

Недобывайло Владимир Павлович

доцент, кандидат педагогических наук

кафедра физической культуры ИТТСУ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Московский государственный университет путей  
сообщения Императора Николая II»

г. Москва

## ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ПЕДАГОГА

### *Имидж педагога*

Имидж педагога – это символический образ субъекта, создаваемый в процессе субъект – субъективного взаимодействия педагога с участниками целостного педагогического процесса. Имидж – публичное или внешнее Я человека, которое достаточно часто может отличаться от его внутреннего Я.

Личностный имидж педагога – сочетание ряда внутренних и внешних факторов, задающих его составные – самоимидж, воспринимаемый имидж и требуемый имидж.

Самоимидж вытекает из прошлого опыта и отражает нынешнее состояние самоуважения. Если мы хотим, чтобы нас уважали, мы должны сначала уважать сами себя.

Воспринимаемый имидж – это то, как видят нас другие.

Требуемый имидж связан с конкретными профессиями, которые определяют их определенные имиджевые характеристики. В ряде случаев этому помогает тип одежды и форма одежды.

В основе содержания имиджа лежит Я-концепция субъекта-прообраза имиджа. Соответственно, на первой стадии формирования продуктивного

имиджа деятельность субъекта-прообраза направлена на его собственную Я-концепцию. Это деятельность рефлексии, направленная, в частности, на восприятие и осознание субъектом того, как его воспринимают другие, в сопоставлении с собственной Я-концепцией субъекта и вытекающая из этого сопоставления оценка субъектом как своего образа у других, так и своей Я-концепции, с целью обнаружения в ней внутренних противоречий.

*Детерминанты формирования имиджа:*

понимание объективного содержания собственной Я-концепции в ее соотношении с идеальным Я и образом у других, переход от выражения в имидже только индивидуальных характеристик субъекта имиджа к выражению личностных и субъектно-деятельностных характеристик, развитие способности выражения субъективного содержания имиджа посредством системы символов, имеющих общественно-культурную природу;

способность субъекта адекватно отображать в имидже содержание собственных рефлексивных трансформаций в процессе личностно-профессионального развития.

Следствием успешного выполнения этой стадии становится возможность осуществления следующей стадии формирования продуктивного имиджа-создание идеального образа себя для других, который представляет собой не что иное, как идеальную модель будущего имиджа. Планируемый образ себя для других должен быть, с одной стороны, результатом минимизации противоречий, во-первых, между элементами Я-концепции (реальным и идеальным Я), во-вторых, между Я-концепцией, с одной стороны, и образом себя у других, с другой стороны. С другой стороны, этот образ должен соответствовать Я-концепции субъекта-прообраза, быть максимально насыщенным индивидуализирующими характеристиками.

На следующей стадии формирования продуктивного имиджа является выбор имиджеобразующих символов, максимально адекватно выражающих идеальный образ себя для других, сформированный на предыдущем шаге. Оптимальный выбор имиджеобразующих символов предполагает не только высокий уровень включенности субъекта в культуру социума и их адекватное использование для выражения имиджевых смыслов, но также высокий творческий потенциал.

С началом реального имиджевого взаимодействия включается четвертая стадия формирования продуктивного имиджа. Если первую (рефлексивную) стадию можно охарактеризовать как предварительную, подготовительную, то вторая и третья стадии вместе составляют фазу создания имиджа как образа себя для других, то с четвертой стадии алгоритма наступает фаза собственно формирования имиджа.

Главное содержание четвертой стадии алгоритма формирования продуктивного имиджа составляет деятельность субъекта-прообраза по корректировке своего имиджа путем разрешения противоречий, проявляющихся вследствие предъявления созданного субъектом идеального образа себя для других воспринимающих субъектам, и обнаруживаемых и осознаваемых субъектом.

Степень овладения профессиональной деятельностью по созданию имиджа обуславливает степень профессионализации субъекта в сфере основной профессиональной деятельности.