аспектом самовнушения. Подготовка и разучивание мини-гимна «Я – чудо!».

1. Прочитайте текст.

2. Прочитайте выразительно ещё два раза, делая упор на те слова, которые особенно приятны.

-18-

3. Внесите коррективы в гимн, какие пожелаете, чтобы он был более обдуман и носил личностный смысл, стимулировал Ваше хорошее настроение.

4. Ещё раз прочитайте про себя.

5. Прочитайте вслух свой гимн «Я – чудо!».

Повторять гимн себе любимому надо каждый день 3 раза с перерывом 15–30 сек. При необходимости – чаще.

Предлагаем Вам примерный мини-гимн «Я – чудо!». Вы можете написать свой и разучить его.

***Мини-гимн «Я – чудо!»***

Я счастливый человек! Я самый счастливый человек на свете! У меня хорошее настроение! У меня всегда хорошее настроение! У меня отличное настроение!

Мои глаза излучают счастье! Моя походка излучает счастье! Я весь излучаю счастье! Я живу – и поэтому я счастлив!

Я оптимист! Солнце для меня всегда самое яркое, а небо самое голубое!

На меня можно всегда положиться. Я не подведу!

Я умею дружить. Благо семьи – приоритет для меня! Я внимательный и заботливый. Меня ценят и уважают мои друзья, близкие и коллеги. Со мной всегда легко и весело.

Я общительный. Ко мне тянутся люди. Со мной интересно и спокойно.

Я постоянно над собой работаю. Я доказываю это своим делом, умением дорожить своим достоинством, семейной честью.

Я благодарю своих родителей за жизнь и радость общения!

**Внешний вид педагога**.

 В восьми случаях из десяти человек воспринимает другого человека по впечатлению о внешнем виде. Важнейший элемент в физическом облике человека – его лицо, и большинство людей в процессе общения чаще всего концентрируют своё внимание на лице собеседника и на его глазах.

Лицо – одна из характеристик внешности человека. Зная ключи прочтения лица, владея соответствующим умением снять информацию с лица собеседника, можно значительно обогатить свою технологию общения.

 Физиогномика (по-гречески: «physis» – природа и «gnosis» – знание, познание) – изучение или познание природыВ физиогномике есть конституционные признаки, передающиеся генетически. Физические признаки указывают на ярко выраженные черты характера. Так, физические признаки, характеризующие способы словесного выражения, сосредоточены в области рта; признаки, связанные с логическими и оценочными способностями, – в области глаз. Индикатором внутренней уверенности в себе служит отношение длины лица к ширине нижней части лба, широкие ноздри и выпяченный вперёд подбородок и т.д. Иными словами, такие яркие визуальные индикаторы, как лоб, брови, глаза, нос, подбородок, создают лицу эффект информативности.

 На лице человека отражены его жизнь и жизненный опыт. Итак, правильно используя ключи, которые даёт наблюдение, можно найти шифр к пониманию человека.

 -19-

 Лицо – неисчерпаемый источник информации. Знания, позаимствованные у физиогномики – науки, изучающей выражения лица и его формы, помогают оценивать достоинства людей, строить собственное лицо. Однако психологи советуют доверять не только своим глазам, но и сердцу.

В народе говорят: до 30 лет лицо человека создаёт природа, после 30 лет человек делает себе лицо сам. Первую треть своей жизни люди оптимистичны, они всегда готовы к улыбке. К сорока годам значительная часть первоначального оптимизма улетучивается – и уголки рта немного опускаются. Поэтому необходимо научиться «ставить лицо», овладеть механизмом «делания» лица, постановки улыбки. Николаус Энкельман предлагает делать упражнения перед зеркалом. Таким образом, считает он, тренирующийся узнаёт всё о своих внешних и внутренних данных, и получает возможность сознательно воздействовать на своё развитие, на самые сокровенные уголки души. Сидя перед зеркалом, он рассматривает себя в разных эмоциональных состояниях: гневе, радости, разочаровании… Лучший помощник в этом – видеотренинг, ибо видеокамера помогает увидеть себя в причудливом смешении мимики и жестов, в усложнённой динамике и получить сведения о сильных и слабых сторонах своей внешности.

 Информация по физиогномике позволяет прогнозировать поведение человека и получать представление о его внутреннем потенциале.

 Педагогам и врачам, актёрам и политикам, бизнесменам и менеджерам умение моментально снимать информацию с лица делового партнёра, собеседника, подчинённого весьма полезно.

 Знания физиогномики и постоянные упражнения по их использованию позволяют с ходу ориентироваться в людях и мгновенно подбирать ключи к общению. Вот почему необходимо приучать себя всегда внимательно «вчитываться» в лица собеседников.

**Прическа и внешность.**

Нельзя относиться пассивно к такому прекрасному материалу, как волосы. Новая причёска преображает лицо, она в силах изменить не только внешность, но и саму жизнь. Иметь красивые и здоровые волосы – желание каждого человека. Добиться этого можно при правильном уходе за ними. ***Мытьё головы.***Это одна из процедур по уходу за волосами. Она имеет три цели: гигиеническую – удалить загрязнения с поверхности волос и кожи, деформационную – удалить следы предыдущей причёски, подготовительную – размягчить внешний чешуйчатый слой волос ***Сушка волос.***Основное назначение сушки – зафиксировать ту форму, которая была придана волосам в мокром виде. От того, насколько хорошо высохли волосы, зависит и качество укладки, т.е. окончательный вид и относительная долговечность причёски.

-20-

Огромную роль в любой причёске играют её силуэт и форма. Смена моды в причёсках и стрижках сказывается в основном на изменении именно силуэта и формы. Это позволяет подобрать модную причёску практически к любому типу лица, варьируя детали, из которых она состоит, применительно к индивидуальным особенностям лица и фигуры. Причёска может быть с чёлкой или без чёлки, симметричной и асимметричной, с открытыми и закрытыми ушами и т.д., но силуэт и форма её должны обязательно отвечать линии моды.

Правильные черты лица – явление довольно редкое. Малолюдей и с ярко выраженными недостатками, например, резкой асимметрией тех или других деталей лица. Но какие-либо маленькие недостатки присущи почти каждому лицу. Неправильно подобранная причёска может сделать их более заметными. И наоборот, умело подобранная и со вкусом выполненная причёска сгладит недостатки, подчеркнёт привлекательность лица.

 **Макияж.**

Древние китайцы говорили: красота – это судьба. Ваше лицо – ваша удача. Человек сам распоряжается тем, что даровано ему природой, он и вправду кузнец своего счастья. Осознание природных способностей помогает максимально совершенствовать свою внешность, свой характер, а значит, саму жизнь. Макияж выполнит свою задачу только тогда, когда он естественно оживит черты, поможет скрыть мелкие недостатки и выявить достоинства. Последние исследования показали, что женщины, которые прибегают к декоративной косметике, более авторитетны, отличаются лучшей профессиональной подготовкой, они продвигаются по службе быстрее тех, кто не пользуется гримом. Макияж не только украшает лицо – он ведёт к славе, успеху, а главное – к гармонии между внутренним Я и окружающим человека миром.

Если говорить о декоративной косметике, то она помогает сделать лицо более привлекательным, подчеркнуть то, что уже есть у женщины, что украшает её и обнаруживает её неповторимость. Выявить скрытые достоинства женщины – в этом и есть суть искусства макияжа.

Пользуясь декоративной косметикой, надо помнить о времени суток и чувстве меры, о возрасте и стиле, о форме лица и моде.

Прежде чем вы начнёте украшать себя, необходимо перед зеркалом выяснить, какое у вас лицо – овальное, круглое или квадратное, какие волосы – блондинка ли вы, рыжая или брюнетка, светлые или тёмные глаза, короткий или длинный нос, какой рот и т.д. Основное условие высококвалифицированного макияжа – определить тип лица. Это понятие включает в себя форму лица и его деталей, характерную индивидуальность человека. Отсюда порядок чтения лица:

форма овала лица;

форма деталей лица, лба, бровей, глаз, носа, губ, подбородка;

цвет глаз, волос, одежды;

-21-

тип кожи;

возраст и общий стиль.

Лицо с помощью правильно сделанной причёски и макияжа может быть откорректировано таким образом, что у человека не останется никаких оснований быть недовольным своей внешностью, и на смену неуверенности придёт раскованность и хорошее настроение.

**Язык телодвижений**

Человеческое общение – это не только говорение и слушание. Это ещё сложнейший процесс мимических действий и телодвижений. Общение как процесс социальной коммуникации имеет две стороны – вербальную и невербальную. Ведущую роль в этом процессе занимает первая, т.е. речевое поведение. Слово – вот главный сущностный элемент общения. Однако ни слово, ни речь не могут существовать вне двигательной активности человека. В процессе общения сливаются воедино и речь, и жестикуляция.

Сигнализация корпусом, грудью, плечами и ногами составляет систему телодвижений:

-корпус выдвинут вперёд, плечи развёрнуты, грудь выпячена – это поза преуспевающего человека с сильной волей, довольного жизнью;

-плечи съёжены, грудь втянута, корпус наклонен вперёд – подавленность, смирение, покорность (такая поза характерна для неудачников и безвольных);

-расслабленность, несобранность в движениях – признак безразличия к окружающим;

-устремлённость к собеседнику – признак заинтересованности (но не забывайте, что кролик удава тоже интересует);

-разворот слегка в сторону от собеседника – признак невнимания или же боязни, а также смущения (если старший по чину говорит: «Я вас слушаю», а сам сидит в полуоборот к собеседнику, это означает, что беседа принимает формальный характер.

ТЕЛЕСНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО СОСТОЯНИЯ ЧЕЛОВЕКА

Народная мудрость подметила: чем прямее выглядит человек внешне, тем ровнее он и внутренне

В качестве второго аспекта можно принять открытость или закрытость позы.

Владеть телом, чувствовать тело помогают занятия шейпингом, аэробикой и просто физические упражнения.

Людям импонируют личности, обладающие энергичным и в то же время изящным телом. Физическая гармония всегда способствует успеху.

Чтобы научиться владеть своим телом, не надо обладать какими-то особыми физическими данными. Важно этого хотеть и уметь. В этом поможет кинесика (от греческого «кинесис» – движение). Она призвана научить людей придавать телу наилучшую выразительность

Привлекательная внешность зависит не столько от красоты форм тела, сколько от умения владеть им. Каждый человек находится в движении.

-22-

Динамичны даже позы сидя или стоя, потому что всё время они переходят одна в другую. И если обладательница красивой фигуры окажется неловкой в движениях, с тяжёлой или вихляющей походкой, обаяние сразу померкнет.

-При правильной осанке мышцы почти не напряжены, внутренние органы работают правильно и хорошо: это касается прежде всего дыхания, пищеварения, кровообращения. Без хорошей осанки невозможны точность, грация, лёгкость движений.

-От умения правильно держаться и двигаться в значительной степени зависит наш внешний вид. Привлекательная наружность влияет на психику, на самочувствие и, таким образом, способствует успеху.

-Осанку обычно оценивают в положении стоя. При этом следует держаться непринуждённо, в привычной позе. Встать к стене так, чтобы пятки, плечи и голова касались её. Если в таком положении ваша ладонь свободно проходит между стеной и поясницей, значит, осанка правильная. При этом голова и туловище находятся на одной вертикали, плечи развёрнуты, слегка опущены и расположены на одном уровне, грудная клетка приподнята и выступает вперёд, живот слегка втянут, лопатки симметричны, а ноги в суставах выпрямлены.

-Когда мы садимся, надо держать спину вертикально. Начинать движение со сгибания коленей, а не со сгибания в тазобедренных суставах и отведения таза назад. Сесть удобно посередине стула (не на краю), положение сидя «на краешке» психологи трактуют как позу неуверенности в себе (принимая такое положение, человек как бы боится занять много места). Все движения свободные и плавные, руки держать непринуждённо и хотя бы одну из них расслабить. Спину держать прямо и только слегка прислониться к спинке сиденья. Не наваливаться на неё, иначе сразу же опустятся плечи. Сидеть непринуждённо, естественно, расслабив те мышцы, которые не участвуют в поддержании вашей позы в данный момент.

-Если вы научитесь красиво сидеть, это поможет и красиво вставать. Когда вы встаёте, лучше отставить одну ногу немного назад. Тогда движение будет гораздо изящнее. Не опираться на колени руками, на спинку стула или ручки кресла. Легко вставая со стула, представьте, что вы стремитесь коснуться головой потолка. Плечи опустить (оба на одном уровне).

Психологи утверждают, что по походке человека и по тому, как он носит обувь, можно судить об особенностях его личности.

Наша пластика должна быть не только информативна, но и эстетична. А этому с детства большинство из нас не обучалось. Как же помочь себе? И тут на помощь приходят тренинговые занятия и видеосъёмка. Посмотрев на себя со стороны, ученики сами выступают в качестве экспертов, используя только что усвоенные знания, и под руководством педагогов корректируют элементы собственной кинесической лексики.

Жесты и позы много значат для общего впечатления, которое мы производим на окружающих людей. Жест – явление сугубо индивидуальное, самобытное.

-23-

Он неразрывно связан с ходом мыслей и движением чувств человека. Жесты обычно сопровождают те отрезки речи, в которых мысль достигает кульминации.

Жест – некий знак, который можно прочесть. Он воспринимается не сам по себе, а в зависимости от контекста. Контекст включает позу, мимику, внешность, одежду, роль жестикулирующего. Жест либо подчёркивает, либо подтверждает информацию, полученную из контекста, либо контрастирует с этой информацией. Движения головы, шеи, рук, всего корпуса (пантомимика) помогают выявить главное, рисуют образ. Поза, жест и мимика – наглядное пособие проявления мысли.

**Эмоциональные жесты** (их ещё называют экспрессивными или модальными) выражают чувства в общении людей, усиливая значение сказанного. Жесты отражают наш душевный пульс. Жестикуляция и мимика тесно связаны с эмоциональными состояниями

**Жесты позитивные и негативные.** Жест – это некий **энергетический посыл,** направленный во внешний мир. Энергия может идти как положительная, так и отрицательная. Поэтому различают жесты позитивные, негативные и колебания.

Чтобы повысить свою коммуникативную компетенцию, можно и нужно сознательно осваивать язык жестов. Жесты должны быть органичными и сдержанными, без резких широких взмахов и острых углов. Предпочтительны округлые жесты и скупая жестикуляция.

Чтобы каждый день выглядеть безупречно, надо уметь держать себя, следить за осанкой и позой. Этикет не рекомендует:

-указывать пальцем на человека или на какой-либо предмет;

-во время разговора хлопать собеседника по плечу, крутить пуговицы на его одежде, хватать его за рукав;

-вертеть в руках различные предметы, барабанить пальцами по столу, -хрустеть пальцами, почёсываться, рыться в карманах;

-излишне жестикулировать, так как это выдаёт нервного, закомплексованного человека.

Знание языка тела позволяет снизить возможности манипулирования человека человеком, а также раскрыть его внутреннее «Я».

«Язык» тела занимает важное место в создании первого впечатления о человеке. Поэтому важно и то, как нас воспринимают окружающие, и то, как мы хотим выглядеть в их глазах. Если эти два образа совпадают, мы сумели найти наилучший вариант поведения. Уделяя внимание овладению «немым языком» общения и «самоподачи», мы сознательно создаём яркий личностный образ.

Жесты и коды, выражающие позицию человека в общении

|  |  |
| --- | --- |
| **Жесты** |   |
| **Неуверенность** | Грызёт ручку, руки к шее, рука притрагивается к ожерелью или цепочке. |
| **Жест доверия** | «Купол» – пальцы соединены наподобие купола храма. |
| **Жесты самоконтроля** | Руки сведены за спину, и там одна сильно сжимает запястье другой. Сидя в кресле, руками вцепиться в подлокотник кресла и скрестить лодыжки. |
| **Жесты оценки** | «Рука у щеки» – о чём-то размышляет. Критическая оценка – подбородок опирается о ладонь, указательный палец вытянут вдоль щеки, остальные сведены вместе и располагаются под подбородком. Момент решения проблемы, сосредоточенность, захватывание носа в щепоть, подозрительность – касание носа или лёгкое его потирание, обычно указательным пальцем. |
| **Жесты и позы** | Крепко сцепленные руки – жест подозрения, напряженности, недоверия. Плотно сжатые руки – поза человека, попавшего в переделку. Защитное поглаживание шеи – рука движется назад, как бы оттягиваясь от удара. |
| **Поза** |   |
| **Открытость** | Открытые и развернутые навстречу собеседнику руки, расстегнутый пиджак. Сидя, не скрещивая рук и ног. Сидя, сдвинувшись на краешек стула и наклонившись вперед, руки, прикладываемые к груди, к сердцу (честность). |
| **Закрытость** | Скрещенные на груди руки, усиливающие защитную позицию, пальцы сжаты в кулак (если не сжаты в кулак, то означает озабоченность). Защитная поза руки скрещены на груди, сжимают одна другую. Посадка на стул верхом – спинка стула – щит, защита. |
| **Готовность** | Стоящий держит руки на бедрах. Сидящий, наклонив туловище вперед, опирается одной ладонью о колени, другая рука (локтевая часть) лежит на коленях. |
| **Авторитарная поза** | Руки соединены за спиной, подбородок поднят вверх. |
| **Скука у слушателей** | Голова в руке, лежит на ладони. Машинальное рисование на бумаге. Пустой взгляд – спит с открытыми глазами. Отсутствие движения глаз. |

**Одежда.**

 «По одёжке встречают, по уму провожают» – в этом выражении очень тонко подмечена роль, которую играет одежда в социальной презентации человека. Одежда выступает как средство общения, как инструмент воздействия на поведение и отношение к её обладателю других людей. Неудачно подобранная одежда (искажённые пропорции или силуэт, неверная цветовая гамма и т.п.), противоречащая вашему типу внешности, почти всегда вызывает комплекс неполноценности, не говоря уже о дискомфорте. Идеально одетый человек – это человек без комплексов.В технологии имиджирования большое значение имеет выбор цвета. В костюме важен цвет не только одежды, но и головного убора, обуви, аксессуаров. При работе над имиджем нельзя рассматривать цвет в отрыве от облика человека, функций костюма, его пропорций, масштаба, линий, формы, фактуры, материала, а в некоторых случаях и цвета окружающей среды (например, при выступлении на телевидении

-25-

О влиянии цвета на психику человека и его использовании в медицине пишет М. Дерибере:

Зелёный цвет влияет на нервную систему. Это болеутоляющий, гипнотизирующий цвет. Эффективен при нервной раздражительности, бессоннице и усталости, понижает кровяное давление, поднимает тонус, создаёт ощущение тепла, расширяя капиллярные сосуды. Облегчает невралгии и мигрени, связанные с повышенным кровяным давлением. Зелёный успокаивает, и его употребление не даёт никаких вредных последствий

Голубой цвет – антисептический. Он уменьшает нагноения, может быть полезен при некоторых ревматических болях, при воспалениях и даже при лечении рака. Чувствительного человека голубой облегчает больше, чем зелёный. Однако от слишком долгого облучения голубым цветом возникает некоторая усталость или угнетённость.

Оранжевый цвет стимулирует чувства и слегка ускоряет пульсацию крови. Не влияет на кровяное давление, создаёт чувство благополучия и веселья. Имеет сильное стимулирующее действие, но может утомить.

Жёлтый цвет стимулирует мозг. Может быть эффективен в случае умственной недостаточности. Долгое облучение препятствует колебаниям в течении болезни.

Красный цвет – тёплый и раздражающий. Он стимулирует мозг, эффективен для меланхоликов.

Фиолетовый действует на сердце, лёгкие и кровеносные сосуды, увеличивает выносливость ткани. Аметистовый цвет имеет стимулирующее действие красного и тоническое действие голубого.

 Лучшая визитная карточка – это наш собственный внешний облик. Умение носить одежду начинается с тщательного изучения достоинств и недостатков вашей внешности.

-Создаваемый вами имидж должен быть адекватным вашему истинному «Я».

-Необходимо тщательно учитывать обстоятельства, при которых вам нужно появляться в данной одежде.

-Перед этим обязательно требуется «обносить» предполагаемый костюм, чтобы чувствовать себя в нём максимально уверенно и комфортно.

-Заранее обдумайте манеру своего поведения, диктуемого этим костюмом жесты, походка и т.п.

-Необходимо уделить самое тщательное внимание аксессуарам (с точки зрения их уместности, вкуса и цветовой гаммы).

 Успех зависит от того, насколько точно и изящно сумели выразить через одежду свое внутреннее достоинство. Если это удалось, то вас не только хорошо *встретят по одежке,* но и прекрасно *проводят по уму.*

-26-

**Поведение.**

У каждой женщины свои способы самопрезентации. Единого рецепта нет.. Надо научиться вырабатывать собственный жизненный стиль и личный жизненный почерк. Что для этого необходимо:

*-Во-первых, это чудодейственная улыбка.* Улыбка не только рождается чувством, но и *порождает* его.

*-Воспламенять взглядом* –это следующий приём «флюидного излучения».В облике любого человека самое выразительное – глаза. В наших интересах «извлечь» из своих глаз всё по максимуму. Ведь именно они способны завораживать и держать наших «жертв» в напряжении, излучать волшебную силу и энергию.

*-Игра губами* –такова суть третьего приёма

*-Эффектное интонирование* –четвёртый приём «флюидного излучения».

-Звучание и модуляция голоса – важнейший инструмент обаятельной женщины. Многие психологи считают, что собственная речь, воспринимаемая слухом, для самочувствия человека в общении значит примерно то же, что ощущения от ног для равновесия при ходьбе. Надо подружиться со своим голосом. Он должен стать уверенным, бодрым, ясным, твёрдым, сочным, с богатыми и гибкими интонациями.

-*Элегантность манер* – пятый приём.

Правильные манеры – это дар небес, благодаря которым люди себя чувствуют в обществе непринуждённо, легко, свободно.

*-Экспрессия тела* –таков шестой приём «флюидного излучения».

Следовательно, чтобы женщине стать красивой, ей достаточно внушить это другим. Внутреннее наполнение, одухотворённость – вот что способно придать *любой фигуре* пластику, свободу и лёгкость движений.

**Голос.**

Воспитание красивого, выразительного голоса – дело долгое и трудоёмкое. Оно требует постоянного контроля со стороны опытного педагога-речевика.

Речь должна быть правильной, четкой .Слово «дикция» в точном переводе означает «произношение». Под хорошей дикцией подразумевается чёткое и ясное произношение, чистота и безукоризненность звучания каждой гласной и согласной в отдельности, а также слов и фраз в целом. Именно этим дикция отличается от орфоэпии, где речь идёт только о правильности сочетаний звуков и расстановки ударений. Чёткая и ясная дикция необходима актёру, чтецу, оратору, лектору, просто культурному человеку; плохая дикция затрудняет понимание аудиторией сути произносимого текста, мешает эффективному общению. Невозможно произвести приятное впечатление на собеседника, если твоя речь невнятна.Чёткое произношение возможно лишь при наличии здорового, нормально устроенного речевого аппарата и правильного его функционирования.Чёткое произношение звуков зависит от степени тренированности наиболее активных речевых органов – губ и языка. Поэтому отработка дикции*,* соответствующей фонетической норме русского

-27-

языка, должна начинаться с артикуляционной гимнастики и дикционного тренинга. Наряду со специальными упражнениями для повседневной тренировки речевого аппарата можно использовать сочетание «улыбки и поцелуя», адресованных себе лично. Включение этого приятного упражнения в комплекс утренней разминки обеспечит хорошее настроение в начале рабочего дня.

Каждому человеку необходимо работать над своим голосом. Он должен быть ярким, сочным, чётким, привлекать внимание. Прежде всего, важна сила звука, которая зависит от активной работы органов речевого аппарата.

Одно из условий слышимости голоса – его полётность, т.е. умение посылать свой голос на расстояние и регулировать его громкость.

Имеет значение также гибкость, пластичность голоса, умение легко изменять его. Подвижность голоса – это изменения по высоте тонального уровня.

Каждый голос характеризуется диапазоном (объёмом), т.е. свойственной ему совокупностью музыкальных тонов. Границы диапазона определяют самый высокий и самый низкий тон. Сужение диапазона ведёт к монотонности, что притупляет восприятие содержания речи.

Чтобы голос не звучал монотонно, он должен охватывать, по меньшей мере, октаву: четыре ноты выше середины и четыре ниже. Некоторые красноречивые ораторы в своём диапазоне охватывают голосом две или даже три октавы.Хорошо поставленный голос имеет богатую тембральную окраску. Тембр – окраска звука, яркость, а также мягкость, теплота, индивидуальность. В звучании голоса всегда присутствуют основной тон и ряд обертонов, т.е. дополнительных звуков. Чем их больше, тем ярче, красочнее, сочнее звуковая палитра человеческого голоса.

 Звучный, гибкий, красивый голос – это, прежде всего правильная организация *речевого дыхания.* Звуки речи образуются при выдохе, поэтому *основное упражнение* для тренировки речевого дыхания следующее: короткий вдох, затем пауза для укрепления брюшного пресса и длительный выдох через рот в соотношении времени вдоха и выдоха 1:15–20.

Начинать *работу над голосом* нужно с того, чтобы создать условия для свободного звучания. Для этого необходимо снять мышечное напряжение в области гортани, где расположены голосовые связки. Произнесите звук «М» сзакрытым ртом и тихо стоните на выдохе. Укрепив звук «М», постепенно присоединяйте к нему гласные звуки У-О-А-Э-Ы-И: Мммммм-У-мммм-О-мммм-А-мммм-Э-мммм-Ы-мммм-И-мммм. Дополните это упражнение другими, обращаясь к литературе по технике речи.

Особая роль в создании благозвучия принадлежит *интонации.* Современные исследователи отмечают, что более 38% передаваемой в устном общении информации обеспечивает интонационная окраска речи. Интонация передаёт эмоциональное распределение голосовых и речевых средств в коммуникативном контакте, создавая особый мелодический рисунок звучащего слова. Если при прочтении написанного текста, выбор

-28-

необходимой интонации в первую очередь подсказывают знаки препинания, то при устном общении интонационно-мелодический рисунок речи зависит от эмоционально-психического состояния говорящего и его отношения к предмету речи. Если оратор находится в состоянии эмоционального напряжения (возбуждение, излишнее волнение, страх, депрессия, усталость), то по закону эмоционального «заражения» у его слушателей возникнут аналогичные, но нежелательные для них ощущения. Чтобы избежать таких последствий, современная риторика рекомендует оратору перед началом публичного выступления проводить *психофизиологическую самоподготовку.* Опережая возможное мышечное напряжение, полезно сделать следующее *упражнение:* поставьте ноги на ширину плеч, руки согните в локтях и максимально напрягите все мышцы своего тела. Сожмутся кулаки, ноги задрожат от напряжения, шея одеревенеет. В таком неприятном состоянии следует пробыть 4–5 сек., после чего мысленно скомандуйте себе **«сброс»** и моментально сбросьте с мышц всё напряжение. Проделайте это несколько раз, пока не почувствуете приятное ощущение расслабленной мускулатуры.

После этого постарайтесь мысленно проанализировать предстоящую речевую ситуацию. Сознательно сосредоточьтесь на излагаемой проблеме, теме, вопросе как на главной цели и задаче своего выступления, т.е. переключите внимание со своего состояния на тему предстоящего общения.

**Технологии речевого произведения**

Современная риторика так же, как и классическая, выделяет в речевом поведении оратора две фазы. Первая фаза – подготовка речи. Вторая фаза – произнесение речи «эффективно и с обаянием».

 Современная риторика широко использует технику создания речи на основе готовых словесных моделей. Такие модели представляют собой результат логического «размножения» любой заданной темы на её смысловые элементы. Чтобы создать хорошую основу речи, достаточно девяти способов «размножения» темы. Это подведение темы (идеи) под общее, родовое понятие (род) при одновременном выделении видовых особенностей (вид). Затем на этой основе даётся определение идеи, отмечается её связь и единство с другими (целое). Далее выделяются её характерные особенности через название свойств, элементов структуры (часть), приводятся сравнения с другими явлениями, называются возможные места её нахождения (обстоятельства), в качестве подтверждения приводятся примеры или причинно-следственные связи, используется название темы.

Следующий шаг на пути к хорошему речевому произведению – логическая и структурная упорядоченность избранного содержания. В зависимости от задач коммуникативного контакта: описание, рассказ, убеждение – развитие темы может осуществляться либо по одному из названных речевых сценариев, либо совмещая приёмы каждого из них. Поэтому правила

-29-

описания, повествования, рассуждения и технологии их создания обязательно включаются в систему современного риторического образования. Так, например, чтобы создать хорошее описание чего-либо (кого-либо), необходимо соблюдать следующие принципы:

1. Интересно «подать» предмет слушателям, т.е. речевыми средствами выполнить операторскую или режиссёрскую работу.

2. Правильно выбрать главную, характерную черту или свойство, определяющее сущность предмета.

3. Подобрать точное сравнение, на основе которого можно было бы создать запоминающийся образ предмета.

Нетрудно заметить, что эти принципы не только точно называют нужные для хорошего описания способы «размножения» идей, но и подсказывают возможную последовательность их применения в речевом произведении

Заключительный этап в процессе общения не менее важен, чем начальный. Поведение оратора на этом отрезке речевого пути должно быть ориентировано на эмоциональную память его слушателей. Именно в этой памяти останется впечатление от увиденного и услышанного в речевом общении. Поэтому на завершающем этапе необходимо эмоционально-выразительное и образное повторение ключевых моментов речи. В качестве основных средств можно использовать: метафору, афоризм, поэтическую цитату. Заключение должно создавать у слушателей впечатление, что многое и интересное осталось ещё недосказанным. Только в этом случае будет сохранён интерес к теме речи после её окончания. Завершающие слова важно произнести «на подъёме», с оптимизмом, создавая такое же состояние и у слушателей.

**Упреждение конфликтов.**

Уметь упреждать конфликты – значит, обладать культурой общения, владеть собой, выражать уважение к личности другого человека, искусно использовать психологические методы воздействия.

**Гармоника.**

 Развитие позитивных отношений в процессе общения во многом связано с гармоникой – действиями субъекта, направленными к тому, чтобы, с одной стороны, сохранить Я-образ средствами психологической защиты, с другой – поддержать оптимальный уровень доверительности, открытости, способность управлять процессом имидж- коммуникаций с партнёром по общению.

 Специфика самопрезентации как метода предъявления имиджа заключается в том, что она направлена на поддержание своей самооценки. В привычных ситуациях самопрезентация, как правило, не вызывает у человека осознанных усилий, в то время как в незнакомых условиях повышается сознательный контроль над ней. Людям, владеющим технологией самоимиджирования, характерна сознательная самопрезентация как образ жизни, включающий непрерывный контроль за своим поведением и

-30-

реакциями на него со стороны окружения. В случае негативной оценки их поступков коммуникантами они проявляют навыки децентрации, корректируют своё поведение, чтобы достичь желаемого эффекта. Однако это не свидетельствует об их повышенной конформности. Напротив, подобная коррекция зачастую затрагивает лишь поведенческий уровень и связана с «сохранением лица», но не влияет на их установки, отношения, взгляды и пр.

 В процессе самопрезентации некоторым людям свойственна как внешняя, так и внутренняя каузальная атрибуция: в своих неудачах они склонны обвинять сложившуюся ситуацию или других людей, в то время как достижения приписывают скорее личным заслугам. Эти обстоятельства суть проявления психологической защиты, которые могут вводить субъекта в заблуждение относительно конгруэнтности его поведения.

 Гармоника позволяет нейтрализовать влияние каузальной атрибуции и сохранять Я-образ в процессе делового общения. Суть её в переходе с одних видов психологической защиты на другие (с каузальной на позитивную атрибуцию, с источника травмирующей информации на объективные обстоятельства и пр.), а также в непрерывном совершенствовании развиваемого имиджа путём достраивания компонентов, раскрывающих совершенные формы ментального имиджа субъекта.

**Гармония.**

 Эффективным методом развития межличностных отношений в процессе самопрезентации имиджа выступает гармония – взаимное удовлетворение партнёрами своих потребностей в процессе общения. К числу основных потребностей относят потребности в сохранении жизни, безопасности, сопричастности, любви, уважении и самоуважении, самоактуализации.

 Природное обаяние и интуитивное использование различных аттрактивных приёмов позволяет располагать к себе людей, вызывать позитивное эмоциональное отношение к себе со стороны собеседников.

Большое значение в импонировании имиджмейкеры придают похвале, комплиментам, поощрениям. Кроме того, в этих целях они могут использовать запахи. Следует отметить, что естественные запахи в современной культуре – социально нежелательны, а использование парфюмерии – не только показатель общей культуры, но и информативный компонент стиля невербального общения.

Гармония способствует эффективной самопрезентации имиджа в деловом общении и развитию межличностных отношений с партнёром на основе рефлексивного управления этим процессом. Стремление удовлетворить доминирующую потребность коммуникантом может не рефлексироваться, поскольку осуществляется на подсознательном уровне. Таким образом, снижается уровень критического восприятия предъявляемого образа, что облегчает создание благоприятного впечатления.

-31-

**4.Заключение**

Часто педагог теряет авторитет своих подчиненных потому, что неинтересен как личность. А без интереса к личности учителя нет и интереса к предмету. Другое дело, что в последующем интерес к личности учителя угасает, а разгорается интерес к предмету. Интерес к личности учителя, таким образом, - средство активизации интереса к предмету. Именно ученики дают энергию жизни учителю, а учитель дарит открытие «новых горизонтов». Поэтому образ педагога должен вдохновлять. Как бы ни был профессионально подготовлен учитель, он просто обязан совершенствовать свои личностные качества, свои профессиональные качества создавая, таким образом, 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 .

-32-

**Библиография**

1.Шепель В.М. Секреты личного обаяния.-Ростов –на-Дону:Феникс,2005г

2.Шепель В.М. Управленческая антропология. Человековедческая компетентность менеджера.-М.: Народное образование.2000

3. А.А. Калюжный Технология построения имиджа учителя/ Дополнительное образование,1-2004г