

ОПУБЛИКОВАТЬ СТАТЬЮ

в изданиях НИЦ "Социосфера"



[ПОДРОБНЕЕ](#)

СОЦИОСФЕРА

- *Российский научный журнал*
- *ISSN 2078-7081*
- *РИНЦ*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным наукам*

PARADIGMATA POZNÁNÍ

- *Чешский научный журнал*
- *ISSN 2336-2642*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным, техническим и естественно-научным дисциплинам*

[ПОДРОБНЕЕ](#)



СБОРНИКИ КОНФЕРЕНЦИЙ

- *Широкий спектр тем международных конференций*
- *Издание сборника в Праге*
- *Публикуются материалы по информатике, истории, культурологии, медицине, педагогике, политологии, праву, психологии, религиоведению, социологии, технике, филологии, философии, экологии, экономике*



[ПОДРОБНЕЕ](#)

V. ETERNAL VALUES IN ART AND LITERATURE



ФОРМИРОВАНИЕ УСПЕШНОГО ИМИДЖА ШКОЛЬНИКА ЧЕРЕЗ МИР РУССКИХ НАРОДНЫХ СКАЗОК

П. Б. Волчёнкова
Д. Крестников

*Учитель,
учащийся.
Средняя общеобразовательная
школа № 101,
г. Новокузнецк,
Кемеровская область, России*

Summary. The formation of a successful image in the image of a personality has a very important role, not only in adults professionally accomplished people, but also at school age, when the process of education and formation of a personality is underway, which should not in the future face communicative failures in any life situation (in a professional and everyday communicative situation).

Keywords: successful schoolboy image; behavior model; schoolboy; personality; individuality; a communicative leader.

На сегодняшний день, наше общество находится в период глобальных перемен в системе образования, так как обучающиеся все чаще стали работать в рамках дистанционного обучения, становясь в некотором смысле более самостоятельным, формируя аналитическое восприятие окружающего мира. Таким образом, взаимодействие учителя и школьника происходит на расстоянии и требует реализации всех основных методических компонентов, с помощью которых будут реализовываться все цели и задачи образовательного процесса через реализацию современных федеральных государственных образовательных стандартов. По нашему мнению, именно в таких условиях очень важно не забыть, что **успешный имидж школьника важен для развития личности**, так как он не только будет общаться дистанционно, но и в процессе живой коммуникации (общение со взрослыми, сверстниками, в школе, на конференции, на олимпиаде, в дружеской беседе, в компании незнакомых людей согласно определенной коммуникативной ситуации и т.д.) И очень важно понять, что уже с пятого класса и тем более в дальнейшем, мы должны начинать работу над техникой создания успешного имиджа коммуниканта, который в любом обществе будет приятным собеседником и успешным коммуникативным лидером в общении. Но очень важно понять, по нашему мнению, что уже в пятом классе обучающиеся должны задумываться и вместе с учителем научно грамотно подходить к технике создания положительного имиджа личности, которая начинается с понятия «имидж школьник». На наш взгляд, пятиклассник может начинать формировать свой успешный имидж в ходе

анализа текстов русских народных сказок, так как именно данный художественный жанр дает положительный аспект в духовно-нравственном воспитании личности ребенка, где через аналитические рассуждения над образами героев обучающийся дает портретную характеристику (анализирует внешность, речевое поведение, моральные качества героев, его поступки, психологические черты характера, выделяя положительные и отрицательные качества персонажа). Таким образом, обучающийся может с симпатией относиться к тому или иному положительному персонажу, его портретному описанию и с точки зрения психологии «зеркально» эти особенности вбирать в свой образ, тем самым становиться духовно-нравственно похожим на своего героя.

Например, в сказке «Царевна-лягушка» пятиклассник может захотеть походить на мудрую Царевну-лягушку, отмечая ее незаурядные способности в делах и в коммуникации с другими персонажами, Иван-дурак часто оказывается смекалистым, умным, находчивым и духовно нравственным персонажем, который тоже может быть успешным коммуникантом, умеющим вести «деловые переговоры» с отрицательными лицами сказки. В сказке «Морозко» мы можем увидеть, как коммуникативного лидера того же Ивана, Настеньку кроткую по психологическому типу, но при этом умеющую в экстремальной ситуации проявить себя как приятного собеседника, умеющего видеть коммуникативную удачу и неудачу в общении, найти успешную модель поведения, чтобы выйти из психологически тяжелой ситуации и т.д.

По нашему мнению, можно много перечислять сказок и персонажей, но важно понять, что на основе анализа образов сказочных героев, обучающийся вольно или невольно начинает работать над своим имиджем, который позволит подчеркнуть индивидуальную незаурядность и лучшие душевные характеристики своей личности. Предполагается создание личного образа, который располагал бы к себе людей и облегчал общение с ними. Положительный имидж позволит в дальнейшем школьнику более легко и продуктивно общаться с людьми и с меньшими психофизическими усилиями добиваться жизненного успеха. Обаяние не всегда дается человеку от природы, тем не менее, оно необходимо для создания позитивного имиджа. В этом случае важно владение технологией самопрезентации, то есть умением расположить к себе, привлечь внимание, актуализируя интерес людей к каким-то своим внешним качествам [5, с. 37].

Таким образом, проанализировав ряд научных трудов (Д. И. Спичевой, Д. М. Вечедова, Е. Б. Перелыгиной, С. А. Аминтаевой и многих других), мы пришли к умозаключению, что имидж это обширное понятие, которое не имеет единого подхода к определению данного феномена, так как в научную психологию ввели Зигмунд Фрейд и Кеннет Болдуинг, в деловой оборот ввёл в 60-е годы XX века американский экономист К. Болдуинг, в России это понятие стало широко использоваться в 90-е годы XX века, когда появился спрос на профессиональное формирование ими-

джа государственных деятелей, актеров, спортсменов и многих других. Таким образом, мы согласны, что слово имидж (с фр. или англ.) означает «в буквальном переводе на русский язык – образ, облик» [6, с. 11]. Таким образом, имидж является разновидностью образа, а именно такой образ, прообразом которой является не любое явление, а субъект. Субъектом могут быть в первую очередь человек, затем организация, коллектив, группа и, наконец, любой предмет, если ему в процессе создания и восприятия его образа приписываются личностные, человеческие качества. Анализируя работы ученых (В. А. Метаевой, Г. Г. Почепцова, В. М. Шепеля и т.д.) мы смогли на первоначальном уровне определить основные составляющие имиджа школьника (морально-этические качества, деловые качества (энергичность, умение принимать правильные и быстрые решения), речевое поведение (голос, мимика, пантомимика, умение видеть пути выхода из коммуникативной неудачи и т.д.), внешность и многое другое. Данная проблематика требует дальнейшей глубокой аналитической работы в области философии, психологии, риторике, области русского языка и литературы, требуя межпредметные связи.

Таким образом, в ходе анализа научных исследований, выше указанных ученых, мы пришли к умозаключению, что формирование успешного имиджа в образе личности имеет очень важную роль и не только уже у взрослых профессионально состоявшихся людей, но и в школьном возрасте, когда идет процесс воспитания и становления личности, которая не должна в будущем сталкиваться с коммуникативными неудачами в любой жизненной ситуации (в профессиональной и повседневной коммуникативной ситуации). Таким образом, мы сделали вывод, что, начиная с пятого класса ребенок должен осваивать технику создания имиджа, который в будущем будет ориентировать личность школьника на коммуникативный успех, а значит можно с уверенностью ввести в практику понятие «**имиджа школьника**», который будет основополагающим в нашем научном исследовании.

Библиографический список

1. Вемь А. Имидж - путь к успеху; Питер - М., 2017
2. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. – М.: СмартБук, 2009
3. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь / А.Ю. Панасюк. - М.: Рипол Классик, 2007
4. Панфилова А. П. Имидж делового человека; ИВЭСЭП, Знание - М., 2018
5. Шепель В.М. Профессия имиджмейкер; Феникс - М., 2018.
6. Психология имиджа : учебное пособие / под ред. Е. Б. Перельгина. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 223 с.



СРОЧНОЕ ИЗДАНИЕ МОНОГРАФИЙ И ДРУГИХ КНИГ



*Два места издания Чехия или Россия.
В выходных данных издания
будет значиться*

**Прага: Vědecko vydavatelské
centrum "Sociosféra-CZ"**

или

**Пенза: Научно-издательский
центр "Социосфера"**

РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ

- Корректурa текста
- Изготовление оригинал-макета
- Дизайн обложки
- Присвоение ISBN



У НАС ДЕШЕВЛЕ

- Печать тиража в типографии
- Обязательная рассылка
- Отсудка тиража автору

