

«Проектирование привлекательного имиджа преподавателя вуза»

**Сомова С.Н., кандидат с.-х. наук, старший преподаватель кафедры
ТХиПСХП, Оренбургский ГАУ,
научный руководитель: канд. психол. наук, доцент Ларина Е.Н.**

Преподаватель вуза не имеет возможности выбирать партнеров по общению или «удобную» для него, интеллектуальную, мотивированную аудиторию, строить процесс взаимоотношений только с определенным типом студентов. Поэтому преподавателю необходимо учитывать и использовать все возможные механизмы воздействия.

Имидж преподавателя является важным фактором, определяющим отношение студентов к учебе. Как пишет Виктор Максимович Шепель: «В облике личности первенствующее значение имеют не визуально фиксируемые характеристики, а душевная красота». Автор приводит высказывание Федора Шаляпина «...под внешностью разумею не только грим лица, цвет волос и тому подобное, но манеру персонажа быть: ходить, слушать, говорить, смеяться, плакать»

Можно обозначить две группы функций имиджа.

Ценностные функции имиджа:

1. Личностно возвышающая - благодаря созданию вокруг личности ореола привлекательности, она становится социально востребованной, раскованной в проявлении своих лучших качеств.

2. Комфортизация межличностных отношений - обаяние людей объективно приносит в их общение симпатии и доброжелательность, а потому нравственную меру терпимости и такта.

3. Психотерапевтическая - личность, благодаря осознанию своей индивидуальной незаурядности и повышенной коммуникабельности, обретает устойчивое мажорное настроение и уверенность в себе.

Технологические функции имиджа:

1. Межличностная адаптация - благодаря правильно избранному имиджу можно быстро войти в конкретную социальную среду, привлечь к себе внимание, оперативно установить доброжелательные отношения.

2. Высвечивания лучших личностно-деловых качеств - благоприятный имидж дает возможность зрительно представить наиболее привлекательные качества человека, позволяя соприкасающимся с ним людям познавать именно эти черты, вызывающие симпатию или доброе расположение.

3. Затенения негативных личностных характеристик - посредством макияжа, дизайна одежды, аксессуаров, прически и т.д. можно отвлечь людей от тех недостатков, которыми обладает человек.

4. 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.

5. 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.

Содержание имиджевой компетентности рассматривается исследователями как совокупность когнитивного, мотивационного, рефлексивного и поведенческого компонентов.

В когнитивном компоненте наибольшую значимость имеют знания теоретического и методического характера о закономерностях функционирования имиджа; техниках создания положительного и влиятельного имиджа.

Мотивационный компонент фиксирует интерес к имиджмейкингу, мотивацию на овладение технологиями и техниками имиджирования.

Рефлексивный компонент включает в себя способность к анализу, осмыслению собственного индивидуального и профессионального имиджа, умение выделить его сильные и слабые стороны.

Поведенческий компонент имиджевой компетентности состоит из комплекса имиджевых умений, профессионально необходимых в деятельности преподавателя вуза, а именно: создавать атмосферу психологического комфорта на занятиях; привлекать и поддерживать внимание; снимать эмоциональное напряжение; осуществлять продуктивную обратную связь.

В процессе эмпирического исследования мы предложили студентам 40 качеств, имеющих отношение к внешним и внутренним составляющим имиджа преподавателя. Студентов проранжировали эти качества по степени значимости. Первое место заняла профессиональная компетентность преподавателя, его знания по преподаваемому предмету.

На втором месте расположилось такое качество как требовательность. Тем самым студенты отмечают, что они пока не готовы самостоятельно справляться с учебными задачами, нуждаются в контроле со стороны преподавателя.

На третьем месте оказалась внешняя привлекательность. Между тем часто преподаватель вуза, демонстрируя предметную эрудицию в своей узкопрофессиональной или научно-предметной области, не в полной мере осознает значимости визуальных характеристик собственного имиджа.

Разрабатывая рекомендации по результатам исследования, мы решили сосредоточить внимание именно на этом компоненте образа преподавателя.

Изучив большое количество источников, я для себя сделала вывод, что мы действительно очень мало знаем, например, о такой области как подбор и ношение одежды.

Я стала обращать внимание на внешний вид коллег и отметила множество типичных ошибок:

Некоторые женщины-преподаватели отличаются ложной скромностью - нежеланием заявлять о себе и своих достоинствах. Их внешний вид невыразительный, бесцветный, отсутствует макияж. По костюму иногда даже невозможно сразу понять мужчину это или женщина.

Другие наоборот излишне подчеркивают свою сексуальность. Слишком яркий макияж, облегающая одежда, недопустимая длинна юбки. Особенно это касается молодых преподавателей.

Характерной особенностью является неправильный выбор тканей. Деловой костюм не терпит дешевых тканей, блестящих тканей, трикотажных элементов.

Очень часто встречается ошибка, которую имидж-консультанты называют «Летний дурман»: Когда наступает тепло и приходят жаркие дни, многие женщины нарушают правила делового этикета: носят одежду из прозрачных тканей, не признают чулок, надевают босоножки, приходят на работу в одежде пляжного типа.

Мужчины-преподаватели наиболее часто нарушают следующие заповеди делового костюма:

- Непонятная обувь. Зачастую на ногах мужчины-преподавателя красуется нечто непонятного дизайна. Существуют четыре модели классической обуви, которая подходит для делового мира: оксфорды, дерби, лоферы и монки. Остальное носить с костюмом не стоит! Также неприемлемы лакированные туфли.

- Плохая посадка костюма. Рубашка должна на сантиметр – полтора выглядывать из-под рукава, воротник рубашки на 1 см. выше воротника пиджака, плечи пиджака не слишком широки, пиджак сидит плотно по фигуре. Брюки образуют внизу максимум один залом на ботинке, и держатся на талии без помощи ремня. Это основные моменты, на которые нужно обращать внимание.

- Темные рубашки. Бывает, что мужчина с деловым костюмом надевает темные рубашки: черную, темно-синюю, фиолетовые, и т.д. Это

ошибка, темных сорочек быть не должно. Основу делового гардероба составляют светлые однотонные сорочки: белые, голубые, кремовые, сиреневые. Чем ближе к белому цвет сорочки, тем она более официальна.

Официальный дресскод преподавателя нигде четко не прописан. Но большинство исследователей склоняются к мнению, что все-таки это должен быть деловой костюм.

Силуэт правильного делового костюма приближается к вытянутому прямоугольнику с подчеркнутыми углами (как для женщин, так и для мужчин). К деловому стилю не относятся джемпер, свитер (особенно пушистый), джинсы или мягкие брюки, пышные платья с оборками и кружевами.

Деятельность по проектированию, диагностике и коррекции личного и профессионального имиджа предполагает наличие у преподавателя специальных знаний из области педагогической имиджологии и профессиональной педагогики.

В частной жизни мы можем отдавать предпочтение своим пристрастиям и фантазиям и носить то, что нам хочется. Человек, который занимается общественной деятельностью, обязан изменить систему отсчета: одежда не должна привлекать к себе слишком много внимания, ее роль в том, чтобы донести до аудитории ваши слова, ваши мысли, она должна помогать нам, а не подавлять нас.

Быть одетым грамотно означает соблюдать следующие требования: соответствие одежды характеру ситуации, сезону года, возрасту, комплекции; стилевое и ансамблевое единство; цветовая гармония; необходимый покрой, удачный подбор ткани.