

Для современной действительности психолого-педагогическое сопровождение в рамках образовательной программы имеет большое значение, акцентируя внимание не только на особенности данного вида деятельности, но и на особенности сопровождающей деятельности педагога в целом.

Литература

1. Абрамова, Г. С. Возрастная психология: Учебник для студентов вузов [Текст] / Г. С. Абрамова. - М: Академический Проект, 2001. - 704 с.
2. Белкин, А.С. Основы возрастной педагогики: Учеб. Пособие для студ. высш. пед. учеб. Заведений [Текст] / А. С. Белкин. - М: «Академия», 2000. - 192 с.
3. Глевицкая, В. С. Психолого-педагогическое сопровождение развития познавательных процессов у детей дошкольного возраста : автореф. дис. ... канд. психол. наук [Текст] / В. С. . - Курск, 2007. - 20 с.
4. Дрягалова, Е. А. Психолого-педагогическое сопровождение процесса адаптации первоклассников к школе: автореф. дис. ... канд. психол. наук [Текст] / Е. А. Дрягалова. - Н. Новгород, 2010. - 28 с.
5. Иваненко, М. А. Педагогическое сопровождение социально-личностного развития ребёнка в период детства : дис. ... канд. пед. наук [Текст] / М. А. Иваненко, Л. В. Моисеева. - Екатеринбург, 2005. - 208 с.
6. Ильина, Т. В. Современные актуальные проблемы психолого-педагогического сопровождения родителей детей дошкольного возраста [Текст] / Т. В. Ильина // Сборник материалов Сам ГУ «Актуальные проблемы современного научного знания». - Самара, 2011. - 11 с.

БЕКЕТОВА Наталья Игоревна

УрГПУ, Екатеринбург

СОВРЕМЕННОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИМИДЖА ЛИЧНОСТИ БЕЗОПАСНОГО ТИПА

Общеизвестно, что многое для нашего общества будет зависеть от гражданской позиции первого поколения молодёжи новой России, которая в массе своей, проявляя свое социальное лицо, будет отстаивать движение общества уже не в «абстрактном целом», а в контексте обеспечения безопасности жизнедеятельности, а также личных и общенациональных интересов. Другой аспект - военно-стратегический - требует рассматривать молодежь, обладающую активной гражданской позицией, как важнейший фактор обеспечения национальной безопас-

мости. Наличие гражданской позиции у молодежи выступает как важнейших критерий направленности и динамики положительных социальных процессов, эффективности деятельности социальных и политических институтов, педагогической системы воспитания подрастающих поколений, социальной и политической системы общества.

Большинство исследователей доминантной составляющей в структуре личности считают направленность. Известно, что направленность включает в себя интересы, стремления, идеалы, мировоззрение, убеждения и мнения, разветвленные связи с другими компонентами, определяет весь облик личности. В ряду составленных элементов направленности интересы наиболее ярко проявляются в качестве мотивов, целей деятельности и личности и, кроме того, легко диагностируемые. Таким образом, на основании проведенного анализа структуры и содержания понятия «личность» мы убеждены, что человек без гражданской ответственности невозможен, личность безопасного типа без гражданской ответственности нет.

Гражданская позиция личности безопасного типа формируется под воздействием комплекса объективных и субъективных факторов. На нее влияют: сфера и величина опасностей, уровень демократизации общественных отношений развития и состояния институтов гражданского общества экономическое положение государства, морально-психологическая атмосфера в обществе, а также уровень развития самосознания личности, ее интересы, потребности, возможности, содержание духовного мира, ценностные ориентации, мотив деятельности и поведения, определяющие состояние готовности к социально значимой деятельности.

Современные условия, в которых мы живем и трудимся, принципиально отличаются от тех, какие были раньше. В новых условиях нам следует вести себя и жить по-другому, соразмерно иным моделям поведения. Демократизация нашего общества дает возможность слышать голоса не только правителей и руководителей, но и всего народа. Мы же все продолжаем жить по моделям, характерным для тоталитарной коммуникации, потому что в них население имеет только одну функцию - подтверждать (всенародно одобрять) решение принятые кем-то. Работа с имиджем, в аспекте формирования личности безопасного типа, современная потребность, необходимость и желания гражданина, общества и государства, поскольку его основные составляющие должны соответствовать не только идеализации, но и современным расширяющую сферу опасностей.

Специалисты по имиджеологии необходимы везде, а школе и

высшим учебным заведениям - в первую очередь. Необходимо не только теоретическое обоснование природы и характеристики личности безопасного типа, а создание самого инструментария формирования ее, вооружение каждого учителя соответствующими методиками. Нужен системный взгляд на эти вопросы, грамотное компетентное и профессиональное их решение. Часто имиджологию сводят к советам о цвете одежды. Это неверный подход, потому что без общей стратегии не имеет смысла ни один из предлагаемых советов, запомнив о том, что заботясь о красоте человека, нужно начинать с сердца и души, иначе никакая косметика не поможет вам сформировать личность безопасного типа.

Принимая решения в условиях дефицита информации, а в ряде случаев в из-за отсутствия времени, а то и просто нежелания думать, мы знаем построение сложного и углубленного портрета человека его имиджем - знаковым заменителем, отражающим его основные черты. Это могут быть и черты, которые хотят из нас спроецировать. Мы избираем политика по имиджу, ожидая увидеть в нем избавителя от опасностей. Следует подчеркнуть, что имиджология от этого переходит в разряд наук на стыке науки и искусства. Прежде чем говорить об имидже личности безопасного типа и особенностях ее формирования, необходимо рассмотреть саму его сущность, социально-психологическую природу и технологию построения, а также инструментарий имиджологии и особенности использования в педагогической деятельности.

В переводе с английского image в буквальном смысле означает образ. Следовательно. Когда говорят об имидже человека, что «у него имидж личности жертвы», или «у него имидж личности опасного типа, либо безопасного типа» говорят о том его образе, который возник у других людей. Причем, под образом имеется в виду не только визуальный, зрительный образ, вид или облик, но и образ его мышления, действий, поступков и т.п. В работах начала XX годов У. Липпмана «Общественное мнение», У. Троттера, «Стадные инстинкты», Э. Мартина «Поведение толпы», Г. Лебона «Психология толпы», подчеркивалась природа социального стереотипа и его воздействие на массовое сознание. Понятие социального стереотипа впервые было введено в научный оборот американским исследователем У. Липпманом для обозначения распространенных в общественном мнении предвзятых представлений о членах различных национально-этнических, социально-политических и профессиональных групп. Стереотипные формы мнений и суждений стереотипные формы мнений и суждений трактовались им как своеобразные выдержки из главных сводов общепринятых

морально-этических правил, доминирующих социальных представлений, и потока в большинстве случаев тенденциозной, сугубо политической пропаганды и агитации. Согласно положениям У. Липпмана ни социальные стереотипы представляют собой основной мыслительный материал, на котором строится массовое сознание.

Иначе говоря, в данном случае слово образ должно употребляться в широком смысле - как представление о человеке. Это, означает что понятие «имидж», в отличие от понятия «стереотип» может трактоваться и так, каким видят люди данного человека, точнее как его оценивают, как к нему относятся. Каждый из нас создает определенный образ - имидж - представление о человеке, складывающееся на основе его внешнего облика, манеры поведения, менталитета, поступков и т.д.

Рассмотрим, как понятие «имидж» трактуется в научной литературе. Имидж - представление (часто целенаправленно создаваемое) о человеке во внутреннем и внешнем облике, образе [5]. Имидж должен обрести собственное существование стать отдельной ценностью и использоваться при удобном случае. Имидж - целенаправленно сформированный образ (какого либо лица, явления предмета), выделяющий определенные ценностные характеристики, призваны оказывать эмоциональные и психические воздействия на кого - либо в целях популяризации, рекламы и т.п. Имидж образ человека, включающий в себя внешность, манеру поведения общения и т.п., способствующая воздействию на окружающих [1]. Имидж, сложившийся в массовом сознании имеющий характер стереотипа, эмоционально - окрашенный образ кого-либо или чего-либо. Определенным имиджем может обладать политический деятель, профессия, товар и т.д. Формирование имиджа приходит, естественно, но чаще оно является результатом работы специалистов в области политической психологии, психологии рекламы, маркетинга и т.п. [3]. Имидж - целенаправленно формируемый (средство 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. [4].

Имидж - впечатление, мнение о лице, коллективе учреждении, вещи, и т.п., создаваемое заинтересованными лицами индивидуальный (гиль), облик, характеризующий лицо, группу лиц и учреждение и т.п. Он не рисунок не калька, не разработанное в мельчайших деталях, точное изображение, а, скорее всего, несколько деталей, оказывающих эмоциональное воздействие. Имидж личности безопасного типа - эмоционально окрашенный стереотип восприятия образа в сознании коллектива, социального окружения, в массовом сознании. При формировании

имиджа личности безопасного типа реальные качества тесно переплетаются с теми, которые приписываются ему окружающими [2].

Кто же создает имидж? Во-первых, сам человек, который продумывает, какой гранью повернуться к окружающим. Какие сведения о себе представить. Во-вторых, имиджмейкеры - профессионалы, занимающиеся созданием имиджа для таких известных лиц, как политиков, государственных деятелей, артистов и т.д. В-третьих, большую роль в создании имиджа играют средства массовой информации - печать, радио, телевидение и, конечно же, интернет. В-четвертых, его создают и окружающие люди - друзья, родные, сотрудники.

Опираясь на имеющиеся определения имиджа, выделим его основные составляющие. Наиболее значимые из них являются: внешний облик; использование вербальных и невербальных средств общения; внутреннее соответствие образа профессии - внутреннее «Я». Внешний облик помогает человеку привлечь к себе внимание, создать положительный настрой на себя, показаться не только симпатичным человеком, но и личностью, не представляющей угрозы и не создающей опасностей. Вербальные и невербальные средства общения, являются важными средствами имиджа, так как что, и как мы говорим, умеем ли словом настроить человека на себя, какие жесты и позы мы при этом демонстрируем, что происходит с нашей мимикой, как мы сидим, стоим и ходим. Внутреннее соответствие образа личности безопасного типа - внутреннее «Я», на наш взгляд, считается ведущей из составляющих, поскольку умение нравиться, и располагать к себе других людей является необходимым качеством в профессиональных и личностных контактах. Не менее важно, чтобы имидж не расходился с внутренними установками личности безопасного типа, соответствовал его характеру и взглядам. Личностное как нечто внутреннее проявляется через деятельность. При этом деятельность является как бы гранью перехода личностного внутреннего во внешнее - продуктивное. Это чаще всего - оригинальность, непохожесть, внешнее самоформлиение, экспресс умение транслировать свою неповторимую личность, делать оригинальной в каждом компоненте обеспечение безопасности жизнедеятельности - от цели и задач до отбора содержания, средств, способов и приемов их презентации, а также в стиле общения в обществе.

Внутренний образ - это, прежде всего культура личности безопасного типа, непосредственность и свобода, обаяние, эмоциональность, игра воображения, изящество, обратный путь постановки и решения проблем, ассоциативное ведение, внутренний настрой на творчество, самообладание в условиях публичности, уверенность в своих

ипш во время опасных и чрезвычайных ситуациях, а также в ликви-
Шции их последствий. Внешний образ- это особые формы выражения
моего отношения к безопасности жизнедеятельности и опасностям,
м г ре дача своего эмоционального отношения к действительности.

Литература

I Новый словарь русского языка [Текст] / ред.-сост. Т.Ф. Ефремова,- М.:
Русский язык, 2000.-590 с.

Педагогический словарь: для высших и средн. пед. учеб. заведений. -
М Академия, 2000,-С. 46

I Психология : словарь [Текст] / ред.-сост. А.В. Петровский, М.Г. Яро-
iii некий. -М.: Политиздат, 1990. - 134 с.

I Словарь иностранных слов [Текст] / сост. И.А. Васюкова. - М.: АСТ-
ШНСс, 1998.-С 240-241.

"I Современный словарь иностранных слов [Текст] / сост. М. Н. Черкасо-
-и. Л. Н. Черкасова. - Ростов н/Д.: Феникс, 2009. - 469 с.

(> Толковый словарь русского языка конца XX века [Текст] / ред.-сост.
I П. Складарская, -и СПб.: «Фолио-Пресс», 1998. -264 с.

II ЛКИН Август Соломонович

ь'ктор педагогических наук, профессор

Vpl I [У, Екатеринбург

ГЕНЕЗИС ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ИДЕИ МИССИОННОГО СЛУЖЕНИЯ В ИСТОРИИ ОБРАЗОВАНИЯ УРАЛА

Мы полагаем, что педагогика всегда имела свою идеологию, т.е.
|" егда перед ней стол вопрос: «Образования - во имя чего?» Импли-
пндно ее смысловой нерв развития всегда предусматривал идею слу-
жения, которая в различные исторические эпохи имела и различную
целевую установку.

В реализации данной идеи - мы выделяем несколько этапов:

I этап - полимиссионного служения (до 1917).

Для него характерно:

1. Наличие нескольких и даже противоречивых идеологий:
религиозная «Предназначение человека - служению Богу»
клерикально-социальная «Православие, самодержавие, народ-
ность»