

21. Художественное шитье древней Руси в собрании Загорского музея.- 1983

Дополнительная литература:

22. Богуславская И.Л. Северное сокровище. Архангельск: «С-3 КИ», - 1980

23. Гемп К.. Сказ о Беломорье. – Архангельск: «С-3 КИ», - 1983

24. Живая традиция. Народная культура русского Севера. Архангельск: «Изд-во ПГУ», - 1998

25. Народный костюм и современная молодежная культура. – Архангельск: «Изд-во ПГУ»,- 1999

26. Путешествия в древнюю Русь. – М: Изд-во «Владос», - 1995

27. Поморская сага. – М: Изд-во «Советская Россия», - 1984

28. Русская народная словесность. – М: «Просвещение», - 1994

29. Традиционные ремесла Нижегородского края. – М: Изд-во «Родник», -1996

УДК 378.12

ББК 4448.042

Малахеева Т.В.

К ВОПРОСУ ОБ ИМИДЖЕ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ И ИМИДЖЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В статье даются определения понятия имидж, имидж преподавателя, которые даны в профессиональной научной литературе, что позволяет судить о важности преподавательского имиджа как составляющей имиджа образовательной организации. Понятие педагогический имидж является актуальным и требует дальнейших исследований в современной педагогической науке.

Ключевые слова: имидж, имидж преподавателя, имидж образовательной организации, педагогическая имиджелогия.

Malakheeva Tatiana V.

TO A QUESTION ABOUT THE IMAGE OF TEACHER AND THE IMAGE OF THE EDUCATIONAL ORGANIZATION

Annotation: in the article are given definitions of the concepts image, the image of teacher, which are given in the professional scientific literature, which makes it possible to judge the importance of teaching image as the component of the image of educational organization. Concept pedagogical image is immediate and requires further studies in the contemporary pedagogical science.

Keywords: image, the image of teacher, the image of educational organization, pedagogical image.

Модернизация системы образования является важным фактором эффективного решения вопросов социально-экономического развития России. В документах модернизации повышение эффективности и качества образования определяется как одно из базовых направлений государственной политики. Качество российского образования сегодня должно соответствовать меняющимся запросам населения и перспективным задачам российского общества и экономики.

Преподаватель, учитель – один из важнейших участников образовательной системы. К сожалению, в современном обществе профессия

учителя утратила былые высоты, и необходимость ее реабилитации не вызывает сомнения. Конечно, требуется государственная поддержка педагога. Большую роль в создании положительного образа профессии играют и средства массовой информации. Успешность и эффективность профессиональной деятельности учителя напрямую зависят от личности педагога. Поэтому каждый учитель, стремящийся к профессиональному успеху, должен заботиться не только о повышении уровня специальных предметных знаний, но и о совершенствовании своих личностных качеств, создавая, таким образом, собственный личный и профессиональный имидж.

Внимание к имиджу актуализировалось в последние годы в связи с обострившейся проблемой выбора, вставшей перед людьми (выбора товаров и услуг...), и конкуренцией на разнообразных рынках – потребительском, политическом и прочих. Чтобы продать товар, услугу, фирма, общественная организация, университет должны создать себе соответствующий имидж. Целесообразный, адекватный имидж совершенно необходим для любого вида социальной деятельности, что подтверждает многолетняя практика.

Имидж (от англ. *image*— «образ», «изображение», «отражение») — искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия.

В словаре профессионального образования С.М. Вишнякова имидж определяется как «целенаправленно формируемый средствами массовой информации, самим человеком, а также специальными людьми, называемыми имиджмейкерами, образ какого-либо лица, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие в целях популяризации, рекламы и т. п.»

Имидж - в словаре терминов по общей и социальной педагогике Воронина А.С. представлен как «реальный (или воображаемый) облик, стиль делового человека; отношение к нему на основе его популярности и успеха, доверия и симпатий людей. Обычно ассоциируется с понятиями престижа и престижности, с репутацией».

Имидж находится в ряду таких понятий, как рейтинг, репутация, известность, популярность, престиж, авторитет и др. В социологии, и, прежде всего, социологии управления имидж может рассматриваться в контексте теории социальных статусов и ролей, концепции социального действия и взаимодействия, теории конфликта.

Итак, имидж – целенаправленно формируемый (средствами массовой информации, литературой и др.) образ какого-либо лица, предмета, явления, призванный оказать на кого-либо эмоциональное и психологическое воздействие с целью рекламы, популяризации и т. п. Перечислим слагаемые имиджа. К ним относятся: визуальная привлекательность, вербальное поведение, невербальное поведение, манеры, этикет, соответствие необходимому образу, обаяние. Забота преподавателя о своем имидже – это

немаловажная задача педагогической деятельности. Следовательно, забота учителя о своем имидже – это также профессиональное требование.

Имидж преподавателя – эмоционально окрашенный стереотип восприятия образа учителя в сознании воспитанников, коллег, социального окружения, в массовом сознании. При формировании имиджа педагога реальные качества тесно переплетаются с теми, которые приписываются ему окружающими.

Для педагогов, чья деятельность реализуется главным образом в общении с людьми, проблема имиджа имеет особое значение. Секрет успеха профессионального имиджа педагога напрямую зависит от того, насколько ему удастся создать облик, соответствующий ожиданиям других людей.

С понятием имиджа преподавателя тесно связан имидж образовательной организации. В современной литературе наиболее часто встречается определение Пискуновой Т.Н., которая рассматривает **имидж общеобразовательного учреждения** как «эмоционально окрашенный образ, обладающий целенаправленно заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социального окружения общеобразовательного учреждения».

По определению Щербакова - имидж образовательного учреждения – это образ организации созданный в результате целенаправленного непрерывного процесса формирования, согласования и интегрирования представлений педагогов, учащихся, родителей, представителей окружающего социума. В понятие имиджа включают культуру взаимоотношений между людьми, манеру работы с партнерами и клиентами, дизайн оформления помещений и даже одежду сотрудников.

Пискунова Т.Н. рассматривает **имидж общеобразовательного учреждения** как «эмоционально окрашенный образ, обладающий целенаправленно заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социального окружения общеобразовательного учреждения». Структура имиджа, по ее мнению, складывается из семи представлений:

1. *Об образе руководителя* (персональные физические особенности (характер, обаяние, культура), социальные характеристики (образование, биография, образ жизни, статус, ролевое поведение, ценности), профессиональные характеристики (знание стратегии развития образования, технологий обучения, воспитания, экономических и правовых основ функционирования школы), представление о неосновной деятельности, семье, прошлом, окружении));

2. *О качестве образования* (показатель ЗУН, соответствие Госстандарту, сформированность способностей, познавательность процессов, сформированность личности, воспитанность, самоопределение, самореализация, содержание обучения, ТСО, форма обучения (развивающая));

3. *О стиле ОУ* (контакты сотрудников с внешними объектами, сотрудники (призвание, манеры), визуальная самобытность школы, традиции, стиль взаимодействия между участниками образовательного процесса, стиль работы (системный, штурмовщина), корпоративная культура);

4. *О внешней атрибутике;*

5. *Об образе персонала* (квалификация, личные качества, психологический климат, половозрастной состав, внешний облик);

6. *О цене на образовательные услуги* (платность образовательных и дополнительных услуг, интеллектуальные усилия, конкурентный прием, подчинение правилам поведения, месторасположение, сроки обучения);

7. *Об уровне психологического комфорта* (представление об уровне комфортности школьной среды — компоненты: уважение учитель-ученик; бесконфликтное, духовно обогащающее общение подростков).

Главными субъектами формирования имиджа являются руководитель, педагоги и сотрудники школы, а также в силу обратной связи — различные социальные группы, заинтересованные в предоставлении образовательных услуг. К этим группам относятся учащиеся и их родители; работники образовательных учреждений, предоставляющих образовательные услуги параллельно со школой; работники предприятия, организации, учреждений, принимающих выпускников школ; работники органов управления образованием и муниципальных органов власти; местные жители.

Необходимо отметить ряд факторов, формирующих имидж образовательных учреждений:

- стаж и опыт работы в сфере образования;
- известность в профессиональных кругах и среди общественности;
- репутация руководителя организации, профессионализм руководства;
- перспективы профессионального развития ОУ;
- востребованность выпускников на рынке труда, уровень их зарплаты и карьерного продвижения;
- отношение сотрудников организации к обучающимся;
- уровень профессионализма, известность преподавателей, их требовательность;
- мнение студентов об организации учебного процесса, уровне преподавания;
- территориальное местонахождение, внешнее и внутреннее оформление учебного заведения;
- профессионализм работы руководства со СМИ в продвижении своих услуг;
- открытость и интегрированность учебного заведения».

Имидж образовательного учреждения - интегративный и очень сложный феномен, но в его структуре есть звенья, которые определяют наличие или отсутствие позитивного имиджа конкретного учреждения образования - это,

прежде всего, индивидуальный имидж руководителя образовательного учреждения и имидж педагогов, работающих в нем.

Большое количество научных и научно-публицистических работ еще не говорит о том, что тема изучена и хорошо проработана. Скорее наоборот, тема имиджа образовательных учреждений находится на начальном этапе изучения. Даже определений имиджа образовательных учреждений не так много, чтобы провести анализ и классификацию. Не достаточно работ, в которых рассматриваются возможности PR-технологий в процессе создания имиджа ОУ, концепции фирменного стиля, даются рекомендации по поддержанию положительного образа образовательной организации.

В педагогике, а также в ряде других наук, «имидж» получил свое заслуженное признание. Появление учителя в ореоле человека, создающего свой собственный имидж, позволило говорить о появлении новой отрасли имиджологии. Современные исследователи, например Матеева В.М, в области имиджологии дает несколько определений этой науки: Имиджология - проектирование и использование технологии личного обаяния (психологический подход). Имиджология - это человековедческая дисциплина, в основе которой лежит феномен, условно называемый технологией личного обаяния (педагогический подход). В рамках общей имиджологии существует раздел педагогическая имеджология.

Педагогическая имеджология - это научное направление, призванное разрабатывать и использовать теорию и практику формирования имиджа педагогических работников, педагогических учреждений (например, школы), имиджа самой системы образования в стране. Специалисты по имиджологии необходимы везде, а школе, колледжу, Вузу - в первую очередь. Тем не менее, педагогическая имиджология - принципиально новая ветвь, отчасти модная и работающая на аудиторию. Педагогическая имиджология позволяет иначе взглянуть на преподавание в высших учебных заведениях и на самого педагога. Необходимо не только теоретическое обоснование природы, характеристики и типов имиджей учителя, а создание самого инструментария формирования педагогического имиджа учителя, вооружение каждого учителя методиками изучения своего профессионального имиджа.

Подводя итог нашему исследованию, нужно сказать, что имидж представляет собой достаточно сложный феномен, в котором переплетены совершенно разнородные факторы. И все они должны приниматься во внимание, поскольку восприятие человека также идет по многим каналам, и по каждому из них надо вести свою определенную работу. Имидж является результатом сознательной работы, особенно когда касается ситуаций, где имидж является частью профессионального успеха.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – С - Пб., 1996.
2. Воронин А.С. Словарь терминов по общей и социальной педагогике, 2006 г.

3. Вишнякова С.М. Профессиональное образование Словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика. — М. НМЦ СПО, 1999. — 538 с.
4. Журавлев Д. Имидж учителя – необходимость или дань моде? // Народное образование №7, 2003.
5. Капустина З. Имидж современного педагога//Учитель №1, 2006.
6. Калюжный А.А. Технология построения имиджа учителя./Имидж №5 Гуманитарное образование в школе: теория и практика.
7. Капустина З. Имидж современного педагога//Учитель №1, 2006.
8. Метаева В.М. Проблемы имиджологии в современный период развития общества / Образование и наука – Известия РАО. 2001. № 6.
9. Попова Л. Имидж современного педагога. //Учитель №6, 2002.
10. Пискунова Т.Н «Условия и факторы формирования позитивного имиджа общеобразовательного учреждения», Диссертация кандидата психологических наук. Москва, 1998, С.11- 57
11. Смирнова Н.Е. Имидж учителя./Преподаватель, 2001, №1.
12. Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния. М., 1997
13. Щербаков, А.В. Имидж образовательного учреждения [Текст] / А.В. Щербаков // Справочник руководителя образовательного учреждения. – 2008. – № 9. – С. 39 – 46.

УДК 372.881.1:371.315

ББК Ч426.81-25

Семиволкова И.И.

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА: ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ

Аннотация: Рассматриваются технологии преподавания иностранного языка для формирования коммуникативной компетенции школьника и их роль в формировании лично-значимых для него способов учебной работы.

Ключевые слова: педагогическая технология; здоровьесберегающие технологии; интерактивные технологии; проектная технология; активные методы обучения; коммуникативная компетенция.

Semivolkova Irina I.

NEW TECHNOLOGIES OF TEACHING THE FOREIGN LANGUAGE: EXPERIENCE OF APPLICATION

Annotation: Technologies of teaching a foreign language for formation of communicative competence of the school student and their role in formation of ways of study, personal and significant for it, are considered.

Keywords: pedagogical technology; health saving technologies; interactive technologies; design technology; active methods of training; communicative competence.

Язык является важнейшим средством общения, без которого невозможно существование и развитие человеческого общества. Изучение родного языка – это нелегкая задача, а иностранный язык вызывает еще большие трудности.

Риски и проблемы в процессе изучения иностранного языка в нашей системе образования вполне очевидны:

- дети языком не овладевают;
- не знают культурных особенностей страны изучаемого языка (а чужая культура помогает лучше понять свою);