**Использование метода цветовых метафор при оценке имиджа педагога**

**Ю.А. Шевченко**

Самое распространенное определение имиджа педагога – это эмоционально окрашенный стереотип восприятия образа учителя в сознании воспитанников, коллег, социального окружения, в массовом сознании. Этот субъективно воспринимаемый конгломерат состоит из большого количества составляющих, причудливо переплетающихся в сознании человека. Попытка объективно оценить имидж человека заранее обречена на фиаско, поскольку возникает сразу несколько препятствий:

1. Многогранность имиджа, отсутствие четких критериев его оценки
2. Его переменчивость, гибкость и привязка на изменение эмоционального настроения оценивающего
3. Социальная толерантность

В этих условиях использование стандартных опросов не эффективно, поэтому имеет смысл обратится к проективным методам.

Проективные методы разрешают проблему социальных искажений со стороны испытуемого. Данный способ ограждает респондента от преследования социальной желательности, поскольку от него скрыто истинное содержание такого рода методов [8].

Сегодня мы опробуем один из этих методов непосредственно в данной аудитории «здесь и сейчас».

Суть метода:

Методика цветовых метафор была разработана в 1996 петербургским психологом Игорем Соломиным. Суть данной методики состоит в соотношении каждого понятия из заранее составленного списка с определенным цветом из набора 8-ми цветов теста Люшера.

Испытуемым предлагается плакат с изображением восьмицветового теста М. Люшера и список слов, которым они должны присвоить номер определенного цвета, изображенного на плакате.

*Примерный перечень понятий:*

*Сказка*

*Знания*

*Отдых*

*Волонтерство*

*Школьник*

*Престиж*

*Перспектива*

*Образование*

*Общение*

*Творчество*

*Работа*

*Труд*

*Профессия*

*Наука*

*Успех*

*Учебники*

*Школа*

*- Несколько конкретных персоналий (политики, общ. деятели, артисты, при желании находящиеся в аудитории персоны*).

Затем на втором этапе испытуемый ранжирует цвета с плаката в порядке предпочтения. Особенностью методики является ненаправленность на стандартный психологический смысл цветов. Методика цветовых метафор не ограничивается выявлением отношений человека к себе, своему состоянию и другим людям, а ориентирована на диагностику более широкого круга отношений, прежде всего, к различным видам деятельности. Основополагающим принципом методики является то, что если человек обозначает какое-либо понятие самым привлекательным цветом, то это может свидетельствовать о привлекательности этого понятия, позитивном к нему отношении. И, наоборот, к понятиям, обозначенным наиболее неприятным цветом, человек и относится, скорее всего, негативно [8].

В качестве пояснения сути метода будет изложено следующее:

В основе разработанной модификации также лежит восприятие цвета, которое объективно и универсально. Цветовые предпочтения каждого человека являются индивидуальными, и эта особенность позволяет эффективно измерить субъективные предпочтения с помощью цветового теста.

Поскольку выбор цвета основан на бессознательных процессах, он указывает на то, каков человек на самом деле, либо его отношение к чему либо, без искажения результатов различными социальными установками.

В исследовании была использована «Восьмицветовая панель» теста Люшера, разработанная ученым специально как укороченная версия теста для экспресс-диагностики.

Швейцарский психолог Макс Люшер в своей книге «Цветовой тест Люшера» указывает, что «каждый из восьми цветов панели был тщательно отобран вследствие своего особого психологического и физиологического значения – его «структуры». Это значение имеет универсальную значимость и является единым, общим во всем мире, как для молодых, так и пожилых, как для мужчин, так и женщин, для людей высокообразованных – и людей с задержкой в развитии, для «цивилизованных» - и «нецивилизованных». Соответственно метод позволяет получать достоверные ответы и оценку имиджа педагога как со стороны коллег, так и учащихся с 1 по 11 класс, с очень незначительными изменениями в процедуре исследования.

P.S. Данный метод хорошо зарекомендовал и при проведении социометрических исследований, особенно в младших классах, позволяя выявить учеников эмоционально принимаемых группой и отвергаемых ею (образец бланка для социометрии будет предоставлен).