

УДК 37.01:004

## СОДЕРЖАНИЕ КОГНИТИВНОГО И ДЕЯТЕЛЬНОСТНОГО КОМПОНЕНТОВ В ИМИДЖЕЛОГИИ ОБРАЗОВАНИЯ

**Новикова Т.Б.**

*ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»,  
Магнитогорск, e-mail: tglushenko\_2184@mail.ru*

Качество осуществления любой деятельности зависит от подготовленности человека к ней на уровне грамотности, образованности, компетентности или культуры, который задается требованиями общества. Сегодня одной из тенденций реформирования современного высшего образования является выдвижение в качестве приоритетного – компетентностного подхода при подготовке специалистов. В странах Запада компетенции разрабатываются и предъявляются в первую очередь работодателями и обществом в виде некоторых специфических ожиданий, связанных с профессиональной деятельностью выпускника. Уровень соответствия индивидуальных показателей ожиданиям работодателя и общества – основной показатель компетентности. В статье подробно рассмотрены содержание когнитивного и деятельностного подходов в формировании имиджевой информации в сфере образовательных услуг образовательной организации. Рассмотрены теоретические, методологические и технологические знания; диагностические, проекторочные, организационные умения.

**Ключевые слова:** когнитивный, деятельностный, компонент, имиджология, образовательная организация

## CONTENTS COGNITIVE AND ACTIVITY IMAGEOLOGY COMPONENTS IN EDUCATION

**Novikova T.B.**

*Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, e-mail: tglushenko\_2184@mail.ru*

The quality of the implementation of any activity depends on the human preparedness to it at the level of literacy, education, competence and culture, which is defined by the requirements of society. Today, one of the trends of the reform of modern higher education is the extension as a priority - the competency approach to training. In Western countries, the competence developed and brought in the first place by employers and society in the form of some specific expectations related to the professional activity of graduates. The level of compliance with individual performance expectations of the employer and the public - the main indicator of competence. The article discussed in detail the content of the activity and cognitive approaches in the formation of image information in the field of educational services educational organization. The theoretical, methodological and technological knowledge; diagnostic, design and organizational skills.

**Keywords:** cognitive, activity, component, image making, educational organization

Анализ имиджологической, педагогической литературы, литературы в сфере новых информационных технологий (НИТ) и наше исследование позволили нам разработать содержание когнитивного компонента, включающего в себя информационные знания теоретического, методического и технологического характера, необходимые будущему специалисту по использованию НИТ в формировании имиджа образовательной организации (ОО). Определяя систему знаний (табл. 1), мы исходили из следующего положения: поскольку рассматривается процесс подготовки будущего специалиста к использованию новых информационных технологий в формировании имиджа образовательной организации, то: во-первых, система знаний должна включать общие и специальные знания в области новых информационных технологий и имиджологии, а также специальные знания по использованию НИТ в формировании имиджа ОО; во-вторых, система профессиональных знаний будущего учителя должна соотноситься с

системой знаний в области НИТ, применяемой в целях формирования имиджа образовательного учреждения.

Таким образом, когнитивный компонент готовности, отражая информационную и ориентационную функции, позволяет удовлетворить и развить потребности, интересы, мотивы и ценностные ориентации будущего учителя при использовании НИТ в формировании имиджа ОО. Когнитивный компонент представляет собой единство теоретических, методических и технологических знаний, которые интегрируют общие и специальные знания в сфере новых информационных технологий, общие и специальные знания в области имиджологии и специальные по использованию будущим учителем НИТ в формировании имиджа ОО. Степень их сформированности отражает теоретическую готовность учителя к использованию НИТ в формировании имиджа образовательного учреждения.

Деятельностный компонент. Данный компонент выполняет трансляционную и

регулятивную функцию и отражает практическую готовность будущего учителя к использованию НИТ в формировании имиджа ОО. В структуру данного компонента мы включаем комплекс умений использования НИТ в формировании имиджа ОО. Рассматривая компонентный состав данных умений, мы проанализировали классификации умений, которые выстроены по функциям деятельности (В.А. Николаев, М.В. Романова, З.Ф. Есарева и др.), этапам педагогического процесса (В.А. Сластенин), логике процесса деятельности (И.Ф. Исаев, И.Г. Н.М. Яковлева и др.).

Соглашаясь с утверждением Н.В. Кузьминой о том, что структура умений должна соотноситься с функциональной структурой соответствующей им деятельности, опираясь на точку зрения Г.В. Суходольского, который в рамках концепции психологической теории деятельности доказал, что все виды деятельности, в принципе, содержат одинаковую функциональную структуру и компонентный состав, мы выделили следующие группы умений: диагностические, проектировочные, организационные, коммуникативные и рефлексивные (табл.2)

Таблица 1

Содержание когнитивного компонента готовности будущего специалиста к использованию новых информационных технологий в формировании имиджа образовательной организации

| Компоненты знаний    | Краткая характеристика структуры компонента  |
|----------------------|--|
| Теоретические знания | <p>Общие знания в области новых информационных технологий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• назначение и функционирование персонального компьютера, устройства ввода-вывода информации;</li> <li>• владение интерфейсом операционной системы;</li> <li>• гигиена компьютера;</li> <li>• основы информационной безопасности;</li> <li>• понятие «новые информационные технологии»;</li> <li>• эволюция новых информационных технологий;</li> <li>• классификация новых информационных технологий.</li> </ul> <p>Специальные знания в области новых информационных технологий:</p> <p>Понятия «использование новых информационных технологий в формировании имиджа образовательного учреждения», «готовность будущего учителя к использованию новых информационных технологий в формировании имиджа образовательного учреждения». Содержание структуры готовности будущего учителя к использованию НИТ в формировании имиджа образовательного учреждения. Классификация новых информационных технологий в формировании имиджа образовательного учреждения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Основы работы в сети Интернет.</li> <li>• Социальные сервисы. Понятие социальных сервисов. Виды социальных сервисов: блогосфера, викисфера, тегосфера, сфера Google, линкосфера и др. Основы работы в социальных сервисах. Сетевой этикет, организация общения и культуры отношений в сети (организация личного информационного пространства, продвижение сетевого лица, этикет обезличенного взаимодействия). Психологические и физиологические аспекты сетевого общения (влияние глобальных сетей, угрозы сетевого общения, социализация личности средствами коммуникационных сетей).</li> <li>• Основы построения web-сайта: понятия «сайт», «интернет-представительство», типология сайтов, предназначение, функции, структура.</li> <li>• Медиарилейшнз, пабликрилейшнз.</li> <li>• Основы работы с презентациями, мультимедийными презентациями, гипермедиа-технологиями, MS Office Outlook, аудио- и электронной почтой, текстовыми процессорами, табличными, видео-, аудио- и графическими редакторами, форумом, мультимедиа-проигрывателем, факсимальной связью, программами оптического распознавания символов, голосовой связью (IP-phone, Vocaltec).</li> </ul> <p>Общие знания в области имиджологии:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• понятие и теория имиджа;</li> <li>• педагогическая имиджология как отрасль знаний.</li> <li>• Специальные знания в области имиджологии:</li> <li>• имиджмейкинг образовательного учреждения;</li> <li>• корпоративный имидж организации;</li> <li>• индивидуальный имидж;</li> <li>• методы рекламы и пабликрилейшнз в создании имиджа организации;</li> <li>• групповой имидж;</li> </ul> |

| Компоненты знаний    | Краткая характеристика структуры компонента   |
|----------------------|---|
| Теоретические знания | <ul style="list-style-type: none"> <li>• вербальный имидж человека;</li> <li>• габитарный, цветовой имидж, самопрезентация образа с помощью одежды, вещественно-средовой имидж;</li> <li>• объектный имидж.</li> </ul> <p>Специальные знания в области использования новых информационных технологий в формировании имиджа образовательного учреждения:</p> <p>1. Формирование имиджа образовательного учреждения с применением социальных сервисов:</p> <p>Блогосфера. Понятие блог, блогосфера, портфолио, web-портфолио. Web-портфолио учителя, директора, учащегося, класса, выпускника и других сотрудников ОО. Блоги образовательного учреждения, его сотрудников и учащихся. Сетевая работа образовательного учреждения посредством социальных сервисов: сетевые сообщества с учениками и их родителями, сетевая среда общественного управления ОО. Сетевые сообщества родителей, учителей, библиотекарей, директоров, школьных врачей, классных руководителей, выпускников и т.д. Реклама ОО в блогах.</p> <p>Викисфера. Понятие викисферы. ВикиВики (WikiWiki), Вики. Применение викисферы в целях формирования имиджа образовательного учреждения. Графвиз, карты FreeMind.</p> <p>Тегосфера. Понятие тегосферы. Применение тегосферы в целях формирования имиджа ОО. Фликр.</p> <p>Сфера Google. Понятие сферы Google. Блокнот Google, документы и таблицы Google (коллективные документы), Picasa, видео каналы YouTube, календари Google, карты Google, сайты Google, Google Reader-a, Гугл группы.</p> <p>Линкосфера. Понятие линкосферы. FaceBook, в Контакте, Мой круг, социальные сети для учащихся, социальные сети для учителей, учащихся и их родителей, платформы для создания социальных сетей.</p> <p>Сервисы «Самопрезентация и общение», «Социальные медиа», «Слайд», «Слайдшар», «Photobucket», «Видеоблог», «Подкастинг».</p> <p>2. Формирование имиджа образовательного учреждения с помощью интернет-представительства образовательного учреждения</p> <p>Сайт (интернет-представительство) в формировании имиджа образовательного учреждения. Структура и наполнение сайта образовательного учреждения. Разделы сайта образовательного учреждения: «Новости», «Общие сведения», «Пресса», «Персоналии», «Виртуальные классы», «Учебный процесс», «Воспитательная работа», «Научная работа», «Информация для поступающих», «Электронная библиотека и медиатека», «Творчество учеников», «Спорт», «Безопасность», «Социальная деятельность», «Выпускники», «Родителям», «Родительский и попечительский советы», «Вакансии», «Фотогалерея», «Гостевая книга», «Форум», «Полезные ссылки», «Опросы и голосования».</p> <p>3. Медиарилейшнз и пабликрилейшнз образовательного учреждения</p> <p>Понятие медиарилейшнз и пабликрилейшнз. Медиарилейшнз и пабликрилейшнз в формировании имиджа образовательного учреждения. PR-мероприятия образовательного учреждения.</p> <p>4. Реклама или PR в сети Интернет</p> <p>Понятие рекламы, типы рекламы. Реклама образовательного учреждения: через электронную почту, в on-line изданиях, на форумах, интернет-мероприятия (аудио- и видео- конференции), контекстная реклама, виды баннерной рекламы (графическая реклама с неизменным размером, Rich – media, Pop UP, реклама в виде «Active Ads», рекламный миниблок, мини-сайт, коллаж), вирусный маркетинг, реклама в видеороликах, виды рекламы сайта образовательного учреждения (реклама с использованием оптимизации и продвижения сайтов, с использованием медийной рекламы, с помощью обмена тематическими ссылками с другими сайтами, счетчики и рейтинги на сайте, через доски объявлений и др.).</p> <p>5. Другие новые информационные технологии в формировании имиджа образовательного учреждения</p> <p>Гипермедиа-технологии, аудио- и электронная почта, текстовые процессоры, табличные, видео-, аудио- и графические редакторы, форум, мультимедиа-проигрыватели, факсимильная связь, программы оптического распознавания символов, голосовая связь (IP-phone, Vocaltec), SMS-дневники, презентации и мультимедийные презентации, гипермедиа-технологии, Microsoft office Publisher, Microsoft office Outlook в формировании имиджа образовательного учреждения. Программные средства работы с данными технологиями. Рекламные щиты, наружная реклама, телефонный маркетинг в формировании имиджа образовательного учреждения.</p> |

| Компоненты знаний      | Краткая характеристика структуры компонента  |
|------------------------|--|
| Методические знания    | <p>Знание методики формирования имиджа образовательного учреждения с использованием новых информационных технологий:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методика формирования имиджа ОО и его компонентов: <ul style="list-style-type: none"> <li>• корпоративный имидж (имидж образовательного учреждения);</li> <li>• имидж руководителя, индивидуальный имидж, габитарный, цветовой имидж, самопрезентация образа с помощью одежды, вещественно-средовой имидж, вербальный имидж человека (имидж руководителя);</li> <li>• габитарный, цветовой имидж, вещественно-средовой имидж, индивидуальный и групповой имидж, объектный имидж (представление об уровне комфортности школьной среды);</li> <li>• корпоративный имидж, индивидуальный и групповой имидж, габитарный, цветовой имидж, вещественно-средовой имидж, объектный имидж (внутренний имидж ОО)</li> <li>• фирменный стиль и его роль в создании корпоративного имиджа (стиль образовательного учреждения);</li> <li>• внешняя атрибутика, объектный имидж (внешняя атрибутика);</li> <li>• методы рекламы и паблик рилейшнз в создании имиджа организации (реклама, паблисити);</li> <li>• имидж потребителей товара, индивидуальный и групповой имидж (имидж потребителя образовательных услуг);</li> <li>• социальный имидж организации (социальный имидж ОО);</li> <li>• бизнес-имидж организации (бизнес-имидж ОО, финансовое положение, представление о цене образовательных услуг);</li> <li>• имидж продукции или услуг (представление социального окружения о качестве образования);</li> <li>• имидж персонала, индивидуальный имидж, групповой имидж, габитарный, цветовой имидж, самопрезентация образа с помощью одежды, вещественно-средовой имидж, вербальный имидж человека (имидж персонала, представление о месте и роли отдельных индивидов и групп);</li> <li>• визуальный имидж (визуальный имидж ОО).</li> </ul> </li> <li>2. Методика использования социальных сервисов в формировании имиджа образовательного учреждения.</li> <li>3. Методика использования технологий сайтостроения в разработке и содержательном наполнении интернет-представительства ОО.</li> <li>4. Методика использования технологий медиарилейшнз и пабликрилейшнз образовательного учреждения.</li> <li>5. Методика использования рекламы или PR образовательного учреждения в сети Интернет.</li> </ol> <p>Методика использования гипермедиа-технологий, аудио- и электронной почты, текстовых процессоров, табличных, видео-, аудио- и графических редакторов, форума, мультимедиа-проигрывателей, факсимальной связи, программ оптического распознавания символов, голосовой связи (IP-phone, Vocaltec), SMS-дневники, презентаций и мультимедийных презентаций, гипермедиа-технологий, Microsoft office Publisher, Microsoft office Outlook в формировании имиджа образовательного учреждения</p> |
| Технологические знания | <ul style="list-style-type: none"> <li>• знание технологий работы в сети Интернет;</li> <li>• знание технологий использования социальных сервисов;</li> <li>• платформы ведения блогов;</li> <li>• знание программных средств и технологий построения web-сайта;</li> <li>• знание программных средств работы с гипермедиа-технологиями, аудио- и электронной почтой, текстовыми процессорами, табличными, видео-, аудио- и графическими редакторами, форумом, мультимедиа-проигрывателем, факсимальной связью, программами оптического распознавания символов, голосовой связью (IP-phone, Vocaltec), SMS-дневниками, презентациями и мультимедийными презентациями, гипермедиа-технологиями, Microsoft office Publisher, Microsoft office Outlook</li> </ul>   |

Таблица 2

Содержание деятельностного компонента готовности будущего специалиста к использованию новых информационных технологий в формировании имиджа образовательного учреждения

| Умения                 | Состав умений  |
|------------------------|--|
| Диагностические умения | <ul style="list-style-type: none"> <li>• умение диагностировать необходимость создания или коррекции имиджа образовательного учреждения, его компонентов с использованием НИТ;</li> <li>• умение разработать диагностическую программу;</li> <li>• умение эффективно и корректно применять методы использования НИТ в целях формирования имиджа образовательного учреждения;</li> </ul>  |
| Диагностические умения | <ul style="list-style-type: none"> <li>• умение осуществлять мониторинг по использованию НИТ в формировании имиджа образовательного учреждения;</li> <li>• умение осуществлять диагностику процесса формирования имиджа образовательного учреждения, его компонентов с использованием НИТ;</li> <li>• умение осуществить поиск идей и новых информационных технологий в решении проблем</li> </ul>   |
| Проектировочные умения | <ul style="list-style-type: none"> <li>• умение ставить цель и задачи по использованию НИТ в формировании имиджа образовательного учреждения;</li> <li>• умение предвидеть результаты использования НИТ по имиджмейкингу ОО и его компонентов;</li> <li>• умение проектировать программу действий по практическому применению и реализации НИТ в формировании имиджа ОО;</li> <li>• умение проектировать имидж образовательного учреждения, его компоненты с использованием НИТ</li> <li>• умение прогнозировать дальнейшее использование НИТ в формировании имиджа ОО</li> </ul>  |
| Организационные умения | <ul style="list-style-type: none"> <li>• умение организовывать, планировать использование НИТ в формировании имиджа ОО;</li> <li>• умение осуществлять последовательность действий и составлять алгоритм этапов имиджмейкинга ОО с использованием НИТ;</li> <li>• умение регулировать и корректировать план и ход использования НИТ в формировании имиджа ОО;</li> <li>• умение организовывать и применять методы самоорганизации при использовании НИТ в формировании имиджа ОО</li> </ul>  |
| Коммуникативные умения | <ul style="list-style-type: none"> <li>• владение вербальными и невербальными технологиями по формированию имиджа ОО с использованием НИТ;</li> <li>• умение использовать эмоциональные, экспрессивные и регулятивные коммуникативные умения в формировании имиджа ОО с использованием НИТ;</li> <li>• умение организовывать общение и культуру отношений в сети Интернет, владение сетевым этикетом, психологическими и физиологическими аспектами сетевого общения;</li> <li>• умение выявлять уровни интерактивности в сетевом общении, организации режима диалогового взаимодействия в сети, использования разнообразных средств ведения сетевого диалога</li> </ul>                             |
| Рефлексивные умения    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• умение осуществлять самоанализ, самокоррекцию и саморегулирование выполненной деятельности по использованию НИТ в формировании имиджа ОО;</li> <li>• умение осуществлять самооценку выполненной деятельности по использованию НИТ в формировании имиджа ОО, критически оценивать полученный результат;</li> <li>• умение изучать собственные возможности для осуществления имиджмейкинга ОО с использованием НИТ;</li> <li>• умение осуществлять рефлексию своих знаний и умений по использованию НИТ в формировании имиджа ОО;</li> <li>• умение осуществлять самоанализ, самооценку, самокоррекцию и саморегулирование общения в сети Интернет</li> </ul> |

Итак, деятельностный компонент, выполняющий трансляционную и регулятивную функции, представлен нами комплексом диагностических, проектировочных, организационных, коммуникативных и рефлексивных умений, степень сформированности которых отражает практическую готовность будущего учителя к использованию НИТ в формировании имиджа ОО. Представленная цепочка компонентов «мотивационный → когнитивный → деятельностный» фиксирует внутренние механизмы, необходимые и достаточные для

формирования готовности будущего учителя к использованию НИТ в формировании имиджа ОО.

#### Список литературы

1. Новикова Т.Б. Новые информационные технологии в формировании имиджа образовательного учреждения [Электронный ресурс] : учебное пособие. - Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова». - Магнитогорск : МГТУ, 2015
2. Новикова Т.Б. Подготовка будущего учителя к использованию новых информационных технологий в формировании имиджа образовательного учреждения : диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Магнитогорский государственный университет. Магнитогорск, 2009