

# Имидж педагога и представления общества о педагогической профессии

*А.М. Каменский*

По теории управления организациями любой профессиональный коллектив как живой организм проходит стадии рождения, развития, расцвета, упадка и исчезновения. Для того, чтобы продлить развитие и расцвет, предотвратить упадок и деградацию, школе необходимы постоянные обновления и изменения. Но поиск этих обновлений не должен вести в одиночку руководитель или близкая к нему команда — его ведут весь школьный коллектив, все участники образовательного процесса. Решение этой задачи может иметь только коллективные формы ввиду коллективного характера самой профессии. Таким образом, в школе выстраивается система, при которой в процессы выработки, принятия решения, их реализации включаются все участники, все исполнители.

• педагогический имидж • целевая аудитория • корпоративная культура • акме

## Имидж педагога

Современные исследователи подчёркивают роль педагогического имиджа в формировании представлений общества о педагогической профессии. Словари трактуют понятие имиджа как образ кого-либо или чего-либо, воспринимаемый окружающими. В педагогической профессии создание образа имеет ключевое значение, так как профессия ориентирована на работу с людьми, публична и массова.

Основу имиджа человека составляет личное обаяние — собирательное понятие, аккумулирующее различные человеческие качества. Имидж не может быть статичным, это продукт постоянной работы человека над собой. На его формирование или разрушение влияют самые разнообразные факторы, как внутренние, так и внешние. Обаяние человека — это его эмоциональность, общительность, красноречие, внешняя привлекательность, умение адаптироваться к ситуации, адекватность поведения, терпимость по отношению к другим.

Умение подать себя с наилучшей стороны, вызвать положительное представление о себе — особое искусство, овладение которым требует от педагога целенаправленных усилий. На формирование и укрепление имиджа влияют факторы:

*А.М. Каменский*

#### **Имидж педагога и представления общества о педагогической профессии**

социальные (на восприятие человека влияют время, место, статус, модели ролевого поведения); культурные (принадлежность к определённому типу культуры); индивидуальные (выражающие неповторимость человека).

Индивидуальный имидж педагога представляет собой совокупность внешних и внутренних, индивидуальных и профессиональных качеств, которые человек позиционирует в общении с участниками образовательного процесса. Разработана и проверена на практике управленческая стратегия формирования имиджа педагога и школьного коллектива: эта стратегия предусматривает соответствие имиджа педагога ожиданиям окружающих, соединяя в себе внешнюю направленность с внутренним содержанием.

Внешняя направленность личности ориентирована на результаты профессиональной деятельности, общение, завоевание авторитета; внутренняя ориентация опирается на собственные способности и интересы. Стартовым моментом при создании имиджа становится проводимый человеком самоанализ, представление об имеющихся ресурсах.

#### **Целевая аудитория**

Для педагогической профессии целевой аудиторией являются участники образовательного процесса: учащиеся, родители, коллеги по работе. Эта аудитория достаточно разнородна, соответственно, создаваемый имидж нужно приспособлять и к ситуации, и к участвующим в ней людям. Даже в общении с коллегами приходится учитывать разнородность педагогического коллектива и в соответствии с собственными приоритетами выстраивать приоритеты общения, в том числе на какую группу коллег необходимо произвести наилучшее впечатление.

Обязательный шаг к формированию имиджа — достижение его убедительности. При этом следует придерживаться определённых правил, поиска общих точек соприкосновения, уважения к ожиданиям людей, учёта их индивидуальных особенностей и предпочтений, умения выслушать и понять чужое мнение, подбирать убедительную аргументацию в отстаивании собственной точки зрения. Следующий необходимый шаг в создании имиджа — оценка затрачиваемых на его формирование ресурсов. Формируемый имидж должен быть максимально адекватен внутренней сущности человека, находясь в зоне его ближайшего развития. Завершающий момент создания имиджа — его презентация, встреча с предполагаемой аудиторией. Важное обстоятельство — умение произвести первое впечатление, которое обычно закрепляется надолго и служит отправной точкой в восприятии человека другими людьми.

Создавая имидж, необходимо помнить и о таком обстоятельстве, как эмоциональная память. В соответствии с этим особое значение приобретают умение выглядеть соответственно случаю, ясно и понятно говорить при общении, контролируя в том числе язык тела (мимика, жесты...). Имидж педагога не может быть предметом ряда просветительских мероприятий, он формируется в деятельности. Наибольший презентационный потенциал заключён в таких формах работы современного учителя, как участие в конкурсах, разнообразных фестивалях, выставках, выступлениях на конференциях, круглых столах, семинарах. Убедить педагога участвовать в них бывает иногда очень непросто, особенно когда речь идёт об учителях «возрастных».

Ложная скромность, желание не выделяться среди коллег, боязнь неудачи становятся тормозом и личного развития учителя, и формирования его позитивного имиджа. Организационные формы конкурсной деятельности в школе следует выстраивать таким образом, чтобы они предусматривали для педагогов возможность проявить себя в различных номинациях и с высокой степенью вероятности гарантировали будущий успех. Так же нужно помогать педагогам оформить результаты работы в виде публикаций в профессиональных и широкодоступных изданиях.

### Имидж школы

Понятие педагогического имиджа применимо не только по отношению к конкретному педагогу, но и по отношению ко всей школе. Создание положительного имиджа школы — длительный и сложный социально-педагогический процесс, в структуре которого в наиболее общем представлении можно выделить взаимосвязанные по форме и содержанию компоненты: внешний вид, обустройство и материально-техническое обеспечение аудиторий, информационно-библиотечного центра, лабораторий, чистота школьных коридоров, качество пищи в лицейской столовой, порядок в гардеробах, безопасность как в помещениях, так и на территории, оптимально составленное расписание занятий, высокопрофессиональный и морально-нравственный уровень педагогического коллектива, формальные продукты деятельности школы (результаты ЕГЭ, наличие медалистов, победителей олимпиад и т.д.), конкурентоспособность выпускников (поступление в высшие учебные заведения, дальнейшее трудоустройство).

Внешнее оформление школы, её эстетика, информативность окружающего пространства (наглядность распорядка, наличие правоустанавливающих документов, удобство передвижения по зданию, доступность работы сопутствующих служб и т.д.) создают первое, наиболее устойчивое впечатление о школе у посетителей. Существенно влияет на имидж учебного заведения степень его открытости: умение и желание отвечать на вопросы, в том числе неудобные, помогает развеивать возможные мифы.

В работе любого учебного заведения есть сильные и слабые стороны. Важно уметь подчеркнуть реальные достоинства, подать достижения школы в наиболее выигрышном свете. Вместе с тем нельзя ретушировать недостатки, это может породить лишь недоверие между участниками образовательного процесса: нужно, не боясь, их обсуждать и искать способы исправить ситуацию. Ничто так не повышает имидж школы, как вовремя замеченная и профессионально исправленная ошибка.

Особая роль в создании имиджа школы и педагогов, входящих в состав учительского коллектива, у руководителя. Его собственный имидж можно назвать производной педагогических имиджей его сотрудников. Задача директора — максимальное позиционирование достижений педагогов и творческих групп учителей. В школе необходимы планомерная поддержка, поощрение сотрудников, включая представление тех, кто добился наиболее выдающихся результатов, к правительственным наградам. Несмотря на ограничения, вводимые нашим законодательством в виде выделяемых квот, необходимо на достаточно длительный период продумывать всю систему учёта достижений учителя, оказывать ему помощь в составлении портфолио, искать дополнительные возможности проявления педагогической активности, такие, как участие в интернет-конкурсах, олимпиадах, способствовать проведению стажировок.

### Корпоративная культура

В школе используется соответствующая атрибутика: гимн, флаг, герб, свод законов, по которым живёт школа, как писаных, так и неписаных. Важен сам этап появления атрибутов: они не императивны, не навязаны сверху, а на конкурсной основе выбираются самими участниками образовательной деятельности. Сегодня имидж школы и его изменения в позитивную и негативную стороны мгновенно

*А.М. Каменский*

**Имидж педагога и представления общества о педагогической профессии**

транслируются, распространяясь за границы непосредственных контактов. Школа ориентируется на опережающую стратегию развития, использует все имеющиеся информационные ресурсы, не боясь дискуссий, разнообразия мнений, стремясь к максимальной открытости образовательной деятельности.

Работа коллектива направлена на формирование активности, творческого начала участников образовательного процесса, навыков взаимодействия, чувства ответственности за результаты собственной деятельности. Изменяется профессиональная позиция: от педагога-исполнителя (программ, инструкций, правил, нормативов) — к педагогу, способному к переменам, развитию, сотрудничеству. В ученике ценятся такие качества, как пылливость ума, самостоятельная деятельность, стремление к самообразованию.

Над созданием программы развития лицея работает весь наш школьный коллектив: только такая программа и может быть реалистичной, которая вырабатывается коллегиально; деятельность результативна и успешна лишь тогда, когда она насыщена личностными смыслами. В эксперименте была разработана этапность формирования плана развития школы: выработка правил общего взаимодействия, определение проблемного поля, формирование рабочих групп, обсуждение вариантов решения проблем, определение технических заданий.

Практика организации выездных семинаров, на которых обсуждались планы развития школы, стала основой для организации инновационной деятельности. Так как тематика инновационной работы в таком случае определяется самим коллективом, исходя из собственных нужд и необходимости решать конкретные педагогические задачи, то и мотивированность членов коллектива становится достаточно высокой.

Опираясь на результаты отдельных инноваций педагогов или творческих групп, мы выстраиваем опытно-экспериментальную работу школы, и она служит тем стимулом для школьников, педагогов, родителей, который направляет их усилия на постоянное обновление. Достигнув определённого уровня успешности, мы стремимся к новой планке преодоления трудностей.

**Акме**

Индивидуальное, частное акме человека имеет точку начала и точку завершения, акме коллективное может продолжаться сколь угодно долго, даже если оно передаётся по эстафете от одних людей другим. Практика длительного существования творческих организаций (старинные университеты, музеи, театры, библиотеки) подтверждает этот тезис. Однако для выхода в долговременное непрекращающееся акме необходимо сформировать такие принципы построения деятельности творческого объединения людей, которые позволяли бы им делиться инновационным опытом, постоянно генерировать новое, находясь на творческом подъёме.

Профессиональная зрелость педагога не возникает как данность, она возникает в процессе многолетней креативной работы всего коллектива по её формированию. Совместный анализ педагогической ситуации, конструирование плана дальнейшей деятельности сплачивает коллектив. Учащиеся, педагоги, родители видят реальную возможность повлиять на происходящие в школе события, внести свою лепту в строительство той школы будущего, которую они хотели бы видеть уже сегодня.

---

**Алексей Михайлович Каменский,**  
директор лицея № 590 г. Санкт-Петербурга, кандидат педагогических наук