

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»
ИНСТИТУТ ИСКУССТВ

Кафедра теории, истории и педагогики искусства

***ФОРМИРОВАНИЕ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ИМИДЖА СТУДЕНТОВ
ИНСТИТУТА ИСКУССТВ***

АВТОРЕФЕРАТ РАБОТЫ МАГИСТРА

студента 2 курса 221 группы
Института искусств
по направлению подготовки «Педагогическое образование
(Развитие личности средствами искусства)»

ВАСИЛЬЕВА НИКИТЫ АЛЕКСЕЕВИЧА

Научный руководитель
доцент, канд. пед. наук

Д.Н. Васильева

Зав. кафедрой
профессор, доктор пед. наук

И.Э. Рахимбаева

Саратов 2018

Введение. В силу сложившихся в стране социально-экономических и политических условий российская образовательная система оказалась в сложном положении. В связи с этим особое значение для педагога приобретают профессиональная гибкость, способность адаптироваться к социальным переменам, готовность к успешному решению профессиональных задач в новых условиях.

В настоящее время имидж является неотъемлемым качеством профессионала. Духовное и интеллектуальное развитие педагога, интересы и ценности, являются важной составляющей в общении между учеником и учителем, рассматриваются как взаимодействие и взаимовлияние друг на друга.

Усложнение задач образования придаёт особую значимость изучению роли имиджа, как одного из профессионально важных качеств современного педагога. Влияющие факторы формирования имиджа происходит под воздействием социальных явлений. Эти факторы выражают общественный алгоритм воспроизведения духовной жизни. Однако их роль ограничена обеспечением взаимодействия морали и нравственности. Можно говорить о том, что имидж является естественным алгоритмом духовной жизни социума. Он выражает не только желание конкретного человека нравиться как можно большему числу друг их людей или определенному субъекту. Он воплощает непосредственно правила, обеспечивающие его реализацию. Проще говоря, имидж выражает необходимость согласования психического восприятия с индивидуальным либо групповым опытом жизни.

В связи с этим актуализируется роль новой отрасли теоретического и прикладного знания, которой является имиджелогия. Объективными условиями ее актуализации в современном обществе явились: во-первых, теоретическая значимость – это не разработанность основных условий и закономерностей формирования имиджа, его структурных компонентов, а также используемых при этом средств и методов. Во-вторых, практическая

полезность имиджологии, обусловившая её необычайную популярность в различных сферах человеческой деятельности и профессиональный спрос.

Постепенно данная отрасль приобретает определённую самостоятельность и респектабельность.

Среди резервов, в совершенствовании профессионализма студентов, как будущих учителей, особый научно-исследовательский интерес, представляет изучение феномена имиджа педагога и базовых условий его направленного формирования. В связи с этим назрела острая необходимость, в разработке нового научного знания и прикладных аспектов его использования для образовательной практики.

Нужно отметить, что проблема формирования и развития педагогического имиджа у студентов Института искусств, как будущих учителей актуальна и своевременна. Это позволило *определить тему исследования: «Формирование педагогического имиджа студентов Института искусств».*

Объект квалификационной работы магистра – процесс формирования имиджа современного учителя.

Предмет квалификационной работы магистра – формирование педагогического имиджа у студентов в условиях вуза.

Цель квалификационной работы магистра – раскрыть, научно обосновать и проверить эффективность формирования педагогического имиджа у студентов Института искусств.

Методологической основой исследования явились философские, социально-психологические и педагогические концепции отечественных и зарубежных авторов, составившие гносеологическое ядро нашего исследования, позволившие обосновать феномен педагогического имиджа. Для выявления педагогических условий формирования имиджа учителя были использованы труды классиков отечественной педагогики А. С. Макаренко, В.А. Сухомлинского, М. А. Апраксиной, а так же современных ученых Н. А. Тарасенкова, В. Н. Черепановой, Е. В. Емельяновой. В основу

исследования теоретико-прикладных аспектов имиджа педагога была положена гуманитарная концепция имиджа, автором которой явился профессор В.М. Шепель, психолого-педагогические теории по проблеме познания человека человеком Р. Ф. Ромашкиной, Е. В. Гришуниной, П. С. Гуревича, а так же по проблеме социального восприятия индивидуальных и возрастных особенностей личности, разработанные А.А. Бодалевым, Р.А. Максимовой. Анализ трудов З. Фрейда, А. Адлера, К. Роджерса, К. Левина позволил использовать в нашем исследовании психологические теории и концепции, раскрывающие природу и поведение человека в обществе.

В соответствии с поставленной целью, объектом, предметом сформулированы следующие *задачи исследования*:

- изучить философскую, психолого-педагогическую и специальную литературу по теме исследования;
- рассмотреть сущность понятия «имидж, педагогический имидж», функции, структуру и классификацию;
- определить педагогические условия формирования имиджа современного учителя у студентов Института искусств;
- проверить эффективность формирования педагогического имиджа у студентов Института искусств в условиях вуза.

Теоретические методы исследования – обобщение педагогического опыта, метод сравнительного анализа, синтез, сопоставление, обобщение, формирование выводов;

Практические методы исследования – прямое и косвенное педагогическое наблюдение; индивидуальные и групповые исследовательские беседы, опросы, анкетирование, тестирование по вопросам исследуемой темы, анализ и обобщение собственного опыта работы в условиях производственной практики на базе Института искусств СГУ им. Н.Г. Чернышевского.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что был собран и систематизирован научно-методический материал по проблеме формирования педагогического имиджа у студентов Института искусств; на основе анализа и обобщения опыта собственной педагогической деятельности предложены некоторые методические рекомендации в рассматриваемой области.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования предложенных форм работы со студентами педагогами – практиками.

Апробация и внедрение результатов исследования осуществлялись:

- в практической деятельности в рамках производственной практики в качестве преподавателя дисциплины «Педагогика» у студентов 1 курса направления подготовки «Педагогическое образование» профиль «Музыка» на базе Института искусств СГУ им. Н.Г. Чернышевского.

- на всероссийских и международных научно-практических конференциях: 5-я Международная научно-практическая конференция «Культурное наследие г. Саратова и Саратовской области» (Саратов, Институт искусств СГУ им. Н.Г. Чернышевского, 27-30 октября 2016). Доклад «Имидж современного учителя музыки: исторический аспект становления, классификация», 1-я Международная научно-практическая конференция «Учреждения культуры и искусства: история, современность, перспективы развития» (г. Саратов, 29-30 сентября 2016). Доклад «Имидж современного учителя музыки: сущность понятия, функции, структура, классификация», 4-я Международная научно-практическая конференция студентов, бакалавров, магистрантов и молодых ученых «Развитие личности средствами искусства» (г. Саратов, 31 марта 2017). Доклад «Экспериментальная проверка эффективности формирования имиджа современного учителя музыки на дисциплинах художественного цикла в институте искусств», 2. Всероссийская очно-заочная научно-методическая конференция «Этнокультурное образование в современном мире» (Саратов,

СГУ, 18-20 апреля 2017 г.). Доклад «Педагогическая имиджология в подготовке студентов для практической деятельности в системе этнохудожественного образования», 8. Международная научно-практическая конференция «Учреждения культуры и искусства: история, современность и перспективы развития» (Саратов, Институт искусств СГУ, 21.09. 2017 г.). Доклад «Технологический инструментарий исследования педагогического имиджа».

- публикацией статьи: Духовное развитие личности подростка в условиях образовательных интерактивных зон. Современные технологии обучения и воспитания в художественном образовании. – Вып. 11.- Саратов: «Издательский центр «Наука», 2016. – 228 с., ISBN 978-5-9999-2593-0, С. 20 – 24

- публикацией статьи: Имидж: исторический аспект становления, классификация. Современные технологии обучения и воспитания в художественном образовании. – Вып. 12.- Саратов: «Издательский центр «Наука», 2016. – 196 с., ISBN 978-5-9999-2737-8, С. 37- 41

- публикацией статьи: Основные принципы формирования образа современного педагога – музыканта. Актуальные проблемы музыкальной педагогики. Сборник научных трудов (по материалам Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы музыкальной педагогики», 29 марта 2017г.). Выпуск VIII. – Саратов: Издательский центр «Наука», 2017. – 296 с. ISBN 978-5-9999 – 2811-5 С. 58 – 62.

- публикацией статьи: Педагогические формы и методы формирования имиджа современного учителя музыки у студентов на дисциплинах музыкально-эстетического цикла в сб. Культурное наследие Саратова и Саратовской области [Текст]: Материалы V Международной практической конференции (27 – 30 октября 2016 г.) / Под общей ред. Ю.Ю. Андреевой и И.Э. Рпхимбаевой. – Саратов: ИЦ «Наука», 2017. – С. 167-174, ISBN 978-5-9999-2846-7.

Основное содержание работы. В силу сложившихся в стране социально-экономических и политических условий российская образовательная система оказалась в сложном положении. В связи с этим особое значение для педагога приобретают профессиональная гибкость, способность адаптироваться к социальным переменам, готовность к успешному решению профессиональных задач в новых условиях.

В настоящее время имидж является неотъемлемым качеством профессионала. Духовное и интеллектуальное развитие педагога, интересы и ценности, являются важной составляющей в общении между учеником и учителем, рассматриваются как взаимодействие и взаимовлияние друг на друга.

Сегодня в ряду новых для нас дисциплин стоит имиджелогия – наука и о законах коммуникации, которые диктуют совершенно новый тип отношений не только на работе, но и в обществе. Это тип отношений, который даже вопреки воли самого педагога и учащихся складывается в современной школе.

Итак, современная *имиджелогия* – это учение, сложившееся с помощью научного аппарата, разработанного в последнее десятилетие такими специалистами, как Шепель, Лобарева, Марченко, Гуревич, Почепцов и др.

Разрабатывая имиджелогия, Шепель определил ряд ее *основных отраслевых направлений*: семейная, школьная и вузовская, воинская, производственно-отраслевая и дипломатическая. Исходя из специфики научно-прикладных подходов, автор выделил имиджелогия педагогическую, медицинскую, средств массовой информации и управленческую.

Имидж не является сегодняшним изобретением и имеет свою предысторию и научный путь становления. В отличие от самого понятия, которое сформировалось недавно, имидж как явление общественной жизни существовал, вероятно, на всех этапах развития человеческого общества.

Косвенным подтверждением того, что забота о своём имидже была присуща человеку в разные эпохи, могут служить сохранившиеся прозвища исторических лиц: Ричард Львиное Сердце, Ярослав Мудрый, Иван Грозный, Филипп IV Красивый.

В последнее десятилетие в нашу жизнь бурно ворвалось слово «имидж», что в переводе с английского означает *образ, престиж, репутация*. Применительно к педагогу – это оценка его морально-личностных, интеллектуальных, профессиональных и этических качеств окружающими людьми, т.к. «имидж – это самопрезентация, конструирование человеком своего образа для других».

Первоначально *термин «имидж»* использовался в коммерческой рекламе для дифференциации однородных товаров. В начале 60-х гг. XX в. он вошел в политический лексикон в связи с появлением новых методов проведения и организации избирательных кампаний за рубежом. В 1991 г. в России был создан «Центр прикладных исследований имиджа».

Период конца 1990-х гг. отмечен различными подходами к изучению проблемы формирования и функционирования имиджа в различных сферах деятельности. Научный анализ состояния теоретических аспектов исследования проблемы формирования имиджа показал различные подходы к изучению данного феномена.

Понятие *имиджа* ученые интерпретируют по – разному. В.М. Шепель считает имидж собирательным понятием. С его точки зрения, это – облик, т. е. та форма жизнепроявления человека, благодаря которой «на люди» выставляются сильнодействующие личностно-деловые характеристики.

В психолого-педагогических литературных источниках под имиджем понимается стиль и форма поведения человека, причем преимущественно внешняя сторона поведения в обществе.

Кто же на сегодняшний момент создает имидж?

Во-первых, сам человек.

Во-вторых.

В-третьих, большую роль в создании имиджа играют средства массовой информации.

В-четвертых, его создают и окружающие люди.

Современная наука построения имиджа выделяет следующие *разновидности частных имиджей*: имидж среды обитания, габитарный имидж, деловой имидж, вербальный имидж, невербальный, поведенческий имидж, воспринимаемый, требуемый, личностный, самоимидж и профессиональный.

Кроме того, *имидж имеет еще одну классификацию*: классический имидж, традиционный имидж, спортивный имидж, романтический имидж, яркий имидж, свободный художник.

Структурой имиджа занимались разные ученые. Например, В.М. Шепель выделяет *следующую структуру имиджа* независимо от характера или типа личности: природные качества; свойства личности, которые являются следствием образования и воспитания; жизненный и профессиональный опыт.

К приоритетным структурным характеристикам имиджа автор относит: воспитанность, эрудицию, профессионализм.

По мнению И.Д. Ладанова, в *структуре имиджа* объединены два элемента – уверенность в себе и позитивная энергетика.

Например, в *педагогическом имидже* эксперты выделяют внешность, профессиональные качества, окружение (учащиеся, коллеги, родители, субъекты социальных институтов).

С точки зрения А.А. Калюжного *в состав имиджа входят*: образ; внешний аспект; внутренний аспект; процессуальный аспект; ядро имиджа.

Как видно из выше сказанного, имидж является комплексным понятием. Отсюда следует, что целесообразным будет его рассмотрение с точки зрения *функционального подхода*.

В современной литературе при функциональном подходе выделяется *несколько возможных видов имиджа*: зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный и множественный, единый, отрицательный.

Успешное применение имиджа предполагает знание *исходных психолого-педагогических принципов*: принципа самовоспитания; принципа гармонии визуального образа; принципа коммуникативности – многообразия форм и способов информационного взаимодействия; принципа саморегуляции и ортобиоза; принципа речевого воздействия.

Современные ученые определили так же и *функции имиджа*: социальная адаптация, высвечивание лучших личностно-деловых характеристик, затенение негативных личностных данных, концентрация внимания на себе; расширение возрастного диапазона общения, ценностная; личностно-возвышающая; психотерапевтическая.

В нашем магистерском исследовании большое внимание уделяется *формированию педагогического имиджа у студентов Института искусств, как будущих учителей. Формирование имиджа – длительный и сложный процесс, успешность протекания которого тоже зависит от определенных факторов.*

К факторам формирования имиджа относятся, прежде всего, *принципы формирования имиджа*, некоторые элементы *механизма непосредственного формирования образа*:

Не меньшее значение в процессе взаимодействия имеет тип аудитории, так как ее состав по-разному обрабатывает информацию, и поэтому в каждом случае требуются *особые подходы (пол и возраст, этнические группы и религия)*.

Можно сказать, что *специфичность имиджа современного учителя* состоит в саморазвитии таких специфических качеств, как эмпатийность, коммуникативность, открытость, гибкость, толерантность, маневренность.

Такие свойства, как самообразования, самовоспитания, саморазвития культуры диалога педагога и учащегося, самодиагностики уровня

личностного развития и профессиональной компетентности, саморегуляции и рефлексии, являются основополагающими в обосновании приоритетных *условий формирования педагогического имиджа* у студентов Института искусств, как будущих учителей предметов художественного цикла.

Итак, *профессия педагога* – одна из наиболее древних в мире.

Исследования Е.А. Петровой показали, что имидж хорошего учителя в восприятии учащихся и родителей чётко связан с такими универсальными качествами, как миролюбивый, весёлый, тактичный, откровенный, активный, щедрый, уверенный, организованный, трудолюбивый, умный и приятный. Эти качества, которые рисуют образ стереотипа идеального учителя, можно рассматривать как систему требований, предъявляемые учениками и родителями к *имиджу* учителя. Но никто, конечно, не призывает учителя некритично следовать этим требованиям. Требования должны быть совместны с конкретным и индивидуальным складом педагога.

На сегодняшний день, современный образ учителя должен определяться не только перечисленным выше набором качеств, но и новым коммуникативным *имиджем* школьного педагога, который сложился в современной России и объединяет деловые качества, образование, воспитание, такт, вид, облик, искусство говорить, действия и поступки, тембр голоса, искусство слушать, умение общаться, образ мышления.

Итак, *имиджмейкеры и психологи советуют:*

- быть опрятными во всём;
- соответствовать возрасту, положению, времени года, времени суток;
- следить за речью, не пользоваться сленгом;
- быть общительным и доброжелательным, но не забывать о дистанции;
- самосовершенствоваться, идти в ногу со временем, не бояться учиться, быть в курсе событий, овладевать новыми технологиями.

Поэтому, можно утверждать, что *имидж педагога* – явление сложное, а его *формирование* – это искусство, которое требует работы. Главное помнить, чтобы желаемый имидж соответствовал реальному и отражал индивидуальность.

Прежде чем говорить об *имидже учителя и особенностях его формирования*, необходимо рассмотреть его сущность, природу и технологию построения, а также *инструментарий имиджологии* и особенности использования его в педагогической деятельности.

Например, по общепризнанному мнению *имидж учителя* – эмоционально окрашенный стереотип восприятия образа учителя в сознании воспитанников, коллег, социального окружения, в массовом сознании. При формировании имиджа учителя реальные качества тесно переплетаются с теми, которые приписываются ему окружающими.

Итак, опираясь на имеющиеся определения и особенности имиджа педагога, выделим его *основные составляющие*: внешний облик; использование вербальных и невербальных средств общения; внутреннее соответствие образа профессии – внутреннее «Я».

По мнению некоторых ученых *к структурным компонентам имиджа педагога* относятся: внешняя привлекательность; профессионализм; вербальные характеристики; невербальные характеристики; визуальная привлекательность; стиль общения; пространство жизнедеятельности. Следующая *структура имиджа педагога* включает в себя: индивидуальные характеристики; личностные характеристики; коммуникативные характеристики; деятельностные характеристики; внешнеповеденческие характеристики.

По Л.М. Митиной *в структуру педагогического имиджа* входят: внешняя составляющая; внутренняя составляющая, процессуальная составляющая.

Одной из самых распространенных является *структура педагогического имиджа* по С.Д. Якушевой, которая определяет *имидж*

учителя, как интегративное качество личности, синтез интеллектуальной, габитарной, кинетической, речевой, средовой и артистической культуры.

В структуре личности педагога артистизм, как способность к органичному существованию и эффективному действию в условиях педагогического процесса, связан наряду со знаниями учителя и развитием мышления также с овладением искусством самовыражения, умением саморегуляции психического состояния способностью ставить и *решать следующие задачи*: синтезирующая; обогащающая; регулирующая; защитная; формирующая мотивационно-ценностное отношение к содержанию образования.

Таким образом, успешное применение имиджа предполагает знание исходных *психолого-педагогических принципов*, обуславливающих его. В качестве таковых могут выступать *следующие принципы*: принцип гармонии визуального образа; принцип коммуникативности – многообразия форм и способов информационного взаимодействия; принцип саморегуляции и ортобиоза (наука о технологии самосбережения тела и души); принцип речевого воздействия.

Существуют определенные *требования к профессиональному имиджу педагога, психолого-педагогические аксиомы и основополагающие жизненные установки*: преподаватель должен относиться к ученикам с уважением; ученик имеет право на незнание; педагог должен уметь любить детей; высокая самооценка; позитивное отношение к жизни; вера в добро; умение видеть и чувствовать свою сопричастность к происходящему; умение меняться, учиться у жизни.

Сегодня имиджелогия, в том числе и педагогическая использует наиболее *эффективные методы воздействия на аудиторию*: позиционирование, манипулирование, эмоционализация, детализация, метафоризация, акцентирование информации, вербализация, визуализация, дистанционирование, опрос общественного мнения, внедрение моделей восприятия, нейролингвистическое программирование и другие.

Тем не менее, для наиболее эффективного *анализа имиджа* необходимо учитывать *следующие критерии*: самооценка педагога; появление оценок окружающих, причем не обязательно позитивных; практическое достижение планируемой цели при уверенности, что она достигается при помощи имиджа.

Итак, в нашем исследовании мы рассматриваем *педагогический имидж* как сочетание комплекса реальных качеств педагога с эмоционально окрашенным стереотипом восприятия образа учителя в сознании воспитанников, коллег, социального окружения, в массовом сознании. Имидж педагога имеет свою структура, а его успешное применение предполагает знание исходных *психолого-педагогических принципов*.

Кроме того, наибольшей результативности в достижении цели нашего магистерского исследования, на наш взгляд, будут способствовать различные формы проведения занятий, а так же педагогические принципы и методы.

Одним из важных *средств* формирования педагогического имиджа студентов Института искусств, как будущих учителей музыки являются различные формы проведения занятий по педагогике, такие как *лекции и практические занятия*, которые формируют у студентов устойчивый интерес к образованию, снимают напряжение, помогают формировать навыки учебной деятельности, оказывают эмоциональное воздействие на студентов, благодаря чему у них формируются более прочные, глубокие знания.

В.И. Андреев и А.М. Новиков предлагают следующую классификацию *традиционных форм обучения* в вузах художественной направленности, в том числе и в подготовке студентов Института искусств к педагогической деятельности и формированию у них педагогического имиджа:

- *лекции*: информационно-объяснительные и повествовательные, лекция-диалог, парный опрос, экспресс-опрос, зачет, консультация;
- *семинары*: вопросно-ответный, с использованием докладов, с использованием рефератов, пресс – конференция, семинар – экскурсия, семинар – дискуссия.

Анализ педагогической литературы позволил выделить несколько *групп практических занятий*, которые способствуют формированию имиджа современного учителя музыки:

- педагогические практикумы и педагогическая практика;
- самостоятельная работа студентов; творческие проекты и научно-исследовательская работа студентов;
- студенческие научные конференции различных уровней;
- индивидуальные консультации;
- творческие конкурсы и фестивали различных уровней, соревнования и игры: турнир, эстафета, дуэль, деловая игра, ролевая игра, викторина [9, с. 281];

- основанные на формах, жанрах и методах работы, известных в общественной практике: исследование, изобретательство, анализ первоисточников, комментарии, мозговая атака, актуальное интервью, репортаж, рецензия, круглый стол, диспут, взаимообучение.

Кроме того, в формировании педагогического имиджа студентов Института искусств имеют место *инновационные формы обучения*:

- проблемная лекция, лекция с заранее запланированными ошибками (затруднительных положений, из которых надо найти выход, используя полученные знания), лекция-пресс-конференция, лекция-дискуссия; лекции-беседы;
- междисциплинарный, проблемный, тематический, ориентационный и системный семинары.

Игровые приемы и ситуации так же позволяют активизировать познавательную деятельность, способствуют превращению дидактической задачи в задачу игровую.

Традиционно деловую игру относят не только к формам проведения занятий, но и к числу *методов* активного обучения. Область применения деловых игр как особого метода обучения довольно широка: экономика,

управление, педагогика, психология, инженерные дисциплины, экология, медицина, история, география, и т.д.

Различают *неимитационные и имитационные методы обучения*, а в рамках последних выделяют *игровые и неигровые*. *Деловая игра* – имитационный игровой метод активного обучения. Важно также отметить, что *деловая игра – это и коллективный метод обучения*.

Кроме того, в дидактике высшей школы выделяют следующие *основные принципы учебных занятий*, главная цель которых связана с подготовкой профессиональных кадров, в том числе и с формированием педагогического имиджа у студентов Института искусств: недопустимость однообразия методических приемов и средств обучающего воздействия на студентов; четкая системность каждого учебного занятия как комплексной системы организационной, учебно-воспитательной деятельности преподавателя в единстве с учебно-познавательной деятельностью студентов, направленной на достижение цели усвоения дидактических требований государственного стандарта; оптимальное сочетание принципов традиционного и инновационного обучения; высокая правовая и общая культура преподавателя высшей школы, выступающего в лице педагога, ученого и наставника формирующегося специалиста.

Первостепенным условием для успешного обучения студентов по вопросам формирования имиджа учителя имеет *подготовка преподавателя к проведению занятия*. Для проведения практического занятия у преподавателя должна быть методическая разработка (план), план – проспект (рабочий план) проведения занятия, аналогичный план семинарского занятия.

По мнению Л.С. Выготского правильно поставленное обучение должно быть ориентировано на практику не вчерашнего и даже не сегодняшнего дня развития обучаемого, оно должно идти впереди развития и служить источником нового в развитии ученика.

По мимо этого, для проверки знаний, умений и навыков студентов используются различные *методы развивающего обучения*, предложенные

И.И. Лернером и М.Н. Скаткиным [16, с. 279]: частично-поисковый, проблемный, исследовательский, метод «опережающих» заданий, метод фокус-групп; *социально-психологические методы* [24, с. 154]: метод ответственности; метод состязательности; метод творческой импровизации; метод интеграции художественно-творческой деятельности студентов; а также различные *приемы работы*: тесты, устный опрос, карточки с заданиями, упражнения, игровые дискуссии, диагностические процедуры, что способствует реализации дифференцированного подхода в обучении и направлено на формирование имиджа современного учителя.

Активное использование разнообразных *методов диагностики*, таких как компьютерное тестирование, дает возможность индивидуализировать и дифференцировать задания путем разноуровневых вопросов. Тесты на компьютере позволяют не только объективно оценить знания учащихся, осуществляя мониторинг обученности на протяжении времени изучения отдельной темы или всего курса обучения, но и вернуться к неотработанным вопросам и сделать «работу над ошибками».

В связи с тем, что *музыка* является одним из предметов, направленных на воспитание позитивного эмоционально-ценностного отношения к жизни, на пробуждение познавательного интереса к окружающему миру, стремление к самосовершенствованию и формирование личности, способной к творческой деятельности. Поэтому важным компонентом в структуре имиджа учителя музыки является хорошо поставленный голос, его тембральная окраска. Известно, что тембр (окраска звука) создаёт эмоциональные оттенки речи: яркость, мягкость, теплоту, насыщенность и многое другое, а так же придаёт индивидуальность каждому человеку, отражая привычки и особенности характера, уровень здоровья и настроение.

Именно учитель с выразительной мимикой, умеющий эмоционально показать собственное отношение к предмету разговора, обладающий «живыми» речевыми интонациями, способен приблизить урок к естественному общению.

Поэтому на практических занятиях можно использовать *упражнения*, которые подготавливают голосовой аппарат к работе, а так же закрепляют у студентов основные певческие навыки. К ним мы можем отнести: певческую установку; певческое дыхание и опору звука; высокую вокальную позицию; точное интонирование; ровность звучания на протяжении всего диапазона голоса; использование различных видов звуковедения; дикционные (артикуляционные и орфоэпические) навыки.

Целью нашего эксперимента явилась проверка эффективности практической работы по формированию имиджа современного учителя музыки у студентов Института искусств. Опытно-экспериментальная работа проводилась во время педагогической производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности на базе дисциплины «Педагогика» Института искусств СГУ им. Н.Г. Чернышевского у студентов 1 курса 101 группы направления подготовки «Педагогическое образование» профиль «Музыка» с 29.09.2017г. по 26.10. 2017г.

На первом этапе разрабатывались методические рекомендации по формированию имиджа современного учителя, и определялся исходный уровень сформированности педагогического имиджа у студентов – музыкантов.

На втором этапе эксперимента осуществлялась разработка специальных педагогических условий по формированию педагогического имиджа у студентов и использование их в процессе производственной практики на базе Института искусств.

Данный раздел посвящен обоснованию и выведению исходного уровня сформированности педагогического имиджа у студентов 1 курса, 101 группы, как будущих учителей музыки.

Кроме того, на 1 этапе эксперимента нами были определены *критерии качественные показатели*, отражающие основные компоненты структуры личности, и специфические особенности имиджа современного учителя, по

которым определяется уровень сформированности свойств личности, определяющих педагогический имидж:

- *когнитивный* – знание понятия «имидж» и оперирование с ним), наличие представлений о педагогическом имидже;
- *субъектный* – мотивы, интересы, потребности
- *операционно-деятельностный* – владение способами реализации имиджа педагога.

Перечисленные выше качественные показатели позволили нам обосновать и выделить *три уровня сформированности имиджа современного учителя.*

1. Низкий уровень. Данный уровень характеризуется тем, что у студента нет готовности к формированию тех свойств личности, которые включает в себя имидж современного учителя, у него отсутствуют знание понятия «имидж», наличие представлений о педагогическом имидже, он не готов оперировать данными знаниями. Бакалавр не включается в деятельность по данному направлению, отказывается выполнять творческие задания. Однако, следует отметить наличие направленности личности в виде конкретных интересов, склонностей (большинство студентов этой группы обладают достаточно узким кругом по проблеме имиджа). В связи с этим бакалавры привержены к вполне определенным формам и способам группового поведения, жаргону, атрибутам, как правило, неприятию иных форм.

2. Средний уровень. У студента со средним уровнем сформированности педагогического имиджа прослеживается устойчивая готовность к данным процессам. Творческие мотивы у студента достаточно ярко выражены, хотя и носят узколичностный характер (стремление иметь хорошие оценки, стремление понравиться преподавателю, желание завоевать авторитет среди однокурсников и т.д.). При включении в конкретную деятельность по формированию имиджа современного учителя бакалавры используют наряду с репродуктивными способами частичные элементы нового, Степень активности включения студента данного уровня в деятельность хотя и носит

постоянный характер, чаще всего зависит от внешних факторов (соответствующей обстановке на курсе, хорошего настроения, одобрения со стороны однокурсников и т.п.). Следует отметить, что чаще всего первокурсник предпочитает работать в микрогруппе, не решаясь брать инициативу в свои руки.

3. Высокий уровень. Студент с высоким уровнем сформированности качеств личности, соответствующих имиджу современного учителя характеризуется тем, что активно и целенаправленно включается в деятельность по проблеме формированию педагогического имиджа, владение способами реализации имиджа педагога. Мотивы, интересы и потребности к этому процессу у бакалавра 1 курса отличаются большей устойчивостью. Кроме того, помимо узколичных мотивов (стремление иметь хорошие показатели по дисциплинам, стремление понравиться преподавателю и однокурсникам и т.д.) присутствуют ценностные мотивы (стремление осмыслить происходящие события, желание стать образованной, эрудированной, культурной личностью, у которой сформированы качества, которые включает в себя педагогический имидж). Результаты самореализации студента отличаются новизной и индивидуальностью решения. В деятельность по созданию имиджа такой бакалавр включается активно, не боится брать инициативу на себя. Помощь преподавателя в данном случае рассматривается как консультация.

В соответствии со всем вышесказанным, на 1 этапе эксперимента, который проводился на базе Института искусств СГУ им. Н.Г. Чернышевского у студентов 1 курса, 101 группы, мы определили исходный уровень сформированности тех качеств личности, которые входят в структуру имиджа современного учителя, используя комплекс форм проведения занятий и диагностических методов.

В анкетах и самостоятельных работах принимало участие *19 студентов* 1 курса, 101 группы Направления подготовки «Педагогическое образование» профиль «Музыка» (анкеты и самостоятельные работы даны в приложении).

Для определения исходного уровня сформированности педагогического имиджа у студентов Института искусств использовали следующую *формулу 1*:

$$K = \sum n / 4,$$

где:

K – показатель средней количественной оценки комплекса анкет, самостоятельных работ и творческого задания;

$\sum n$ – сумма баллов по всем анкетам, самостоятельным работам и творческому заданию;

4 – количество разработок.

Таким образом, мы рассчитали количество баллов по уровням, что составило:

1. Низкий уровень - 5-10 баллов;

3. Средний уровень - 11-15 баллов;

4. Высокий уровень - 16-20 баллов.

Основываясь на результатах количественной оценки диагностирования на 1 этапе, мы рассчитали исходный уровень сформированности педагогического имиджа студентов Института искусств.

При подсчете мы использовали *формулу 2*:

$$K = \sum n / i / Nэ,$$

где:

K – показатель количественной оценки уровня сформированности педагогического имиджа;

n – соответствующий балл ответа;

i – количество анкет и самостоятельных работ;

$Nэ$ – количество студентов курса;

Исходя из полученных значений, находим показатель количественной оценки уровня сформированности педагогического имиджа студентов Института искусств

$$K = 12$$

Данный показатель соответствует среднему уровню сформированности педагогического имиджа студентов.

Использование комплекса предложенных диагностических разработок позволило нам дать *характеристику* имеющегося исходного уровня сформированности педагогического имиджа у студентов как будущих учителей музыки. Основываясь на анализе полученных данных можно сделать *вывод*, что на 1 этапе исследования у некоторых студентов 1 курса, 101 группы отсутствует готовность к формированию свойств личности, которые включает в себя имидж современного учителя музыки. Бакалавры не активно включаются в деятельность по данному направлению, отказываются выполнять самостоятельные задания, либо при выполнении самостоятельных работ нуждается в помощи преподавателя или выполняют самостоятельное задание коллективно.

Кроме того, если у некоторых студентов иногда прослеживается готовность к данным процессам, тем не менее, у них наблюдается потребность в дополнительных стимулах со стороны преподавателя при выполнении заданий по данной проблеме. Несмотря на то, что творческие мотивы у таких бакалавров более ярко выражены, тем не мене, они носят узколичностный характер (стремление иметь хорошие показатели на экзаменах и зачетах, стремление понравиться преподавателю, желание завоевать авторитет среди однокурсников и т.д.). Степень активности включения этих студентов в деятельность хотя и носит постоянный характер, но зависит от внешних факторов (соответствующей обстановке на курсе, хорошего настроения, одобрения со стороны однокурсников и т.п.). Следует отметить, что эти бакалавры предпочитали работать в микрогруппе, и не решились брать инициативу в свои руки.

На втором этапе эксперимента осуществлялась разработка специальных педагогических условий по формированию педагогического имиджа у студентов и использование их в процессе производственной практики на базе Института искусств.

Во время экспериментальной работы мы проводили занятия *в форме лекции – беседы* на тему «Роль имиджа педагога в его профессиональной деятельности»; *информационно-объяснительной лекции* на тему «Профессиональные установки и ценности», *проблемной лекции* на тему «Внешний вид педагога, три стиля одежды в педагогической сфере», *семинара – дискуссии* на тему «Структурные компоненты педагогического имиджа», *практических занятий* на темы «Имидж современного педагога», «Необходимые характеристики при формировании имиджа учителя», а так же *в форме деловых игр*, суть которых состоит в импровизированном создании ситуаций, моделирующих некую типичную деятельность, решение проблем, возникающих в ходе этой деятельности.

Использованный нами во время практики *метод создания проблемных ситуаций* обусловлен, во-первых, противоречием между имеющимися у студентов знаниями, умениями, навыками и тем, что предстоит решить; во-вторых, желанием бакалавров снять ощущение противоречия. Конкретным поводом для создания учебно-проблемных ситуаций могут быть проблемные вопросы.

Среди методов наибольшее внимание заслуживает *метод «опережающих» заданий*, который рассчитан на осознанное, добровольное принятие студентом предложенных преподавателями творческих заданий.

В последнее время часто используется *метод фокус-групп* для проведения исследований в рамках дискуссионных программ.

Фокус-группы рассматривают как способ проверки и тестирования вариантов воздействия на аудиторию и нахождения новых путей такого воздействия. Участники являются представителями различных целевых аудиторий и отвечают на вопросы ведущего или сами рассуждают на заданные темы. В этом методе изучения важна роль ведущего, который направляет дискуссию в нужное русло и помогает участникам найти контакт между собой.

Еще одним из важных *педагогических условий* формирования имиджа современного учителя является использование нами в практической деятельности *принципов личностно-ориентированного обучения*, к которым можно отнести: принцип нравственного влияния на студента только в рамках совместной продуктивной деятельности; обеспечение доброжелательной атмосферы общения, которая создает условия для формирования педагогического имиджа; поддержка оригинальных идей; поддержка индивидуального, нестандартного стиля самовыражения; формирование совместно с бакалавром широкой сферы его саморазвития на основе его интересов и ответственности; отказ от категорических оценок.

Следующим *важным условием* является предложенный студентам *комплекс творческих заданий* по формированию педагогического имиджа.

Для более эффективного формирования педагогического имиджа у студентов 1 курса Института искусств мы применяли *информационные технологии* образовательного процесса, что позволило интенсифицировать обучение, реализовать идеи развивающего обучения, увеличить объем самостоятельной работы студентов. Одной из форм обучения, стимулирующих студентов к творческой деятельности по формированию педагогического имиджа, является создание ими *самостоятельных творческих мультимедийных проектов* по данной проблеме.

Итак, проведение второго этапа эксперимента с внедрением специальных педагогических условий, использованием диагностических анкет, самостоятельных работ и творческого задания (тех же, что и на 1 этапе эксперимента) позволило нам сделать *выводы* о том, что благодаря внедрению в нашу производственную практику специальных форм, методов, принципов, технического инструментария и некоторых современных приемов работы, как основных педагогических условий, наметилась положительная динамика процесса формирования имиджа современного учителя у студентов 1 курса Института искусств.

Представим результаты проверки эффективности формирования педагогического имиджа студентов 1 курса Института искусств.

При подсчете мы использовали *формулу 2*:

$$K = \sum n/i/Nэ,$$

где:

K – показатель количественной оценки уровня сформированности педагогического имиджа;

n - соответствующий балл ответа;

i - количество анкет и самостоятельных работ;

$Nэ$ - количество студентов курса;

Исходя из полученных значений, находим показатель количественной оценки уровня сформированности педагогического имиджа студентов Института искусств

$$K=16$$

Данный показатель соответствует высокому уровню сформированности педагогического имиджа студентов.

В результате анкетирования (Анкета №1) и выполнения самостоятельных работ 50% студентов показали в полном объеме знания понятия «имидж», и наличие представлений о педагогическом имидже, 30% студентов в малом объеме владеют понятием об «имидже» и о «педагогическом имидже».

В результате заполнения анкеты №2 и выполнения самостоятельных работ 72 % студентов проявили интерес к выполнению задания, у них явно выраженная мотивация и потребность к формированию педагогического имиджа, 28% студентов заполняли анкеты без особой мотивации и заинтересованности.

В результате заполнения анкеты №3 и выполнения самостоятельных работ 74% студентов готовы к деятельности по формированию педагогического имиджа, владеют способами реализации имиджа педагога,

26% студентов не активно принимают участие в педагогической деятельности по данной проблеме.

Итак, первокурсники стали более активно и целенаправленно включаются в деятельность по данной проблеме. Мотивы готовности к этому процессу у некоторых студентов стали отличаются большей устойчивостью. Кроме того, помимо узколичных мотивов (стремление иметь хорошие показатели по дисциплине «Педагогика», стремление понравиться преподавателю и однокурсникам и т.д.) стали появляться ценностные мотивы (стремление осмыслить происходящие события, стремление повысить уровень эрудиции, личностной культуры, сформировать качества, необходимые современному педагогу). Результаты самореализации студентов стали отличаться новизной и индивидуальностью решения. Прослеживается собственная инициатива участников экспериментального исследования и помощь преподавателя стала необходима в качестве консультации.

Мы надеемся, что благодаря разработанным нами педагогическим условиям по формированию имиджа современного учителя у студентов Института искусств, практическая работа по данной проблеме учителей музыки в общеобразовательных школах и лицеях будет более эффективной.