**О работе педагогического коллектива по развитию положительного имиджа учреждения образования как необходимого условия формирования социальной успешности учащихся**

Шаплыко Т.И., директор

Каждый директор и его педагогический коллектив мечтают, чтобы на их школе лежала печать яркой индивидуальности, чтобы она выделялась среди прочих, вызывала желание устроиться на работу или учиться именно в ней.

Необходимость формирования имиджа учреждения образования определяется следующими причинами:

— во-первых, сложная демографическая ситуация усиливает конкуренцию среди учреждений образования в борьбе за набор учащихся и сохранение контингента;
— во-вторых, сильный позитивный имидж облегчает доступ учреждения образования к лучшим ресурсам из возможных: финансовым, информационным, человеческим и т.д.;

— в-третьих, имея сформированный позитивный имидж, учреждение при прочих равных условиях становится более привлекательным для педагогов, так как представляет педагогам возможность получать удовлетворенность своим трудом и профессиональное развитие;

— в-четвертых, устойчивый позитивный имидж дает эффект приобретения учреждением образования определенной силы, в том смысле, что создает запас доверия ко всему происходящему в стенах учреждения.

Именно тот имидж, который складывается в глазах общественности об учреждении образования и его педагогическом и ученическом коллективах, существенно влияет и на приток родителей и учащихся и на развитие социального партнерства. Сформированный позитивный имидж учреждения образования позволит решить ряд задач:

— повысить привлекательность учреждения образования, в первую очередь, для родителей, учащихся и педагогов;

— повысить эффективность мероприятий по информированию населения относительно новых образовательных услуг,

— облегчить процесс введения новых образовательных услуг,

— повысить уровень организационной культуры,

— способствовать улучшению социально-психологического микроклимата в коллективе.

Современный словарь трактует понятие «имидж» (от лат. imago — «изображение, образ») как целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы.

Обратим внимание на несколько ключевых слов:

— «целенаправленно» — то есть, имидж — это то, что можно планировать и создавать;
— «эмоционально-психологическое воздействие» — то есть, он «работает» с чувствами, а не только с логикой;

— «воздействие на кого-либо» — то есть, необходимо увидеть тех субъектов, ради которых вся эта работа и затевается.

Качество имиджа — это не только психологический аванс, но и материальные инвестиции, которые гимназия может получить в перспективе. А если так, необходимо разобраться в механизмах формирования имиджа и способах его построения.

Конечным результатом, то есть, целью формирования имиджа, является повышение конкурентоспособности учреждения образования. А конкурентоспособность достигается сформированным отношением к учреждению образования.

Формирование имиджа — это процесс, в ходе которого создается некий спланированный образ.

Очень важно определиться с выбором: для кого и для чего формируется этот образ?

В качестве целевой аудитории при формировании имиджа учреждения образования можно выделить следующие компоненты:

— Ученики
— Родители
— Средства массовой информации
— Социальные партнеры

Обычно администрация УО редко видит в своих учениках тех субъектов, ради которых стоит выстраивать свой имидж. А ведь выпускники являются чуть ли не главными «пиарщиками» учреждении образования. Память о школьных годах хранится долго, и, если тот образ, который сложился у ребят по окончании учебного заведения, малопривлекателен, — можно быть уверенными, что отдать в учреждение образования своих детей они вряд ли кому-то посоветуют. К тому же, именно наши ученики, еще учась в учреждении образования, служат ее своеобразной «визитной карточкой»: то, что они рассказывают о своих гимназических буднях и праздниках, или то, как они себя ведут в общественных местах, напрямую демонстрирует определенные стандарты, принятые в нашем учебном заведении.

Пожалуй, родители — это самые авторитетные субъекты, способные не только дать реальную оценку нашей работе, но и откорректировать общественное мнение и мнение своих детей о нас. Именно поэтому родители являются главной целевой группой, на которую необходимо ориентироваться в имиджевой работе.
СМИ являются своеобразными посредниками между гимназией и обществом: именно благодаря своевременному информированию о наших достижениях, мы сможем сформировать позитивное мнение о себе в глазах окружающих. Для формирования позитивного имиджа крайне важно не только качество распространяющейся информации, но и ее, как это ни странно, количество.
К составляющим имиджа учреждения образования относятся:

— **имидж персонала учебного заведения (педагогов):** мнение о квалификации и профессиональных качествах педагогов и сотрудников; мнение о личностных качествах, особенно педагогов и воспитателей; мнение о стиле поведения и внешнем облике; мнение о возрастном и половом составе педагогического коллектива;

— ***имидж потребителей товара (образ выпускника)***: выпускник в глазах общественности является лицом учебного заведением, критерием и одновременно показателем результата его деятельности. Поэтому, такие характеристики личности выпускника как общий образовательный уровень, профессиональные умения, набор дополнительных полезных умений и навыков, конкурентные качества — предприимчивость, деловитость, высокая степень адаптации к изменяющимся требованиям общества, гражданская позиция, являются важными критериями деятельности учреждении образования;

— **представление об уровне комфортности среды УО**: характер отношений между учащимися, педагогами и учащимися, психологический климат и забота администрации об оказании актуальной психологической помощи отдельным учащимся (работа классного руководителя, психолога, социального педагога); внимание учебного заведения к личности учащегося, его нравственному, духовному, эмоциональному, физическому развитию (наличие скоординированной работы и сложившихся традиций по этим направлениям);

— **представление о стиле учебного заведения**: роль и место УО на образовательном рынке; собственная образовательная политика (направления обучения, подбор персонала, отбор учащихся, система внеурочных занятий, предоставление образовательных услуг); качество и содержание связей учебного заведения с внешними объектами; общая атмосфера учебного заведения (уровень культуры персонала и учащихся, психологический климат в местах прямых контактов — канцелярии; дизайн зданий и помещений; визуальные атрибуты самобытности);

— **внешняя атрибутика**: в структуру имиджа учреждении образования включаются и элементы, относящиеся к числу имиджевой символики — название, герб, гимн, флаг, традиции, ритуалы, форма одежды, а также использующиеся для рекламных целей — логотип, слоган, девиз и в целом фирменный стиль. Они окрашивают и вносят в образ учебного заведения дополнительные (желаемые) смыслы ритуалов, проецирующих индивидуальность учебного заведения.

**Качество имиджа** — это не только психологический аванс, но и вполне внятные материальные инвестиции, которые гимназия может получить в перспективе. Именно тот образ, который складывается в глазах общественности об образовательном учреждении, его руководителе и учителях, существенно влияет и на приток родителей, и на получение высоких наград, и на развитие социального партнерства.

С понятием имиджа тесно связана и **репутация** учреждения образования, которая складывается из нескольких составляющих и, которая удерживается в массовом сознании долгие годы. Отличие имиджа от репутации заключается именно в том, что репутация является итогом построения имиджа.  **Формирование имиджа** — это процесс, в ходе которого создается некий спланированный образ на основе имеющихся ресурсов. Понять, какой именно образ наиболее предпочтителен для нашего учреждения образования, поможет проблемно-ориентированный анализ деятельности нашего учебного заведения на сегодняшний день. В результате анализа можно разработать основные направления формирования позитивного имиджа учреждения образования, которые помогают определить цель и задачи её развития, желательное будущее, образ нашего учреждения.

В рамках подготовки к педсовету было проведено анкетирование педагогов, родителей и учащихся «Имидж учреждения образования», в котором приняли участие педагоги учреждения образования (27 чел.), учащиеся (10, 9А -26 человек) и родители (4А, 5, 7А, 9Б, 11 - 34 человека) по вопросам:

**1) Каковы, на Ваш взгляд, сильные стороны имиджа нашего учреждения образования?**
***Учащиеся (26 чел.):***
Высокий уровень знаний — 11(42,3%)
Высококвалифицированные учителя — 7(26,9%)
Герб, гимн учреждения образования — 7(26,9%)
Строгий стиль одежды — 6(23%)
Традиции учреждения образования — 5(19,2%)
Высокий процент поступления выпускников в ВУЗы — 4(15,4%)
Возможность выбора направления, углубленное изучение предметов — 4(15,4%)
Большое количество дополнительного материала на уроках — 2(7,7%)
Исследовательские работы, интеллектуальные конкурсы — 1(3,8%)
Внеурочные мероприятия — 1(3,8%)
**Родители (34 чел.):**
Высокий уровень знаний учащихся — 17(50%)
Высококвалифицированные учителя — 17(50%)
Высокий процент поступления выпускников в ВУЗы — 8(23,5%)
Высокий уровень организации учебного процесса — 4(11,8%)
Достижения учащихся — 4(11,8%)
Возможность выбора направления — 3(8,8%)
Дисциплина — 3(8,8%)
Культурность и воспитанность учеников — 3(8,8%)
Красивый интерьер школы, светлые, уютные классы — 3(8,8%)
Внеурочная деятельность (разнообразие конкурсов, мероприятий для детей) — 3(8,8%)
Сильная мотивация учащихся к учебе — 2(5,9%)
Традиции учреждения образования — 2(5,9%)
Разностороннее развитие личности учащихся — 1(2,9%)
Тесная связь: ученик-учитель-родитель — 1(2,9%)
Репутация у родителей — 1(2,9%)
Отношения между учителями и учениками — 1(2,9%)
Эффективный урок — 1(2,9%)
Широкий спектр образовательных услуг — 1(2,9%)
***Учителя (27 чел.):***
Высокий уровень воспитательной работы — 16(59,3%)
Высокий уровень знаний учащихся — 15(55,6%)
Подбор педкадров, высокая квалификация педагогов, творческий потенциал педагогического коллектива, личность учителя — 14(51,9%)
Достижения учащихся — 12(46,2%)
Высокий процент поступления выпускников в ВУЗы — 12(46,2%)
Научно-исследовательская деятельность — 9(33,3%)
Традиции учреждения образования — 7(26%)
Широкий спектр образовательных услуг — 4(14,8%)
Обучение по профильным направлениям — 3(11,1%)
Эффективный урок — 3(11,1%)
Методическая работа с педагогами — 2(7,4%)
Работа с одаренными учащимися — 1(3,7%)
Высокий уровень организации образовательного процесса — 1(3,7%)
Мотивация учащихся — 1(3,7%)
Атмосфера в стенах учреждения образования — 1(3,7%)
Внимательное отношение к каждому отдельному ученику — 1(3,7%)
Занятость учащихся во внеурочной деятельности — 1(3,7%)
**2) Каковы, на Ваш взгляд, слабые стороны имиджа нашего учреждения образования?**
**Учащиеся (26 чел.):**
Слабая материальная база — 11(23,5%)
Спортзал — 2(7,7%)
Отсутствие буфета в школе— 2 (7,7%)
Отсутствие спонсора -2(7,7%)
Отсутствие в раздевалках ящиков для одежды — 1(7,7%)
Отсутствие по некоторым предметам сильных педагогов — 1(7,7%)
**Родители (34 чел.):**
Слабая материальная база — 8(23,5%)
Загруженность детей — 2 (5,9%)
Отсутствие психолога — 1(2,9%)
Сотрудничество с социальными партнерами — 1(2,9%)
Отсутствие систем поощрения и наказания учеников — 1(2,9%)
Организация внеурочного времени — 1(2,9%)
Школьная форма у старшеклассниц — 1(2,9%)
Работа только с сильными учениками — 1 (2,9%)
**Учителя (27 чел.):**
Материальная база — 11(40,7%)
Психологический климат — 6(22,2%)
Большая загруженность учащихся внеклассной работой — 3(11,1%)
Сотрудничество с социальными партнерами — 2(7,4%)
Зависимость от РОО — 2(7,4%)
Социально-психологическая служба — 1(3,7%)
Связь с ВУЗами — 1(3,7%)
Отсутствие постоянных спонсоров — 1(3,7%)
Наличие слабых учеников — 1(3,7%)
Нет широкого спектра образовательных услуг — 1(3,7%)
**3) Что, по-вашему, можно отнести к бренду нашего учреждения образования)?**
**Учащиеся (26 чел.):**
Возможность выбора направления обучения в старших классах — 6(23%)
Традиции учреждения образования — 5(19,2%)
Качество знаний — 3(11,5%)
Учителя — 1(3,8%)
Большой процент поступления в ВУЗы — 1(3,8%)
Строгий стиль одежды — 1(3,8%)
**Родители (34 чел.):**
Герб и гимн учреждения образования — 6(17,6%)
Уровень знаний — 3(38,8%)
Традиции учреждения образования — 3(38,8%)
Строгая школьная форма — 2(5,9%)
Исследовательская работа с учащимися начальной школы — 1(2,9%)
Эффективные уроки -1(2,9%)
Победы учащихся и их педагогов на областных конкурсах — 1(2,9%)
Высокий процент поступления в ВУЗы — 1(2,9%)
Сайт учреждения образования — 1(2,9%)
Уважение к преподавателям, родителям — 1(2,9%)
**Учителя (27 чел.):**
Традиции учреждения образования — 9(33,3%)
Достижения учащихся — 4(14,8%)
Высокий уровень знаний — 3(11,1%)
Широкий спектр предоставляемых образовательных услуг — 2(7,4%)
Обучение по направлениям — 2(7,4%)
Эффективный урок — 2(7,4%)
Высокий процент поступления в ВУЗы — 1(3,7%)
Система факультативных занятий — 1(3,7%)
Гимн и герб учреждения образования — 1(3,7%)
**4) Что, по-вашему, является главным в формировании положительного имиджа нашего учреждения образования?**
**Учащиеся (26 чел.):**
Высокий процент поступления выпускников в ВУЗы-20(76,9%)
Достижения учащихся — 18(69,2%)
Высокий уровень знаний учащихся — 17(65,4%)
Традиции учреждения образования — 17(65,4%)
Благоприятный психологический климат в ученическом и педагогическом коллективах — 17(65,4%)
Эффективный урок — 10(38,5%)
Широкий спектр образовательных услуг, представляемых в учреждения образования — 6(23%)
Система внеурочных занятий — 6(23%)
Личность учителя — 5(19,2%)
Фирменный стиль — 2(7,7%)
Плодотворное сотрудничество с социальными партнерами — 1(3,8%)
**Родители (34 чел.):**
Высокий уровень знаний учащихся — 26(76,5%)
Достижения учащихся — 22(64,7%)
Поступление выпускников в ВУЗы — 22(64,7%)
Эффективный урок — 21(61,8%)
Благоприятный климат в ученическом и педагогическом коллективах — 16(47%)
Традиции учреждения образования — 13(38,2%)
Личность учителя — 11(32,4%)
Широкий спектр образовательных услуг, представляемых в учреждения образования — 10(29,4%)
Система внеурочных занятий — 6(17,6%)
Фирменный стиль — 6(17,6%)
Хорошая репутация у родителей — 3(8,8%)
Плодотворное сотрудничество с социальными партнерами — 1(2,9%)
**Учителя (27 чел.):**
Высокий уровень знаний учащихся — 18(66,7%)
Благоприятный психологический климат в ученическом и педагогическом коллективах — 16(59,3%)
Эффективный урок — 16(59,3%)
Поступление выпускников в ВУЗы — 16(59,3%)
Достижения учащихся — 15(55,6%)
Широкий спектр образовательных услуг, представляемых в учреждения образования — 15(55,6%)
Личность учителя — 12(44,4%)
Традиции учреждения образования — 10(37%)
Хорошая репутация у родителей — 7(26%)
Фирменный стиль — 4(14,8%)
Система внеурочных занятий — 3(11%)
Плодотворное сотрудничество с социальными партнерами — 2(7,4%)
**5) Если бы Вы были руководителем, какие бы Вы предприняли действия по укреплению имиджа нашей учреждения образования в городе и районе?**
**Учащиеся (26 чел.):**
Создать комнату отдыха, живой уголок — 3(11%)
Создать фирменный стиль школьной формы — 2(7,7%)
Ввести систему поощрений учащихся за участие в мероприятиях — 1(3,8%)
Набрать сильных педагогов — 1(3,8%)
Реклама учреждения образования — 1(3,8%)
Поиск спонсоров — 1(3,8%)
**Родители (34 чел.):**
Стимулировать учеников и педагогов — 2(5,9%)
Ввести единую форму для учеников — 2(5,9%)
Освещение в прессе, сотрудничество со СМИ-2(5,9%)
Привлечение промышленного предприятия к сотрудничеству в качестве спонсора и партнера(стипендия(хотя бы разовая) по итогам года для отличников, работа учащихся на предприятии летом),поиск спонсоров — 2(5,9%)
Сотрудничество с ВУЗами — 2(5,9%)
**Учителя (27 чел.):**
Реклама учреждения образования через СМИ, сайт — 4(14,8%)

Таким образом, можно сделать следующие выводы, что сильной стороной имиджа нашего учреждения образования является высокий уровень знаний учащихся, который достигается благодаря высококвалифицированным учителям и является хорошим фундаментом для поступления в ВУЗы нашей страны.
Слабые стороны имиджа нашей учреждения образования — недостаточная материальная база, что сказывается на оборудовании кабинетов, спортивного и актового залов, раздевалок, на обеспечении современным компьютерным оборудованием. К бренду нашего учреждения образования можно отнести традиции учреждения образования, символику. Главным в формировании положительного имиджа нашего учреждения образования является высокий уровень знаний учащихся, достижения учащихся и высокий процент поступления выпускников в ВУЗы. Для укрепления имиджа нашего учреждения образования следует активнее пропагандировать учреждение образования в СМИ, на сайте.

Брендом должен стать каждый урок в учреждении образования. Урок каждого учителя. Он не должен быть обязательно эффектным, но в высокой степени эффективным, а значит — результативным. Урок, который формирует, развивает и воспитывает, развивает и усовершенствует учебные компетенции, который поднимает каждого ученика к зрелости и социальной успешности. Урок — педагогическая система, в центре которой личность ученика, строго выверенная, научно и методически обоснованная и логически оправданная философией урока, его местом и назначением в общей теме, разделе структура в соответствии с триединой целью.

Об эффективности урока, о том, каким должен быть современный урок не раз шла речь на заседаниях педагогических советов, методических формирований нашего учреждения образования. Поэтому с уверенностью можно сказать, что теоретическими и методологическими основами современного и эффективного урока наши педагоги владеют в полном объеме. В нашем коллективе есть немало педагогов, которые независимо от педагогического стажа, квалификационной категории, преподаваемого предмета на высоком профессиональном уровне проводят открытые уроки в рамках методических недель, недель педмастерства, в рамках проведения районных и областных семинаров, при проведении комплексной проверки учреждения образования. Высокий уровень педагогического мастерства можно увидеть не только на открытых уроках. Совсем недавно проверялось состояние преподавания русского языка и литературы, при этом только с положительной стороны отмечались посещенные уроки Хваль Е.С. Каждый урок математики у Хиневич И.В. — это новые открытия для учеников, обсуждения и дискуссии по спорным вопросам, это творческие задания, которые заставляют ребят думать, это серьезная подготовка учеников к каждому уроку, потому что они знают, что просто так «за красивые глазки» высокий бал не получить. Наши учителя очень часто дают открытые уроки на уровне района. И каждый раз все отмечают, что уроки белорусского языка Смольской Е.А. отвечают всем требованиям к современному уроку, на этих уроках есть чему поучиться не только начинающим, но опытным учителям. Всегда доброжелательная и рабочая атмосфера на уроках Шаплыко М.С., учитель неравнодушен к своему предмету, к тому, как усваивают материал ученики, и это позитивным образом отражается на отношении детей к урокам физики и их знаниях. Уроки Кобзевой Л.Н., Пастуховой И.И., Богуш Е.А. всегда отличаются высоким воспитательным потенциалом, разнообразием и целесообразностью применяемых форм и методов, на уроках создаются условия для повышения уровня мотивации каждого ученика. При подготовке к каждому уроку четко продумывается его структура, подбираются интересные задания. Поэтому на уроках работают все ученики и результативность этой работы достаточно высокая. Хочется еще отметить и наших учителей начальных классов, большинство из них работают с полной отдачей, творчески, эффективно. Всегда испытываешь удовлетворение, присутствуя на их уроках от того, что нет однообразия, безразличия, никто не бездельничает, от того, что на уроках в полной мере реализуются воспитательные задачи, от того, что ребята активно работают, что показывают хорошие знания.

Посещая такие уроки, получаешь истинное удовольствие от того, что учитель работает с полной отдачей все 45 минут, а значит, все 45 минут с полной отдачей работают и дети. Может быть, на этих уроках нет ничего необычного, супер современного, но это настоящие уроки, потому что, главное на этих уроках ребенок и знания. На этих уроках не увидишь учителя, просидевшего за учительским столом все 45 минут, учителя с полным безразличием выслушивающего ответы учеников, учителя, у которого выражение лица не может скрыть вопроса «Ну когда же, наконец, прозвенит звонок?», учителя, который при объяснении нового материала не пытается увидеть глаза ребят, а равнодушно смотрит в окно. На этих уроках учитель не позволяет себе неуважительное отношение к ученику, а уж тем более унижение и оскорбление в адрес ученика, на этих уроках учитель предстает как личность, как человек, как профессионал!!!

Было проведено он-лайн анкетирование учащихся и их родителей «Что такое качественный урок». Из ответов можно сделать вывод: урок в учреждении образования должен быть интересным, познавательным, занимательным, результативным, должна быть комфортная рабочая обстановка, взаимоуважение, в каждом уроке должна быть какая-то изюминка, должна быть эмоциональная разрядка, применение разнообразных форм и средств обучения. Все это каждому педагогу хорошо знакомо как критерии современного, эффективного урока. Таким образом, наши ученики хорошо понимают, что на уроке скучном, неинтересном, неэмоциональном, на котором можно ничего не делать, на котором нет взаимодействия педагога и детей, нет взаимопонимания, нельзя получить хорошие знания, нельзя развиваться как личности.

Знаковой личностью учреждения образования является, конечно, же учитель. Его образ, духовное богатство и красота, эрудиция, профессиональное мастерство, искусство педагогического воздействие на развитие и становление социально успешной личности определяют качество гимназического образования. В соответствии с этим возрастает роль новых современных форм методической работы, которые обеспечивают непрерывность повышения квалификации педагогов. И здесь должны быть не только чисто методические формы работы (семинары, методические недели, заседания кафедр и МО), но и мероприятия общекультурного содержания, которые способствуют обогащению эмоционально-духовной сферы личности педагога. Учитель должен быть интересен для себя и своих учеников.

Имидж учителя чрезвычайно важен, так как он прямо или косвенно воздействует на учебную деятельность, на развитие личности и воспитание каждого ребенка и имеет большое значение для полноценности образовательного процесса. Ученики замечают в учителе буквально все: как он одет, как разговаривает, как ведет себя, какое у него настроение. Образ педагога должен воодушевлять. Учителю нужно стремиться быть интересной личностью, поскольку этот фактор определяет интерес к предмету. Имидж учителей создает имидж и учреждения образования в целом, он является мощным рекламным фактором и важнейшим фактором в формировании позитивного имиджа учреждения образования.

Если говорить о нашем педагогическом коллективе, то, как сильные стороны можно выделить:

— Высокий уровень профессиональной подготовки педагогов (89% педагогов имеют высшее образование);

— Высокий уровень квалификации педагогов (80% педагогов имеют высшую и первую квалификационные категории);

— Богатый педагогический опыт большинства членов коллектива (по стажу картина следующая: 62 % педагогов имеют педагогический стаж свыше 15 лет, средний педагогический стаж — 18 лет);

— Средний возраст членов коллектива — 40 лет, т.е. большинство членов коллектива находятся в наиболее трудоспособном возрасте;

— Большинство педагогов творчески и ответственно подходят к организации образовательного процесса, имеют стабильные позитивные результаты своей профессиональной деятельности;

— Молодые специалисты, начинающие работу в учреждения образования, в своем большинстве являются хорошо подготовленными в теоретическом и методическом плане специалистами, ответственными, добросовестными и творческими педагогами;

— Эффективная система методической работы с педагогами.

В ходе подготовки к педсовету среди учащихся учреждения образования было проведено микроисследование «Идеальный учитель учреждения образования». Учащимся были предложены вопросы, касающиеся как профессиональных качеств, так и личных качеств учителя. Нами проведено анкетирование в семи классах нашей учреждения образования с целью изучения представлений учащихся об образе идеального учителя. К исследованию было привлечено 82 испытуемых из числа учащихся 5, 6Б, 7А, 8А, 9Б, 10, 11 классов. Ребятам была предложена анкета с вопросами, в которых необходимо было выбрать ответ из предложенных вариантов или дописать свое мнение. Анализ анкет позволил получить достаточно информативные сведения о представлении учащихся об образе идеального учителя.

Оценка результатов анкетирования проводилась по следующим позициям:

***Идеальный учитель — это…***
а) мужчина — 7 чел.(8,5%)
Б) женщина — 13 чел.(16%)
В) не имеет значения — 65 чел. (79%)
***Возраст идеального учителя…***
А) до 30 лет — 21 чел.(26%)
Б) 30-40 лет — 33 чел.(40%)
В) 40-50 лет — 9 чел. (11%)
Г) старше 50 — 1 (1,2%)
Д) не имеет значения — 31 (38%)
***Какими профессиональными качествами должен обладать идеальный учитель?***
А) глубокое знание своего предмета и умение увлечь им детей — 67 чел. (82%)
Б) способность найти индивидуальный подход к каждому ученику — 39 чел. (48%)
В) умение доступно излагать материал и объяснять — 49 чел. (60%)
Г) любовь к детям — 31 (38%)
Д) Широкая эрудиция во всех областях науки и культуры-17 (21%)
Е) другое (иногда накричать, если надо) — 1 чел. 1,2%
***Какими личными качествами в первую очередь должен обладать учитель?***
А) доброжелательность — 48 чел.(59%)
Б) открытость, чувство юмора — 59 чел. (72%)
В) сдержанность — 16 чел. (19,5%)
Г) аккуратность — 18 чел. (22%)
Д) интеллигентность — 29 чел. (35%)
Е) терпение — 53 чел. (65%)
Ж) порядочность — 21 чел. (26%)
З) способность поддержать в трудную минуту — 37 чел. (45%)
И) способность одобрить и похвалить — 32 чел. (39%)
К) справедливость — 55 чел. (67%)
Л) требовательность — 20 чел. (24%)
М) вежливость — 25 чел. (31,5%)
Н) общительность — 41 чел. (50%)
О) искренность — 19 чел. (23%)
П) другое (строгость) — 2 чел. (2,4%)
***Учитель должен быть одет…***
А) в классическом стиле — 10чел. (12%)
Б) модно, современно — 8 чел. (10%)
В) со вкусом 26 чел.(32%)
Г) не важно — 35 чел.(42%)
***Опишите своими словами, каким должен быть идеальный учитель …***
Портрет идеального учителя получился разносторонним.
Идеальный учитель должен быть;
в первую очередь добрым (14 чел. — 17%),
так же должен уметь хорошо объяснять (8 чел. — 10%)
и еще, по мнению ребят, он должен быть веселым (7 чел. — 8,5%).
***Так же отмечалось, что идеальный учитель должен быть:***
честным — 4 чел. (5%)
современным — 3 чел. (3,7%)
асс в своем деле — 3 чел. (3,7%)
должен любить свою работу — 2 чел. (2,4%)
не ругаться — 2 чел. (2,4%)
быть дисциплинированным — 2 чел. (2,4%)
должен быть классным — 2 чел. (2,4%)
здоровым — 1 чел. (1,2%)

Итак, обобщив все ответы, можно нарисовать следующий образ идеального учителя: мужчина или женщина в возрасте до 40 лет, который глубоко знает свой предмет и умеет увлечь им детей, на уроках доступно объясняет материал, способен найти индивидуальный подход к каждому ученику и, конечно, любит детей. Он должен быть в первую очередь с чувством юмора, обладать огромным терпением и быть добрым, справедливым, доброжелательным, общительным и способным поддержать в трудную минуту. Одет не важно в каком стиле, главное — со вкусом.

Таким образом, мы имеем портрет идеального учителя учреждения образования. Как мы с Вами коллеги, могли убедиться, наши учащиеся в учителе ценят не только профессиональные, но личностные качества. Они хотят видеть в учителе не только предметника, хорошо знающего предмет, но и старшего друга, честного порядочного, способного понять и помочь в трудную минуту.

Если речь идет об имидже как образе, то имеются в виду составляющие его модули. На данном этапе педагогического совета в ходе коллективной работы нам необходимо выработать функциональную модель формирования и развития позитивного имиджа нашей учреждения образования.
И работать я предлагаю следующим образом: **творческая лаборатория (креатив-бой)**

1 задача – по образу руководителя

2 задача – по образу персонала

3 задача – по стилю учреждения образования

4 задача – по уровню психологического комфорта

5 задача – по качеству образовательных услуг

6 задача –по внешней атрибутике

7 задача – по модели социально-успешной личности выпускника.