

УДК 378.147.88:378.2

**Атарщикова Е.Н.,  
Пономарев Е.Г.**

## **УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРАКТИКИ ПЕДАГОГА**

**Ключевые слова:** педагогическое образование, имидж, имиджелогия, метадеятельность, производственная практика, бакалавриат, профессиональные компетенции, междисциплинарность, интегративность, стратегия образования.

Радикальные перемены, происходящие сегодня во всех областях российского общества, по-новому ставят вопрос о профессиональной подготовке и деятельности учителя. Определяющую роль для педагога приобретают глубокое знание предмета, способность адаптироваться к активным существенным изменениям в обществе, умение решать нестандартные образовательные и воспитательные задачи, отвечающие современным вызовам.

Изменение всей системы педагогического образования в плане ее модернизации предполагает подготовку и улучшение качества профессиональной деятельности учителей нового типа, способных реализовать намеченную стратегию обновления системы российского образования, эффективно участвовать в осуществлении основной образовательной программы общего образования в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего (полного) общего образования, Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 050100 «Педагогическое образование» (квалификация (степень) «бакалавр») и профессионального стандарта «Педагог».

Указанные позиции привели нас к пониманию того, что серьезным резервом эффективного позиционирования на рынке образовательных услуг современного учителя является новый подход к организации производственной практики студентов педагогических вузов и формирование ее имиджа, как самостоятельного института в рамках общей системы подготовки специалистов (Štefko et al., 2015).

Названные документы актуализируют деятельность ученых и педагогов в области практической образователь-

ной имиджелогии – «практической комплексной дисциплины, использующей результаты ряда наук (социальной психологии, культурологи, социологи и др.) с целью создания и преобразования имиджа в профессиональную деятельность» (Андреева, 2000).

Нас в рамках исследования интересует имиджмейкинг – «деятельность по созданию имиджа, а также преобразованию существующего с целью достижения поставленных целей и задач» (Пискунов, 1999), равно как и имиджмейкер – «лицо, профессионально занимающееся созданием и преобразованием имиджа» (Криксунова, 1997). В нашем случае это педагог, учитель, преподаватель.

Изменение задач в области образования определяет особую значимость, с одной стороны, проблемы изучения роли имиджа как одного из профессионально ключевых качеств, характеризующих современного учителя (Hemsley-Brown et al., 2016), с другой – практики как сферы производства, приближенной к реальным условиям будущей работы, в которой и происходит проверка правильности сделанного выбора, становление и развитие учителя. Ведь именно учебная и производственные практики являются важнейшим компонентом образовательного процесса в педвузе, «мостиком» между теоретической подготовкой студентов и их самостоятельной работой в образовательных учреждениях (Формирование профессиональных компетенций..., 2014).

Понятия «имидж института», «имидж школы», «имидж педагога» наряду с понятиями «инновация», «маркетинг», «менеджмент» становятся важнейшими показателями практики как самостоятельного института, ее обучающей среды и активного участия субъектов и объектов учебно-

воспитательного процесса (Почепцов, 1988).

Остановимся на словарной дефиниции слова «имидж». В переводе с английского *image* дословно означает «образ». В лексикографической и научной литературе встречаем следующие трактовки имиджа: «мнение, суждение, выражающее оценку чего-нибудь, отношение к чему-нибудь, взгляд на что-нибудь» (Ожегов, Шведова, 1995); «образ человека, включающий в себя внешность, манеру поведения, общения и т.п., способствующие воздействию на окружающих (Булатова, 2001); «представление (часто целенаправленно создаваемое) о чем-то внутреннем и внешнем облике, образе» (Азаров, 1994); «целенаправленно сформированный образ (какого-либо лица, явления, предмета), выделяющий определенные ценностные характеристики, призванный оказывать эмоционально-психическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы...» (Панасюк, 2007); «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо. Определенным имиджем может обладать политический деятель, профессия, товар и т.д. Формирование имиджа происходит стихийно, но чаще оно является результатом работы специалистов в области политической психологии, психологии рекламы, маркетинга и т.п.» (Вердербер, Вердербер, 2003); «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.» (Гриндер, Лойд, 2001).

Причем под образом подразумевается не только визуальный, зрительный образ, вид или облик, но и образ

мышления, действий, поступков и т.п. Иначе говоря, слово «образ» должно употребляться в широком смысле – как представление о человеке.

В наших рассуждениях мы метафоризируем понятие, перенося признаки с одушевленного существительного на неодушевленное, хотя практика – не однозначно неодушевленное понятие, поскольку оно имеет антропологическое (в первичном значении) отношение к человеку и вступающим с ним в диалог людям. Вернее, происходит метонимический перенос по типу «сфера» и «люди в этой сфере».

Под имиджем практики мы понимаем складывающийся в профессиональном сообществе рационально и эмоционально окрашенный образ, который определяется соотношением различных сторон деятельности педагога и студента, воспринимаемый окружающими.

Функция построения содержания и организации имиджа практики является прерогативой управленческих обязанностей руководителей вузов и школ и, как любое организационное решение, включает в себя мотивационно-целевой, содержательный и технологический аспекты.

Мотивационно-содержательная составляющая предусматривает анализ интересов всех участников практики, из которых складывается имидж вуза и школы. Их формирование происходит как внутри сообществ педагогов и обучающихся, так и за их пределами. Кроме того, учитывается психологическая готовность каждого коллектива к решению предстоящих задач.

Содержательный аспект несет в себе понятие «имидж педагогической практики», включающее структурные элементы, их характеристику, критерии отбора содержания информационных материалов и их оформления.

Технологический компонент предполагает последовательность этапов реализации данного новшества, технологическую готовность субъектов деятельности, выработку рекомендаций по его использованию.

Построение имиджа практики как «эмоционально окрашенного образа вуза и школы, часто сознательно сформированного, обладающего целенаправленно заданными характеристиками и призванного оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социума» (Кларин, 1999), предполагает решение ряда задач:

- изучение общественного мнения внутри школы с целью выяснения удовлетворенности школой (учителями, учащимися, родителями) деятельностью студентов;
- распространение новостей, связанных с развитием инновационных процессов: элементов разработки, внедрения и использования педагогических новшеств. При этом представление инновационных процессов может выступать как характеристика жизнедеятельности практики студентов конкретного образовательного учреждения и, при сравнительном анализе, как преимущество данной практики перед другими;
- обеспечение освещения событий в деятельности учебного заведения – установление эффективной обратной связи с внешней средой. Решение данной задачи есть реализация одного из постулатов формирования общественного мнения: «мнение больше определяется событиями», чем словами;
- разработка информационного материала, который должен быть доступен, понятен, отражать позитивные перемены в школьной жизни.

ни, демонстрировать достижения студентов во время практики.

Потребность эффективного формирования положительного имиджа (широкая известность, статус, положительное восприятие со стороны социума) приводит к необходимости высокой профессиональной подготовки специалистов конкретных профилей образовательных учреждений.

С целью развития практики необходимо объединять всех специалистов, осуществляющих фундаментальные и научно-прикладные разработки в данной области. Цель объединения – утверждение практики как самостоятельного института в сфере образования и просвещения, а также профессиональной деятельности, ориентированной на решение широкого круга индивидуальных и социально-психологических проблем; придание практике статуса полноценного института, введение в систему подготовки практики широкого круга специалистов, формирование новой специальности на уровне высшего образования – имиджологии практики.

Поступательное развитие практики нацелено на решение следующих задач (Михайлов, 2007):

- объединение всех специалистов, осуществляющих фундаментальные и научно-прикладные разработки в данной области;
- интеграция деятельности вуза, школы и физических лиц, работающих в данных научно-практических сферах;
- развитие сотрудничества, обмена опытом и информацией между специалистами в области имиджологии производственной практики;
- оказание практической помощи и поддержки лицам, занимающимся научной, образовательной и практической деятельностью в области

имиджологии производственной практики;

- разработка и внедрение новейших имиджтехнологий производственной практики, создаваемых как в России, так и за рубежом, объединение усилий специалистов, организаций и предприятий по их внедрению и практическому использованию;
- содействие повышению профессионализма и этических норм участников (имиджмейкеров) производственной практики, повышение престижа профессии;
- популяризация имиджологии производственной практики.

Нами была проделана следующая работа:

- проведение экспертиз профессиональной (научной, учебно-методической, информационной и практической) деятельности студентов, выходящих на различные виды практики;
- разработка и (или) экспертиза учебных программ подготовки специалистов-филологов;
- организация профессиональной системы обучения специалистов в области филологии;
- создание учебных пособий по производственной практике;
- введение общественного (вуз, школа, работодатель) сертификации (лицензирования) деятельности студентов во время производственной практики;
- экспертная справка для аттестации выпускника (примерные темы, вопросы и задания для собеседования с аттестуемым; показатели оценки результативности деятельности учителя русского языка и литературы; темы рефератов, курсовых и дипломных работ с обязательной методической главой и апробацией во время преддипломной практики).

Формирование имиджа производственной практики приобретает особый смысл при участии в его создании самих студентов, с учетом мотивации их труда, уровня подготовки, профессионализма руководителей, развития обратной связи с руководством, добросовестности педагогов, умения нестандартно действовать в кризисных ситуациях и многих других факторов.

Немаловажное значение имеет заинтересованность руководителей образовательных учреждений, которые могут серьезно повлиять на уровень организации и содержания практики в вузе и школе.

Следует отметить, что, по нашему наблюдению, целенаправленной комплексной работы по созданию устойчивого благоприятного имиджа производственной практики во многих педагогических вузах страны нет. Она по-прежнему является второстепенной составной частью учебного процесса. Исправление такого положения может стать огромным резервом в повышении конкурентоспособности подготовки современных педагогов.

Различные аспекты подготовки будущего учителя к профессиональной деятельности в период практики нашли отражение в исследованиях ученых Ставропольского государственного педагогического института: изучены вопросы общепедагогической подготовки будущего учителя, исследованы историко-педагогические основы организации практики, практика определена как активное освоение и преобразование деятельности учителя и путь к профессиональной и гражданской зрелости будущего педагога.

Однако комплексное исследование учебной и производственной практик бакалавров педагогического направления в системе непрерывной профессионально-педагогической под-

готовки учителя не являлось предметом специального изучения и описания. В связи с этим проблема сформулирована нами следующим образом: педагогическая практика как самостоятельный институт в системе непрерывной профессионально-педагогической подготовки бакалавра педагогики.

В основе концепции, предлагаемой нами, – основополагающее методологическое положение: принцип деятельностиной сущности человека. Новое представление об онтогенезе (развитии) студента: источник развития – самодвижение деятельности, спиралевидный процесс развития обуславливает переход от одного этапа к другому (Пискунова, 2005). Мы понимаем процесс онтогенеза как овладение опытом социальных отношений (положение о социальной сущности процесса развития человека, состоящей в присвоении им родового опыта).

Решение этой проблемы авторы усматривают в процессе выявления, теоретического обоснования условий совершенствования практики как самостоятельного института в системе непрерывной педагогической подготовки, систематизации содержания и видов практик.

В реализации задач профессиональной производственной практики мы предусматриваем планомерность перехода от низкого к более высокому уровню педагогической готовности в соответствии с логикой профессионального становления; создание системы определенных педагогических условий, способствующих более эффективному формированию профессиональной готовности, предусматривающей структуру и содержание комплекса преподаваемых дисциплин, технологии и методы обучения, адекватно отражающие специфику будущей педагогической деятельности с

учетом уровня обученности и возраста учеников.

Организация практики бакалавриата в условиях внедрения компонентов ФГОС, по мнению ученых и практиков, должна:

- опираться на базовые принципы гуманизации, демократизации, инновационности, непрерывности и регионализации образования;
- учитывать федеральные и региональные нормы функционирования и развития образования, государственную политику в сфере образования, обеспечивать модернизацию системы образования, ориентируясь прежде всего на реализацию компетентностного подхода, внедрение здоровьесберегающих технологий, информатизацию образования, обеспечение кадрами профильной школы;
- учитывать современные требования к педагогическому образованию, определяемые тенденциями развития мирового и отечественного образования, общественными и государственными потребностями и интересами, а также потребностями и интересами населения, отдельных индивидуумов в сфере образования;
- учитывать социокультурные особенности Ставропольского края как поликультурного региона, традиции, достижения и проблемы региональной системы образования Северного Кавказа, потребности и возможности муниципалитетов;
- ориентироваться на общие базовые (не зависящие от типов, уровней, специальностей и профилей подготовки) характеристики целей, содержания, форм, методов педагогического образования, соответствующие предъявляемым ему современным требованиям.

Целесообразность и преимущество практик в нашем институте обеспечена такими принципами управления, как *направленность развития*; *партиципативность управления* (в процесс принятия решений вовлечены все субъекты образовательного процесса: преподаватели, студенты, учителя, учащиеся, родители); *учет ограниченности ресурсов*; *культуросообразность управленческих воздействий* (учет социокультурных особенностей, образа жизни, ценностных ориентаций и норм поведения населения, а также создание корпоративной культуры в системе).

Профессиональное развитие будущего педагога в условиях северокавказской региональной системы образования эффективно, если оно сопровождается комплексной поддержкой по следующим направлениям:

- национальное и конфессиональное обеспечение – учет состава населения региона;
- социокультурное обеспечение – становление и развитие в регионе социально-педагогического сообщества;
- методологическое обеспечение – стратегическое и тактическое проектирование региональной сферы образования;
- организационно-деятельностное обеспечение – поддержка и развитие согласованных инновационных процессов в учреждениях образования региона, в том числе в учреждениях педагогического образования;
- научно-методическое обеспечение – отработка регионального компонента содержания образования и новых педагогических технологий;
- кадровое обеспечение – разработка и реализация региональной

кадровой политики в сфере образования.

Организация практики как элемента системы образования обеспечивается становлением такой модели подготовки, переподготовки и повышения квалификации учителей, которая могла бы функционировать и развиваться в контексте трех измерений (Пискунов, 1999):

- проективного, позволяющего проводить подготовку педагога как комплексный социально-педагогический проект реконструкции и развития образования, человека, общества, культуры;
- культурно-образовательного, позволяющего проводить подготовку педагога посредством формирования открытой гуманитарной среды, создающей возможности для разностороннего личностного и профессионального развития;
- непрерывного, позволяющего непрерывно сопровождать процесс профессионализации в открытом социокультурном контексте.

Реализация целей гуманизации и демократизации педагогического образования как основы модернизации всей системы образования невозможна без придания педагогическому образованию инновационного характера. Учреждения педагогического образования во многих случаях продолжают воспроизводить «вчерашнего учителя» для «завтрашней школы». Однако облик школы стремительно меняется, так же как стремительно меняются реалии общества постиндустриального типа.

Подобная ситуация требует изменения практически всех аспектов образовательного процесса – как его содержания, так и организационных, методологических, методических, практико-ориентированных, воспитательных и других сторон. В центр

разрабатываемой нами педагогической теории – имиджологии практики, имеющей акцентированный антропологический подход, – ставится жизнеутверждающая идея: формирование студента как творца, субъекта своей профессиональной деятельности. В связи с этим с изменением и формированием нового российского менталитета требуются новые научно обоснованные подходы к подготовке современных учителей.

На наш взгляд, формирование имиджа практики студента педагогического вуза будет результативным, если будут учитываться гуманистические характеристики взаимодействия студентов с образовательным пространством; будет заложено новаторское содержание педагога в этом пространстве; организация подготовки обеспечит прохождение в методике и методологии избранного принципа с учетом метапредметного, интерактивного, творческого, системно-деятельностного подходов на базе использования их требований; характеристики, отражающие готовность студентов к педагогической деятельности, будут обоснованы концептуально, а критерии будут соответствовать содержанию инновационной работы учителя.

Таким образом, перспективы современной стратегии в сфере образования для специалиста любой области заключаются в достижении высокого уровня его компетентности и мобильности. В конечном итоге это обуславливает актуальность формирования имиджа производственной практики, отвечающего требованиям времени.

#### **Литература**

1. Азаров Ю.П. Педагогика любви и свободы. М.: Толикал, 1994.
2. Андреева Г.М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000.
3. Булатова О.С. Педагогический артистизм. М.: Академия, 2001.

4. *Вердербер Р., Вердербер К.* Психология общения. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003.
5. *Гриндер М., Лойд Л.* НЛП в педагогике. М.: Ин-т общегуманитарных исследований, 2001.
6. *Кларин М.В.* Технология обучения: идеал и реальность. Рига: Эксперимент, 1999.
7. *Криксунова И.* Создай свой имидж. СПб.: Лань, 1997.
8. *Михайлов О.В.* Готовность к деятельности как акмеологический феномен: содержание и пути развития: дис. ... канд. психол. наук. М., 2007.
9. *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка. М.: АЗЪ, 1995.
10. *Панасюк А.Ю.* Имидж: энциклопедический словарь. М.: Рипол Классик, 2007.
11. *Пискунов М.С.* Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования // Мониторинг и стандарты в образовании. 1999. № 5. С. 45–51.
12. *Пискунова Е.В.* Социокультурная обусловленность изменений профессионально-педагогической деятельности учителя. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2005.
13. *Почепцов Г.Г.* Профессия: имиджмейкер. Киев: Вэсэлка, 1988.
14. Формирование профессиональных компетенций при подготовке бакалавров педагогического образования: материалы производственной практики (из опыта работы): учеб. пособие / под общ. ред. Т.А. Бахор, О.Б. Лобановой. Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2014.
15. *Hemsley-Brown, J. et al.,* 2016. Exploring brand identity, meaning, image, and reputation (BIMIR) in higher education: A special section. *Journal of Business Research*, 69 (8): 3019–3022.
16. *Štef o, R., R. Fedorko and R. Bač ík,* 2015. The Role of E-marketing Tools in Constructing the Image of a Higher Education Institution. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 175: 431–438.
3. *Bulatova, O.S.,* 2001. Pedagogical virtuosity. Moscow: published by Academia. (rus)
4. *Verderber, R. and K. Verderber,* 2003. Psychology of communication. St. Petersburg: published by Prime-Evroznak. (rus)
5. *Grinder, M. and L. Lloyd,* 2001. NLP in pedagogy. Moscow: published by Institute of All-humanitarian Researches. (rus)
6. *Klarin, M.V.,* 1999. Teaching technologies: ideal and reality. Riga: published by Experiment. (rus)
7. *Kriksunova, I.,* 1997. Create the image. St. Petersburg: published by Lan'. (rus)
8. *Mikhaylov, O.V.,* 2007. Readiness for activities as acmeological phenomenon: content and ways of development: Candidates' Thesis in Psychology. Moscow. (rus)
9. *Ozhegov, S.I. and N. Yu., Shvedova,* 1995. Explanatory dictionary of Russian. Moscow: published by AZ. (rus)
10. *Panasjuk, A. Yu.,* 2007. Image: encyclopedic dictionary. Moscow: published by Ripol Classic. (rus)
11. *Piskunov, M.S.,* 1999. Image of educational institution: structure and forming mechanisms. Monitoring and standards in education, 5: 45–51. (rus)
12. *Piskunova, E.V.,* 2005. Sociocultural conditionality of changes of professional and pedagogical activities of the teacher. St. Petersburg: published by Herzen State Pedagogical University of Russia. (rus)
13. *Pochepstov, G.G.,* 1988. Profession: an image maker. Kiev: published by Veselka. (rus)
14. *Bakhor, T.A. and O.B. Lobanova (Ed.),* 2014. Developing professional competences of bachelors of pedagogical education: materials of field work (based on work experience): teaching manual. Krasnoyarsk: Siberian Federal University. (rus)
15. *Hemsley-Brown, J. et al.,* 2016. Exploring brand identity, meaning, image, and reputation (BIMIR) in higher education: A special section. *Journal of Business Research*, 69 (8): 3019–3022.
16. *Štef o, R., R. Fedorko and R. Bač ík,* 2015. The Role of E-marketing Tools in Constructing the Image of a Higher Education Institution. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 175: 431–438.

#### References

1. *Azarov, Yu.P.,* 1994. Pedagogy of love and freedom. Moscow: published by Topikal. (rus)
2. *Andreyeva, G.M.,* 2000. Psychology of social knowledge. Moscow: published by Aspect Press. (rus)