

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПЕДАГОГА ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Гордеева Л.Н.¹

¹ФГБОУ ВО «Алтайский государственный педагогический университет», Барнаул, e-mail: ludmilagord_1973@mail.ru

Качественные показатели функционирования современной дошкольной образовательной организации свидетельствуют о наличии широкого перечня параметров, которые приходится учитывать грамотному руководителю в ходе структурирования модели деятельности организации, а также давать оценку, упреждать и предвидеть допустимые профессиональные риски, возможно возникающие в последующих результатах практической деятельности, в том числе и при формировании и поддержании позитивного имиджа организации. В связи с этим функциональная грамотность современного педагога рассматривается не только как один из целевых ориентиров компетентностно-ориентированного обучения, но и как немаловажный фактор, влияющий на формирование имиджа как педагога, так и организации, в которой он работает. При определении качественного содержания и структуры функциональной грамотности современного педагога дошкольной образовательной организации в материалах педагогов-исследователей сопоставляются такие понятия, как «компетентность» и «функциональная грамотность». Актуальность данной статьи обусловлена тем, что в настоящее время уделяется достаточное внимание в целом понятию «имидж педагога», дается сравнительный анализ понятиям «имидж», «репутация», «образ», но требует внимания детализация позиций, влияющих на формирование позитивного имиджа, в частности через структурирование функциональной грамотности, усиление всех ее позиций и включение в целенаправленную работу над ее улучшением.

Ключевые слова: компетентность, функциональная грамотность, педагог, имидж, дошкольная образовательная организация, позитивный имидж педагога.

FUNCTIONAL LITERACY AS A FACTOR IN THE FORMATION OF A TEACHER'S IMAGE PRESCHOOL EDUCATIONAL ORGANIZATIONS

Gordeeva L.N.¹

¹FGBOU VO «Altai State Pedagogical University», Barnaul, e-mail: ludmilagord_1973@mail.ru

Qualitative indicators of the functioning of a modern preschool educational organization indicate the presence of a wide list of parameters that a competent manager has to take into account during the structuring of the organization's activity model, as well as to assess, anticipate and anticipate acceptable professional risks that may arise in subsequent results of practical activities, including during the formation and maintenance of a positive image of the organization. In this regard, the functional literacy of a modern teacher is considered not only as one of the targets of competence-based learning, but also an important factor influencing the formation of the image of both the teacher and the organization in which he works. When determining the qualitative content and structure of functional literacy of a modern teacher of a preschool educational organization, such concepts as «competence» and «functional literacy» are compared in the materials of teachers-researchers. The relevance of this article is due to the fact that sufficient attention is currently being paid to the whole concept of the teacher's image, a comparative analysis is given to the concepts of «image», «reputation», «image», but attention needs to be paid to detailing the positions that affect the formation of a positive image, in particular through structuring functional literacy, strengthening all its positions and inclusion in purposeful work on its improvement.

Keywords: competence, functional literacy, teacher, image, preschool educational organization, positive image of a teacher.

Статья раскрывает позиции функциональной грамотности и ее влияние на формирование позитивного имиджа современного педагога дошкольной образовательной организации (далее – ДОО).

На сегодняшнем этапе развития системы образования функциональная грамотность занимает особое место в перечне качественных показателей современного обучения, таких как уровень освоения программ, способствующих органичному взаимодействию и развитию личности в социальном окружении, а также речевых, эмоциональных и социально-коммуникативных способностей, дающих возможность влиять на развитие всех сторон информационного, ценностно-смыслового, познавательного, и коммуникативного личностного потенциала.

В словаре С.И. Ожегова понятие «компетентность» трактуется как «знание, осведомленность, авторитетность в какой-нибудь области» [1, с. 762]. А.Г. Бермус подчеркивает, что внутри компетентностного подхода выделяются два базовых понятия: компетенция и компетентность, при этом первое из них «включает совокупность взаимосвязанных качеств личности, задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов», а второе соотносится с «владением, обладанием человеком соответствующей компетенцией, включающей его личностное отношение к ней и предмету деятельности». Исходя из приведенных определений наблюдаем некое расхождение в трактовке понятий, но и имеется определенное сходство по основным позициям [2, с. 15].

Впервые понятие «функциональная грамотность» введено ЮНЕСКО в 1957 году.

А.А. Леонтьев раскрывает функциональную грамотность в следующем ключе «..способность человека использовать приобретаемые в течение жизни знания для расширения широкого диапазона жизненных задач в различных сферах человеческой деятельности, общения и социальных отношений» [3, с. 35].

Г.М. Коджаспирова, А.Ю. Коджаспиров дают следующее определение понятия общекультурной компетентности: «уровень образованности, достаточный для самообразования решения возникающих при этом познавательных проблем и определения своей позиции» [4, с. 40]. Более широкую интерпретацию дефиниции находим у Э.Г. Азимова, А.Н. Щукина: «способность человека вступать в отношения с внешней средой и максимально быстро адаптироваться и функционировать в ней... для осуществления жизнедеятельности личности в конкретной культурной среде» [5, с. 210].

На наш взгляд, функциональная грамотность имеет более широкий спектр составных элементов и вписывается в модель, проиллюстрированную на рисунке 1.

Анализ психолого-педагогической и теоретической литературы позволяет использовать термин «имидж» в системе функционирования дошкольной образовательной организации. Так, уточняется, по мнению Э.Ф. Макаревича и О.И. Карпухина, понятие «имидж» как «сконструированный или стихийно возникший, эмоционально окрашенный образ чего-либо или кого-либо, воспринимаемый массовым сознанием, рождающим

определенное мнение. Это образ-символ, влияющий на эмоции, сознание и поведение личности и общественной группы в отношении объекта» [6, с. 39], в данном определении основным понятием в трактовке термина «имидж» становится «образ».

М.А. Гончаров формулирует понятие имидж как «...непосредственно или преднамеренно создаваемое визуальное впечатление о личности или социальной структуре», таким образом, основным становится «впечатление» [7, с. 32].



Рис. 1. Составные элементы функциональной грамотности педагога ДОО

А.О. Еронин рассматривает данное понятие в таком ключе, как «образ-представление, функционирующий на уровнях индивидуального, группового и общественного сознания и отражающий особенности восприятия содержания образовательных услуг и оценки перспектив, значимости и целесообразности их потребления» [8, с. 9].

Ученые-исследователи часто соотносят создаваемый в процессе деятельности образ ДОО и транслируемые ключевые качества личностные человека и как руководителя, и как педагога.

Имидж, по мнению В.Ю. Мамаевой, В.В. Мацько, предлагается рассмотреть, опираясь на маркетинговые критерии «как систему социально-экономических отношений, формирующих образ какого-либо объекта в процессе маркетинговой и имиджевой коммуникации, наделенный знаковыми характеристиками, которыми можно управлять посредством элементов маркетинга в целях влияния на поведение потребителей (социальных заказчиков) или целевой аудитории» [9, с. 98]. Данная формулировка дает возможность раскрывать понятие «имидж» в ключе внутрикорпоративных связей, существующих в конкретном коллективе, работающем над созданием персональной имиджевой коммуникации в пространстве индивидуального взаимодействия двух и более объектов, и основывается на ключевом понятии – «образ».

Внесем уточнение о том, что в ключе функционирования ДОО имиджевая коммуникация является устойчивой и продуктивной ступенью, формирующей профессиональное общение, конструктивное взаимодействие, устойчивый контакт внутри существующей связи «носитель имиджа – педагогический коллектив ДОО» и его целевой аудитории в лице родителей (законных представителей) воспитанников, членов коллектива, социальных заказчиков, окружения и партнеров.

Качественная деятельность по созданию имиджевой коммуникации дает возможность формировать и позиционировать позитивный имидж в социальном окружении ДОО и современном профессиональном сообществе. Функциональная грамотность педагога позволяет более полноценно формировать и устойчиво удерживать позиции положительного имиджа организации.

Взятые нами во внимание трактовки термина «имидж» позволяют вывести типичные присущие ему признаки: имидж есть результат проявления качеств явлений и предметов, отражающихся в сознании конкретного человека, руководителя, педагога, а также коллектива в целом; имидж индивидуален и неповторим в связи с тем, что является продуктом деятельности конкретной ДОО, в том числе ее профессионального коллектива, воспринимающего современную окружающую действительность.

Транслируемый имидж представляет первичный образ-впечатление о личности руководителя и организации в целом, являясь брендом, визитной карточкой результатов его деятельности. Уровень проработанности и степень успешности имиджа укрепляют и совершенствуют профессиональный авторитет руководителя, а также усиливают позиции ДОО, гарантируют ее общественную репутацию.

Проведенный анализ теоретической литературы, позволяющий соотнести термины «позитивный имидж» и «функциональная грамотность» современного педагога, а также опыт управленческой практики в сфере дошкольного образования, дает понимание особой роли сформированности функциональной грамотности при трансляции позитивного имиджа педагога современной ДОО.

Основываясь на опыте педагогической практики, внедрение динамической модели управления процессом формирования позитивного имиджа ДОО мы определяем как одну из качественных и результативных основ формирования позитивного имиджа ДОО. Динамическая модель управления процессом формирования позитивного имиджа ДОО отображена на рисунке 2.

Рассмотрим характеристики составляющих элементов модели управления процессом формирования позитивного имиджа ДОО.

Структурно-динамическая модель управления процессом формирования позитивного имиджа ДОО содержит следующие составляющие компоненты: мотивационно-целевой, концептуально-стратегический, технологический, результативно-оценочный.



Рис. 2. Динамическая модель управления процессом формирования позитивного имиджа ДОО

Мотивационно-целевой компонент позволяет предопределить ожидаемый результат и скоординировать деятельность руководителя, педагогического коллектива, персонала, родительской общественности ДОО в социуме и включает:

- миссию, задачи, функции управления;
- оптимизационный подход в управлении и его принципы оптимизационного подхода в управлении – системность, конкретность, меры.

Данный компонент динамической модели позволяет осуществить: вертикальную взаимосвязь, сохраняя при этом горизонтальное взаимодействие субъектов управления в предлагаемой модели; укрепление интеграционной связи функций управления: анализа – планирования – организации – контроля – регулирования; гармонизацию, объединение всех

элементов модели при создании объективной возможности для развития управленческой системы и обеспечения целостности происходящих процессов при создании положительного имиджа ДОО.

Концептуально-стратегический компонент представлен когнитивным, эмоционально-ценностным и практико-деятельностным блоками, содержание которых включает:

– процесс развития универсальных профессиональных компетенций руководителя и педагогов, которые в структуре имиджа ДОО будут стимулировать образовательные инициативы и управлять их превращением в механизм развития деятельности учреждения на основе сформированной индивидуальной концепции и позитивного имиджа руководителя и педагогов;

– средства и активные формы организации деятельности персонала, педагогического коллектива и руководителя ДОО при управлении процессом формирования положительного имиджа учреждения.

Когнитивный блок этого компонента предполагает, что наряду с профессиональными знаниями педагогическому коллективу необходимы знания основ культуры делового общения, опыт продуктивного межличностного взаимодействия с субъектами совместной деятельности, родителями воспитанников, социальными партнерами [10, с. 54].

В реализации позиций эмоционально-ценностной части слагаемых имиджа важны осознание приоритетности профессионального выбора, стремление к профессиональному самоутверждению.

Профессиональное взаимодействие с коллегами определяет реализацию практико-деятельностного блока и опирается на технологии командообразования и индивидуализации формирования индивидуального имиджа.

Методы, формы и средства, применяемые для достижения намеченного результата управленческого процесса в формировании позитивного имиджа руководителя образовательной организации и ее руководителя, являются составными технологического компонента модели.

Подобно существующим традиционным, принято внедрение инновационных форм и методов, не менее успешно работающих в создании положительного имиджа: участие педагогов и образовательной организации в профессиональном конкурсном движении, освещение опыта работы и успешных практик в средствах массовой информации, трансляция презентаций на научно-практических конференциях, индивидуальная стилизация в оформлении локаций образовательной организации, внедрение технологии создания индивидуального стиля, принятого в образовательной организации, имеющей успешный опыт в направлении управленческой практики.

Приведенные примеры практики в значительной мере позволяют положительно воздействовать на процесс управления при создании положительного имиджа руководителя и организации, которой он управляет. Данный компонент транслирует и демонстрирует существующий имидж на уровне не только ближнего окружения, но и региона.

Необходимо подчеркнуть, что технологический компонент сконструированной модели служит также иллюстрацией внедрения технологического подхода этого типа деятельности в дошкольном образовании, учитывает действенное инструментальное управление в процессе создания положительного имиджа ДОО, объединяющего набор методов и используемых средств, позволяющих продуктивно и качественно реализовать все целевые ориентиры мотивационно-целевого компонента динамической модели.

Результативно-оценочный компонент является итоговым этапом внедрения модели по созданию позитивного имиджа ДОО, в своем формировании связан с мотивационно-целевым компонентом и служит обеспечению продуктивности взаимодействия функционирования всех составляющих в модели, влияет на качество проявления управленческого процесса формирования имиджа ДОО как целостного процесса.

Важно подчеркнуть, что реализация каждого из включенных в динамическую модель компонентов невозможна в полной мере без качественной, высокопрофессиональной, функционально грамотной деятельности педагогов.

Цель исследования

1. Провести теоретический анализ научных публикаций по проблеме развития функциональной грамотности и ее влияния на формирование позитивного имиджа педагога ДОО.
2. Определить составные элементы функциональной грамотности педагога ДОО и ее роли в формировании позитивного имиджа педагога дошкольной образовательной организации.
3. Разработать и практически внедрить динамическую модель управления процессом формирования позитивного имиджа ДОО.

Материал и методы исследования. В ходе исследования было проведено анкетирование, выявляющее активность и заинтересованность педагогов в процессе формирования собственного имиджа через повышение уровня функциональной грамотности.

Результаты исследования и их обсуждение. Проведены анкетирование 100 педагогов четырех дошкольных образовательных организаций города Барнаула на предмет уровня самооценки и сформированности понятий собственного имиджа и функциональной грамотности, а также опрос на тему влияния уровня функциональной грамотности на позиционирование себя как успешного педагога современной образовательной организации.

Трансляция данных позиций происходит как в ежедневной профессиональной деятельности, так и при участии в различных открытых профессиональных мероприятиях (конкурсах, фестивалях, семинарах, мастер-классах и т.д.).

Так, 75% опрошенных педагогов отметили важность трансляции собственной успешности и положительного опыта практики в конкурсном движении, и только 42% из них уверены в собственных силах качественно представить материал из опыта работы; 30% педагогов сомневаются в необходимости трансляции опыта на различных профессиональных площадках, вместе с тем 92% из них испытывают затруднения в формировании пакета конкурсных материалов, считая необходимым усилить методическое сопровождение со стороны старшего воспитателя; лишь 21% респондентов считают уровень сформированности собственной функциональной грамотности достаточным; 79% выразили потребность в постоянном совершенствовании собственных компетенций, саморазвитии, самообразовании; 92% испытывают потребность в амплификации кругозора, активно интересуясь происходящим в окружающей действительности, науке, политике, литературе, искусстве; 84% педагогов отметили у себя способность критично мыслить (ставить под сомнение информацию, делать выводы, выдвигать идеи); 87% считают достаточным уровень успешности выстраивания взаимоотношений со всеми участниками образовательного процесса.

Данные проведенного анкетирования указывают на наличие потребности повышения уровня функциональной грамотности педагогов ДОО и необходимость организации целенаправленной работы в ДОО, а также организации курсовой подготовки по теме: «Функциональная грамотность как фактор формирования имиджа педагога дошкольной образовательной организации».

Выводы. Результаты апробации сконструированной динамической модели управления процессом формирования позитивного имиджа ДОО выявили определенные практические эффекты, а вместе с этим и необходимость изучения преобразования в социально-экономических условиях, в том числе целевых ориентиров деятельности ДОО на существующей ступени, необходимость проведения работы по включению при реализации динамической модели существующих позитивных практик и опыта, что определенно актуально как при создании имиджа и репутации учреждения, так и в целом в управленческой теории и практике системы дошкольного образования.

Результат, полученный в ходе апробации действия динамической модели процесса управления положительным имиджем ДОО, определение степени влияния уровня сформированности составных элементов функциональной грамотности на усиление позиций позитивного имиджа позволяют сделать следующие выводы:

– теоретическая и профессиональная литература дает достаточно широкий спектр определений понятий «имидж» и «функциональная грамотность». Исследователи подробно уточняют индивидуальное содержание в определении этих терминов. Это конкретизирует и упрощает процесс при применении в практической и управленческой деятельности концептуальных подходов к поиску и реализации актуальных вопросов обозначенной проблемы, в том числе в системе дошкольного образования;

– разработанной динамической модели процесса управления позитивным имиджем ДОО необходима более широкая апробация и реализация в профессиональной среде руководящих и педагогических работников, однако эффективность ее действия подтверждена на выборке целевой группы педагогов.

Для повышения качества профессиональных компетентных показателей, личной заинтересованности в функциональной грамотности членов педагогического сообщества значимыми станут разработка и реализация содержания дополнительной профессиональной программы повышения квалификации, которая будет направлена на выявление и устранение профессиональных дефицитов, мотивирование педагогов к повышению уровня функциональной грамотности, что повлияет на качество выполнения профессиональных обязанностей и окажет положительное воздействие на формирование позитивного имиджа и деловой и общественной репутации не только отдельных членов педагогического коллектива, но и, определенно, всей ДОО.

Список литературы

1. Ожегов С.И. Словарь русского языка. Изд. АСТ. 2023. 1360 с.
2. Бермус А.Г. Практическая педагогика 6 учебное пособие для вузов.– 2-е изд. М.: Издательство Юрайт, 2023. 127 с.
3. Педагогика здравого смысла: сб. материалов / под науч. ред. А.А. Леонтьева. М.: Баласс: Изд. дом РАО, 2003. 368 с.
4. Коджаспирова Г.М., Коджаспиров А.Ю. Словарь по педагогике (междисциплинарный). М.: Просвещение, 2017. 97 с.
5. Азимов Э.Г, Щукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: Икар. 2009. 446 с.
6. Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И. Имидж в современном мире (Наука, культура, образование на грани тысячелетий) // Социально-гуманитарные знания. 2012. № 3. С. 39-59.
7. Гончаров М.А. Основы менеджмента в образовании: учебное пособие.– 3-е изд., стер. М.: КНОРУС. 2016. 476 с.

8. Еронин А.О. Социально-психологические условия формирования позитивного имиджа среднего профессионального образования: дис. ... канд. пед. наук. М.: 2015. 260 с.
9. Мамаева В.Ю., Мацько В.В. Имидж как объект научного анализа и категория маркетинга // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика, 2017. № 4. С. 92-101.
10. Гордеева Л.Н. Формирование позитивного имиджа современной дошкольной образовательной организации // Научно-методическое сопровождение профессионально-личностного развития участников образовательного процесса: сборник материалов Международной научно-практической конференции. Издательство: Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт Невинномысск, 2022. С. 50-59.