

ман өркениеті ықпалымен тауып, танығандығы – тарих шындығы екендігін ұмытпауымыз керек. Адамның өз өмірі мен тағдырына билігін әлемге танытқан өркениеттің негізгі компоненті – гуманизм жалпы адамзатқа қамқорлық мақсатына бағытталған шынайы бейнесін тарихта тұңғыш болып Мұсылман өркениетінде ізгілік бейнесінде көрсетті.

ӘДЕБИЕТ

1. Тимофеев И. Бируни. М.: Молодая гвардия, 1986. 304 с.
2. Географы и путешественники. Краткий биографический словарь. М.: Рилон классик, 2000. 576 с.
3. *Әл-Фараби*. Әлеуметтік-этикалық трактаттар. Алматы: Ғылым, 1975. 364 б.
4. *Монтень М.* Опыты (Избран. главы). М.: Правда, 1991. 638 б.
5. *Баласағұн Ж.* Құтты білік. Алматы, 1996. 594 б.
6. Антология мировой философии. М.: Мысль, 1969. Т. 1. 935 с.

Резюме

Место духовных ценностей Возрождения Запада во

все расширяющемся и углубляющемся течении гуманизма является особым. Но и гуманисты средневекового мусульманского Ренессанса, усваивая идеи и ценности прошлого, в том числе и бесценной греческой цивилизации, уделяли большое внимание гуманистическому воспитанию, целью которого являлось превращение основных принципов гуманизма в нравственные нормы поведения человеческого общества.

*ШҚМТУ философия
каф аға оқытушысы*

Поступила 2.02.06г.

А. А. КАЛЮЖНЫЙ

ИМИДЖ УЧИТЕЛЯ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

Слово «учитель» приобрело в наши дни необычайно широкий смысл. Учителями называют выдающихся мыслителей, оказавших влияние на развитие общества, создавших свои школы, направления во всех областях духовной сферы, имеющих своих учеников и последователей.

Демократизация нашего общества дает возможность слышать голоса не только правителей и руководителей, но и всего народа. Мы же все еще продолжаем жить по моделям, характерным для тоталитарной коммуникации, потому что в них население имеет только одну функцию – подтверждать (всенародно одобрять) решения, принятые кем-то. Работа с имиджем с этой точки зрения – это ответ на желание населения, поскольку его основные составляющие должны соответствовать идеализации, свойственной на этот период аудитории.

Имиджелогия и имидж – это что? Наука или искусство? Сегодня в ряду новых для нас дисциплин стоит имиджелогия. Это наука о том, как жить в условиях, когда право голоса есть не только у администрации или начальства. Это наука о законах коммуникации, которые диктуют совершенно новый тип отношений не только на работе, но и в обществе. Это тип отношений, который даже вопреки воли самого учителя и учащихся складывается в современной школе. Однако мы еще практически не готовы принять этот тип отношений.

Специалисты по имиджелогии необходимы везде, а в школе – в первую очередь. Необходимо не только теоретическое обоснование природы, характеристики и типов имиджей учителя, а создание самого инструментария формирования педагогического имиджа учителя, вооружение каждого учителя методиками изучения своего

профессионального имиджа. Нужен системный взгляд на эти вопросы, грамотное, компетентное и профессиональное их решение. Часто имиджологию сводят к советам о цвете галстука или носков. Это неверный подход, потому что без общей стратегии не имеет смысла ни один из предлагаемых советов. Заботясь о красоте учителя, нужно начинать с сердца и души, иначе никакая косметика не поможет вам.

Как помочь учителю найти свое профессиональное лицо, не выйти из себя, не уйти в себя, но разобраться в себе, осуществить самооценку по высоким человеческим критериям? Как сделать спор с собой явлением нормальным, доступным каждому учителю, приводящим к оптимистическим выводам? Как помочь ему соотносить себя и дело?

Принимая решения в условиях дефицита информации, а в ряде случаев из-за отсутствия времени, а то и просто нежелания думать, мы заменяем построение сложного и углубленного портрета человека его имиджем – знаковым заменителем, отражающим его основные черты. Это могут быть и черты, которые хотят из нас спроецировать. Опора на собственный имидж нужна сегодня в каждой профессии. Мы идем именно к этому врачу, поскольку за ним есть слава целителя. Мы избираем именно этого политика, ожидая увидеть в нем избавителя от наших бед. Следует подчеркнуть, что имиджология от этого переходит в разряд наук на стыке науки и искусства. Прежде чем говорить об имидже учителя и особенностях его формирования, необходимо рассмотреть саму его сущность, природу и технологию построения, а также инструментарий имиджологии и особенности использования в педагогической деятельности. Рассмотрению этих вопросов и посвящена наша работа.

В переводе с английского *image* в буквальном смысле означает образ. Следовательно, когда говорят об имидже человека (“у него отрицательный имидж” или “у него имидж прекрасного учителя”), говорят о том его образе, который возник у других людей. Причем под образом имеется в виду не только визуальный, зрительный образ, вид или облик, но и образ его мышления, действий, поступков и т.п. Иначе говоря, в данном случае слово образ должно употребляться в широком смысле – как представление о человеке.

Это означает, что понятие «имидж» может трактоваться и так, каким видят люди данного человека, точнее, как его оценивают, как они к нему относятся. Имидж – это “мнение, суждение, выражающее оценку чего-нибудь, отношение к чему-нибудь, взгляд на что-нибудь” (С. И. Ожегов).

Каждый из нас создает определенный образ – **имидж – представление о человеке, складывающееся на основе его внешнего облика, привычек, манере говорить, менталитета, поступков и т.д.** Что же такое имидж? Рассмотрим, как это понятие трактуется в различных словарях и справочной литературе.

Имидж – представление (часто целенаправленно создаваемое) о чем-то внутреннем и внешнем облике, образе (Л. П. Крысин).

Имидж – целенаправленно сформированный образ (какого-либо лица, явления, предмета), выделяющий определенные ценностные характеристики, призванный оказывать эмоционально-психическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т.п.

Имидж – образ человека, включающий в себя внешность, манеру поведения, общения и т.п., способствующие воздействию на окружающих.

Имидж – сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально-окрашенный образ кого-либо или чего-либо. Определенным имиджем может обладать политический деятель, профессия, товар и т.д. Формирование имиджа происходит стихийно, но чаще оно является результатом работы специалистов в области политической психологии, психологии рекламы, маркетинга и т.п. (А. В. Петровский).

Имидж – целенаправленно формируемый (средствами массовой информации, литературой и др.) образ какого-либо лица, предмета, явления, призванный оказать на кого-либо эмоциональное и психологическое воздействие с целью рекламы, популяризации и т.п. (И. А. Васюкова). Имидж – впечатление, мнение о лице, коллективе, учреждении, вещи и т.п., создаваемое заинтересованными лицами, индивидуальный стиль, облик, характеризующий лицо, группу лиц, учреждение и т.п. (Г. Н. Скляревская).

Имидж учителя – 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 (Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров).

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 таких известных лиц, как политиков, государственных деятелей, артистов и т.п. В-третьих, большую роль в создании имиджа играют средства массовой информации – печать, радио, телевидение. В-четвертых, его создают и окружающие люди – друзья, родные, сотрудники.

Опираясь на имеющиеся определения имиджа, выделим его основные составляющие. Наиболее значимыми из них являются внешний облик; использование вербальных и невербальных средств общения; внутреннее соответствие образа профессии – внутреннее “Я”.

Особо заметим, что в ряде определений подчеркивается то обстоятельство, где понятие «имидж» включает не только естественные свойства личности, но и специально выработанные, созданные и сформированные. В других определениях делается акцент на то, что имидж во многом предопределяется объективными характеристиками объекта, в частности имидж человека предопределяется его психологическим типом и личностью, их соответствием запросам времени и общества (Е. Б. Перельгина).

Нам представляется, что все эти характеристики применимы по отношению к имиджу. Вместе с тем слово «имидж» не является точным синонимом слова «образ». Точнее имидж можно определить как разновидность образа, а именно такой образ, прообразом которого является не любое явление, а прежде всего субъект. Таким субъектом могут выступать, в первую очередь, человек, затем группа, коллектив, организация и т.п. Психологию имиджа можно определить как раздел психологической науки, научную теорию, предметом которой является имидж как социально-психологический феномен, а также закономерности его возникновения и функционирования.

В педагогической науке предложены интересные подходы, рассматривающие формирование

учителя как человека-творца, подчеркиваются роль и значение элементов театрального искусства, педагогического артистизма и соответственно имиджа (Ю. П. Азаров, О. С. Булатова, Е. Н. Ильин, И. А. Зязюн, Ю. Л. Львова, В. А. Кан-Калик, В. Ф. Моргун, Е. А. Ямбург и др.).

В последние годы появилось немало работ, посвященных имиджу и имиджелогии, в которых дано научное обоснование отдельных описываемых практических результатов для имиджмейкеров по построению имиджа для тех или иных целей (см. работы В. М. Шепеля, Г. Г. Почепцова, Ф. А. Кузина, А. Ю. Панасюка, Е. Б. Перельгиной и др.). Что же касается общей и наиболее полной и фундаментальной научной теории имиджа как социально-психологического и педагогического феномена, то ее до сих пор нет. Поэтому с учетом данного высказывания рассмотрим лишь некоторые характеристики имиджа, имеющиеся в современной социальной и психолого-педагогической литературе, для обобщения и построения общих определений имиджа и педагогического имиджа в частности.

Имидж является отражением требований массового сознания. Он оживляет имеющиеся в нем predispositions. Он как наиболее эффективный вид сообщения в данном виде коммуникации в состоянии пройти сквозь фильтры недоверия и невнимания, характерные для массового сознания. Консервативный характер массового сознания позволяет опираться на модели, которые уже были апробированы человечеством. Имидж действует в условиях, которые не очень благоприятны для его распространения. По этой причине он должен быть выстроен так, чтобы можно было добиться однозначной реакции на него аудитории.

Имидж представляет собой достаточно сложный феномен, в котором переплетены совершенно разнородные факторы. И все они должны приниматься во внимание, поскольку восприятие человека также идет по многим каналам, и по каждому из них нужно вести свою определенную работу. Главным для имиджа становится его коммуникативная составляющая. Имидж – это инструмент общения с массовым сознанием.

Имидж является результатом сознательной работы, особенно это касается ситуаций, где

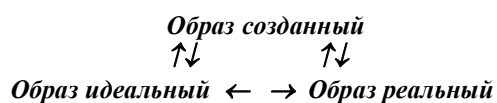
аудитории, каждая из которых обладает своими представлениями на все происходящее. Именно этот момент является первой точкой отсчета.

2. Определение сильных и слабых сторон объекта. Объектом может быть любой участник целостного педагогического процесса. Следует реально представить не только его позитив, но и не менее важно знание негатива, поскольку именно туда может быть направлен основной удар.

3. Конструирование образа и подведение характеристик объекта под требования аудитории. Это важный срез процесса, поскольку практики советуют не столько работать над слабыми сторонами, чтобы их прикрыть, сколько усиливать имеющиеся положительные моменты, поскольку именно такая стратегия признана более эффективной.

4. Перевод требуемых характеристик объекта в вербальную, визуальную и событийную формы. Поскольку визуальные и событийные сообщения более достоверно оцениваются аудиторией, то отдельный весьма важный блок любой программы связан с переводом характеристик в вещный вариант выражения.

При этом основным этапом является конструирование образа с учетом определенной инертности и консервативности массового сознания, которое не позволяет резких изменений и старается держаться раз и навсегда введенного типа образа. По этой причине исходный вариант образа является весьма важным. Соотношение этих вариантов образа можно условно представить в следующей схеме:



При этом каждая точка этой схемы соответствует разным точкам сознания. Образ идеальный представляет точку зрения аудитории на идеал педагога. Образ реальный соответствует имеющимся у объекта характеристикам с его сильными и слабыми сторонами. Созданный образ относится к точке массового сознания после проведенной имиджевой характеристики.

Имидж многослоен, но при этом отдельные составляющие этого образа должны коррелировать с целым. В имидже невозможны черты, которые были бы не выводимы или независимы от

остальных. В этом плане имидж является органичным целым, из которого трудно удалить какую-либо часть без серьезной трансформации всего образа.

Теперь нам следует рассмотреть некоторые аспекты использования инструментария имиджологии для построения имиджа педагога. Заметим, что самым главным правилом имиджологии будет следующий постулат: никакая имиджология не сможет заменить реалий. Она может только помочь усилить позитивные стороны и приглушить отрицательные. Если же реальность не будет поддерживать имидж, то он подлежит разрушению. Наиболее важными элементами построения педагогического имиджа являются следующие:

1. Создание имиджа является только дополнением, а не заменой педагогической деятельности.

2. Следует обращаться к созданию педагогического имиджа задолго до начала педагогической деятельности.

3. В основе коммуникации должен быть простой язык, а рассматриваемые проблемы должны иметь значение для каждого.

4. Обязательно необходимы эксперты со стороны.

Одним из важных условий успешного педагогического имиджа и в целом всей его педагогической деятельности в современной школе становится ощущение не только ответственности за свое дело, но и внутренней свободы в работе. Учитель должен стать образованным профессионалом, отвечающим за все, что он делает. Именно поэтому педагогическая техника наряду с направленностью, знаниями и способностями является одним из компонентов формирования педагогического имиджа и соответственно мастерства учителя.

Для того чтобы грамотно осуществить свою деятельность и строить соответственно с этим свой имидж, учителю необходимо освоить инструментарий его педагогической диагностики и прогнозирования в целостном педагогическом процессе. Психолого-педагогическая диагностика становится инструментом в руках педагогов-практиков, с ее помощью они получают новые знания о педагогических явлениях, ищут ответы на вопросы, с которыми сталкиваются на практике.

Сегодня роль учителя начинает существенно пересматриваться и переосмысливаться в связи с развитием рынка новых педагогических технологий, электроники, социальной трансформации общества, потребности в его гуманизации и духовном преобразовании. При этом особенность электронной и компьютерной техники состоит в том, что она не создает межличностного взаимодействия с учащимися, и учитель уже не способен успешно конкурировать с такими средствами обучения и соответственно не может стать источником духовного преобразования личности и общества в целом.

Педагогическая деятельность не может в полном смысле слова называться ни трудом, ни работой, ни службой, ни искусством – это интенсивный непрекращающийся личностный и

профессиональный рост, на путь которого становится человек, делая свой профессиональный выбор.

Резюме

Мұғалім имиджінің қалыптасуындағы ерекшелік, оның мәні мен мазмұны қарастырылған. Белгілі анықтамаларға сүйене отырып, автор имидж мәселесінің құрамдас бөліктерін ажыратады, сондай-ақ имиджге қатысты диагностика және қалыптастыру әдіс-тәсілдерін ұнсынады.

Summary

In this article the notion, the specifics and peculiarities of creating teacher's image are disclosed. Referring to the noted definitions the author points out its components, and also represents the tools for diagnostics and correction of the image.

Актюбинский государственный университет им. К. Жубанова

Поступила 2.02.06г.