

УДК 378.14

DOI <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2020.72-1.06>

Апостол О. В.

ПРОФЕСІЙНИЙ ІМІДЖ ВИКЛАДАЧІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЯК ПРОБЛЕМА ПЕДАГОГІЧНОЇ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Розкрито сутність професійного іміджу педагога вищої школи та схарактеризовані різнопланові вектори його розвитку. Проблема формування позитивного іміджу викладача вищого навчального закладу представлена в статті як необхідна складова педагогічної іміджології у системі підготовки фахівців вищої школи. Візуальне засвідчення сучасних манер спілкування й дотримання останніх тенденцій моди дозволить розширити коло контактів і успішно займатися професійною діяльністю у різновікових соціумах. Перераховані функції іміджу – ціннісні й технологічні – є пріоритетними складовими само– презентації особистості. Знаючи ці функції і методично вправляючись із їх реалізацією як самостійно, так і за допомогою іміджмейкера, людина зможе створити свій індивідуально-особистісний і професійний імідж. Суб'єктом діяльності викладача закладу вищої освіти, педагога, вихователя має бути не лише окрема індивідуальність, а й світ людей, їх покликання і доля.

Відтак постає важливе завдання створення викладачем власного високоморального й професійного іміджу, щоб бути справжнім лідером, педагогом і психологом у системі інформаційного впливу на підростаючого покоління. Особливо важливим аспектом даного процесу є формування задатків професійного іміджу у процесі магістерської підготовки викладача вищої школи. Вивчення особливостей навчально-виховного процесу магістратури засвідчило, що його традиційна система організації здебільшого формує у випускників здатність до стихійного професійного іміджу, яка виявляється під час вирішення вузько ситуативних завдань саморегуляції в освітній, рідше – у професійній діяльності. При цьому професійний імідж не виступає як внутрішньо особистісне завдання у випускників магістратури.

Педагогічна іміджологія у процесі магістратури – це науковий напрям, покликаний розробляти й використовувати теорію й практику формування іміджу педагогічних працівників, освітніх навчальних закладів, іміджу самої системи освіти в країні. Мета педагогічної іміджології полягає в обґрунтуванні та побудові програми впровадження й реалізації іміджових атрибутів педагога, а також в утвердженні іміджу сучасного закладу освіти

У нашому дослідженні завдання спрямовані на формування професійного іміджу у майбутніх викладачів вищої школи; визначено педагогічні умови та розроблено й апробовано експериментальну технологію педагогічного супроводу професійного саморозвитку майбутніх викладачів вищої школи у процесі їхнього навчання в магістратурі.

Щоб ефективно здійснювати свої функції в майбутньому, сучасному здобувачеві магістерської освіти необхідно опанувати певні компоненти іміджевої педагогічної майстерності: вмінні взаємодіяти з людьми різного рівня (студенти, аспіранти, викладачі, допоміжний персонал, батьки, ділові кола, керівництво), встановлювати ділові й творчі стосунки з колегами, використовувати усну й письмову мову для впливу на партнерів та досягнення взаєморозуміння, сприймати, засвоювати й використовувати інформацію тощо. Професійна компетентність викладача освітньої установи як блок якостей має особливу значущість. Це поняття включає такі основні групи якостей: управлінську, педагогічну, наукову, економічну, правову компетентності.

Згідно із Законом про вищу освіту в Україні, саме через діяльність педагогічних працівників реалізується державна політика, спрямована на зміцнення інтелектуального й духовного потенціалу нації, розвиток вітчизняної науки і техніки, збереження й примноження культурної спадщини нації. Відтак необхідним є підвищення престижу педагогічної професії у суспільстві й утвердження високого соціального статусу та професійного іміджу педагога вищої школи. Тому імідж кожного педагога включає особливості, властиві його професії: тонкість розуму, вишукані манери, вихованість, скромність, вміння гідно подати себе студентам магістратури.

Ключові слова: імідж, позитивний імідж, імідж педагога вищої школи, педагогічна іміджологія.

Проблема створення позитивного іміджу стає потребою сучасної історичної доби, завданням для педагогічного колективу кожного закладу освіти. Імідж може складатися стихійно, неконтрольовано або бути предметом цілеспрямованої роботи. Проблема сучасних закладів освіти – це пошук, розробка та застосування різнопланових засобів створення позитивного статусу закладу, відображення в ньому внутрішніх і зовнішніх, сутнісних смислів, змісту та завдань його діяльності.

За обсягом та змістом поняття «імідж» стало міждисциплінарним, формувалося у категоріальному полі багатьох наук і інтерпретувалося відповідно до їх особливостей, цілей та завдань. При цьому у свідомості сучасної людини все більше закріплюється уявлення про імідж як про певні цінності, від наявності та якості яких залежить життєвий успіх і успішність будь-якої діяльності.

Вивчення іміджу педагога ґрунтується на міждисциплінарному підході до вивчення сутності проблеми. Висвітлення цієї проблеми у психолого-педагогічній літературі дозволяє розглянути процес формування іміджу майбутнього педагога, з урахуванням зовнішніх та внутрішніх чинників розвитку. Введення в педагогічний словник поняття «імідж» не данина моді. Педагог, вибудовує індивідуальну траєкторію особистісного росту, виходить на лідерські позиції, забезпечуючи ефективність і якість своєї професійної діяльності.

Спроби розкрити теоретичні підходи до розгляду феномена іміджу були зроблені ще у працях античних філософів (Сократ, Платон, Аристотель), мислителів Середньовіччя (Св. Августин, Ф. Аквінський, І. Даманський), Відродження (М. Фінчіо, Піко делла Мірандола, Л. Валла) і Нового часу (Ф. Бекон, Дж. Локк, Ж. Де Лабрюєр, І. Кант, А. Шопенгауер, Г. Гегель).

З боку представників психологічної науки посилюється інтерес до такого явища, як *імідж*, про що свідчить різке збільшення в останні роки числа наукових публікацій на теми, пов'язані з іміджем, або розкривають ті чи інші його аспекти. Серед зарубіжних авторів, що займаються дослідженнями і практичними розробками в галузі формування іміджу особистості, слід назвати таких фахівців, як П. Берд, С. Блек, Ф. Буар, П. Вейл, Т. Сван, М. Спіллейн, Р. Хофф, П. Чісхольм, Б. Швальбе і ін.

Певні аспекти проблеми формування індивідуального іміджу викладачів закладів освіти розкрили науковці, які досліджували психологію індивідуальності (Б. Ананьєв, В. Мерлін, Є. Рогов, Р. Бернс, А. Маслоу, К. Роджерс); соціальної перцепції та особливості сприйняття людини людиною (О. Бодальов, Л. Божович, Л. Виготський, Б. Ломов, К. Платонов, С. Рубінштейн, Г. Щокін).

Проаналізувавши наукову літературу, можемо стверджувати, що поняття «імідж» стало надзвичайно популярним у сучасній вітчизняній лексичі, витіснивши під час перекладу з англійської мови велику кількість його синонімів. Як правило, імідж сприймається людьми як деяка цінність, яка асоціюється з успіхом діяльності, індивідуальним або колективним. Усвідомлення цінностей позитивного іміджу оформлюється в соціальне замовлення, відповіддю на нього є стрімкий розвиток іміджмейкінгу – професійної діяльності щодо створення іміджу, а також іміджології – комплексної практичної дисципліни, яка забезпечує методологічне і методичне забезпечення цієї діяльності.

Більша частина науковців у своїх працях акцентує увагу на сутності *іміджу* в цілому та визначенні проблеми формування позитивного іміджу особистості, зокрема у економіці, політиці, закладах вищої освіти. Питання дослідження формування позитивного іміджу майбутніх викладачів закладів вищої освіти та використання педагогічної іміджології у системі професійної підготовки є недостатньо вивченими.

Мета статті полягає в обґрунтуванні професійного іміджу педагога вищої школи як проблеми педагогічної теорії та практики; усвідомленні необхідності застосування педагогічної іміджології у системі підготовки фахівців вищої школи.

Вища освіта – це сукупність систематизованих знань, умінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, компетентностей, здобутих у закладах вищої освіти. Процес створення іміджу закладу вищої освіти є однією з складових модернізації системи освіти в Україні. Освіта перехідного етапу суспільства, як і кожна інша його ланка, проходить процес пошуку нових альтернатив. Зміна пріоритетів у державі внесла зміни до *іміджу* знань та освіти. Формування ефективного іміджу вищого навчального закладу і його підтримка впливає не тільки на посилення позицій на локальному ринку освітніх послуг, але й свідчить про рівень розвитку освіти в регіоні та в країні.

Змінилася соціально економічна і політична ситуація в країні, спричинивши зміни як у житті соціальних груп, так і в житті окремо взятої людини. Формування *позитивного іміджу* особистості стає актуальною проблемою не тільки в політичній та діловій сферах, але й у діяльності викладачів вищої школи, завдання яких готувати висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців.

Короткий словник сучасних понять і термінів трактує *імідж*, як (образ особистості, її зовнішній ефект) – цілеспрямовано сформований образ (особи, явища, предмета), покликаний надати емоційно-психологічний вплив на кого-небудь з метою популяризації, реклами тощо

У сучасному словнику Вебстера зазначено, що термін «імідж» походить від поняття «свідомість», утвореного за допомогою мови, зображення або опис, розумова концепція, підтримувана різними суспільними групами і така, що символізує основну позицію (особи, класу, расового типу, політичної філософії або національності).

Імідж людини – це думка про неї у групі людей в результаті сформованого у їх психіці образу цієї людини, що виник внаслідок їх прямого контакту з цією людиною чи внаслідок отриманої про цю людину інформації від інших людей; власне, імідж людини – це те, як вона виглядає в очах інших людей [9].

На думку Г. Почепцова, «імідж – це звернене у зовнішнє «Я» людини, її публічне «Я» [8].

І. Кріксунова переконує нас, що імідж – це розповідь про себе, символ, який без слів говорить оточуючим про те, на якому щаблі суспільної драбини ви стоїте, до якого колу професій належите, який ваш характер, темперамент, смак, ваші фінансові можливості.

Імідж – це динамічна система, оскільки вона є результатом постійної роботи людини над собою. На нього впливають природні якості, життєвий і професійний досвід, виховання та освіта особистості.

Основу іміджу становить особиста привабливість. Це поняття, за твердженням В. Шепеля, збірне. Воно акумулює в собі кращі людські якості, інформаційний потенціал особистості [12].

Іміджу властиві суб'єктивна та об'єктивна змістова сутність: тобто переданий образ тієї людини, яку сприймають, чий образ створюється, і об'єктивну, тобто сприйняту тим, хто спостерігає. Крім того, переданий образ не завжди відображає сутність особистості. Існує так званий розрив достовірності образу, коли є вищеназвана розбіжність. Імідж може бути привабливий, чи не привабливий, викликаючи до себе відповідне позитивне чи негативне ставлення [6].

В ідеалі особиста привабливість – це майстерна подача всіх особистісно-ділових якостей і умінь, тобто самопрезентація. Уміння подати себе з найкращого боку, викликати в іншого позитивне уявлення про себе – це своєрідне мистецтво, оволодіння яким вимагає постійної роботи над собою.

В результаті вивчення цілої плеяди наукових доробків, ми переконалися, що *імідж* – це синтетичний образ, що складається відносно конкретної особи, організації чи іншого соціального об'єкта, містить у собі значний об'єм емоційно забарвленої інформації про об'єкт сприйняття і спонукає до певної соціальної поведінки [8].

Ми розділяємо думку Л. Аверченко, яка виділяє три можливих підходи до вивчення іміджу, які є підставою для його класифікацій:

- функціональний, коли іміджі класифікують за їх функціональністю;
- порівняльний, коли проводять порівняння близьких іміджів;
- контекстуальний, коли іміджі поділяють залежно від контексту.

В свою чергу, при функціональному підході А. Калужний виділяє декілька видів іміджу, які схематично представлені на рис. 1.

Дзеркальний імідж притаманний нашому уявленню про себе. Ми немов дивимося в дзеркало. Це позитивний тип іміджу, бо ми психологічно завжди висуваємо на перше місце позитив.

Поточний імідж розглядається як бачення зі сторони. Найчастішим недоліком є інформованість, нерозуміння і упередженість, які формують імідж педагога не менше ніж власні вчинки.

Бажаний імідж педагога диктується ідеальним баченням його особистості в соціальному житті. Визначальним для нього є наявність у педагога здатності народжувати неординарні та нестандартні ідеї, уникати традиційних схем у мисленні, розв'язувати різні проблемні ситуації [9].

Множинний імідж педагога допомагає усвідомлювати не лише окремі його особистісні та професійні якості, але й сприймати їх об'єднаними у комплекс складових професійного іміджу.

Груповий імідж педагога позиціонується з уявним образом викладача у групі з якою він спілкується і продукує свої знання.

Імідж викладача вищої школи – це така інтегральна характеристика, яка включає в себе сукупність зовнішніх і внутрішніх, особистісних, індивідуальних та професійних якостей педагога та сприяє ефективності його педагогічної діяльності. Досягнення такої гармонійної сукупності якостей вимагає від викладача усвідомленості дій в освоєнні основних засад вивчення сучасної *іміджології*, що впевнено входить у науковий обіг понять як заклик до кожного бути чарівним і вміти нести світло людям, як потреба людини бути гідною особистістю [3].

Ю. Палеха стверджує, що *іміджологія* – це мрія про благородний вигляд кожної особистості, володіти яким неодмінна умова створення демократичного і гуманного суспільства [5].

Іміджологія у загальному розумінні слова – це наука про імідж. Як наука про сприйняття людини іншими людьми, іміджологія привертає увагу до особистості. Великий інтерес для сучасної іміджології представляє теорія основоположника гуманістичної психології А. Маслоу, який створив ієрархію базових людських потреб, виділяючи базовою потребою людини в репутації або в престижі, які розуміються як повага оточуючих, завоювання статусу, уваги, визнання заслуг, слави. Зауважимо, що досягнення усіх цих соціально значущих категорій неможливе без створення адекватного, позитивно оцінюваного іміджу особистості. В зв'язку з цим, в межах іміджології вивчаються закономірності формування і впливу зовнішнього образу на психіку людей, на їх поведінку, що дозволяє оволодіти ефективними механізмами розвивального впливу [4].

Іміджологія – це нова науково-прикладна дисципліна, що виникає на збігові психології, соціології, філософії, культурології та ряду інших наук. Іміджологія вивчає закономірності формування, функціонування й керування іміджем людини, організації, товару й послуг. Вона розкриває загальне, особливе й одиничне в онтології всіх видів іміджу. Технології іміджування дозволяють формувати необхідний образ. Значення іміджу в житті конкретної людини важко переоцінити.

Прикладна, або спеціальна іміджологія вивчає проблеми і питання, що належать до специфічних напрямів, необхідних для формування узагальнених понять і уявлень про певних носіїв іміджу. Існує низка прикладних іміджологій: політична, банківська, підприємницька, артистична, управлінська, юридична, медична, педагогічна тощо.

Педагогічна іміджологія – це науковий напрям, покликаний розробляти й використовувати теорію й практику формування іміджу педагогічних працівників, освітніх навчальних закладів, іміджу самої системи освіти в країні [11].

Мета педагогічної іміджології у системі вищої освіти полягає в тому, щоб науково обґрунтованим дослідницьким шляхом побудувати програму впровадження й реалізації іміджевих атрибутів педагога закладу вищої освіти, а також сформувати його позитивний образ – імідж.

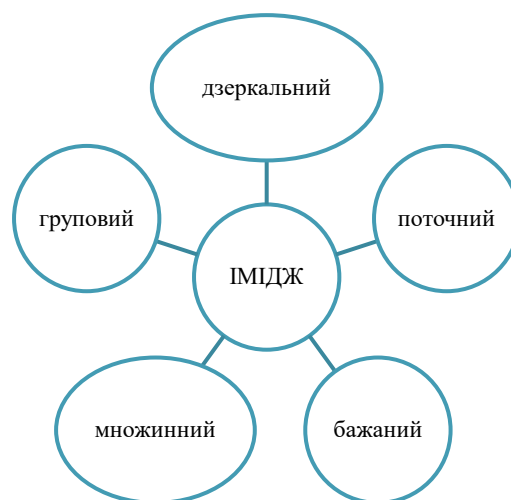


Рис. 1. Види іміджу за А. Калужним

Аналіз наукової психолого-педагогічної літератури показав недостатню розробленість педагогічної іміджології, як нової галузі знань. Незважаючи на те, що основоположник вітчизняної іміджології В. Шепель підкреслює необхідність вивчення та формування іміджу педагога, далеко не дослідженою проблемою в сучасній педагогічній теорії та практиці є викладача вищої школи, його функцій, структури та особливостей формування [12].

Вивчення процесів формування образу педагога – це головне завдання досліджень у сфері педагогічної іміджології. Однак, слід зазначити, що успішне формування його професійно-педагогічного іміджу необхідно здійснювати на основі впровадження змін у загальну програму підготовки педагогів до професійної діяльності.

Висновки. Отже, сучасні науковці розробили ключові поняття, пов'язані з терміном «імідж» та сприяли виокремленню нової галузі педагогічної науки – педагогічної іміджології, яка має на меті вивчення закономірностей та сутності процесів формування педагогічного іміджу в контексті професійної підготовки фахівців у сфері вищої освіти.

В рамках цієї галузі імідж педагога розглядається як фактор успіху у професійній діяльності, як інструмент, який допомагає будувати відносини з оточуючими людьми, як елемент конкурентоспроможності і просування на ринку освітніх послуг. За таких умов виникає необхідність формування нового стилю соціальної поведінки сучасного педагога закладу вищої освіти, яка б відповідала завданням розвитку суспільства, що, у свою чергу, вмотивує розкриття проблеми, пов'язаної з формуванням іміджу і актуалізує потребу різновекторних аспектів її подальшого вивчення.

Використана література:

1. Кузьмінський А. І. Педагогіка вищої школи: навчальний посібник. Київ : Знання, 2005. 486 с.
2. Лозова В. І. Теоретичні основи виховання і навчання. Харків : ОВС, 2002. 250 с.
3. Осипчук Н. Педагогічна іміджологія – наука серйозна. Учитель. 2000. № 4-6. С. 66-69.
4. Павленко О. Чи потрібен вам імідж, директори? Директор школи, гімназії, ліцею. 2001. № 1. С. 100-105.
5. Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посібник. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. 324 с.
6. Панасюк А. Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том как создавать свой имидж. Москва : Дело, 2000. 238 с.
7. Попова Л. Имидж современного педагога. Народное образование. 2003. № 2. С. 234-237.
8. Почепцов Г. Имиджмейкер. Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов. Київ : Рекламное агенство Губерникова, 1995. 236 с.
9. Скрипник М. Імідж педагога: технологія управління. Управління освітою. 2002. № 15-16. С. 3-6.
10. Соціально-психологічні питання менеджменту / [відп. ред. В. Д. Немцов]. – Київ : ІСДО, 1993. 124 с.
11. Толочкін Ю. Імідж педагога. Директор школи. 2011. № 37. С. 3-4.
12. Шепель В. М. Имиджология. Как нравиться людям / – Москва : Народное образование, 2002. 576 с.

References:

1. Kuzminskyi, A. I. (2005). *Pedahohika vyshchoi shkoly [Pedagogy of higher education]*. Kyiv : Znannia (in Ukrainian).
2. Lozova, V. I., Trotsko, H. V. (2002) *Teoretychni osnovy vykhovannia i navchannia [Theoretical foundations of education and learning]*. Kharkiv: OVS. 250 (in Ukrainian).
3. Osypchuk, N. (2000). *Pedahohichna imidzhohiia – nauka seriozna [Pedagogical imageology – the science major]*. *Uchytel, 4-6*, 66-69 (in Ukrainian).
4. Pavlenko, O. (2001). *Chy potriben vam imidzh, dyrektory? [Do you need the image director?] Dyrektor shkoly, himnazii, litseiu, 1*, 100-105 (in Ukrainian).
5. Palekha, I. I. (2005). *Imidzhohiia [Imagology]*. Kyiv : Yevropeyskiy universytet (in Ukrainian).
6. Panasiuk, A.I. (2000). *Vam nuzhen ymydzhmeiker? Yly o tom kak sozdavat svoi ymydzh [You need a maker? Or about how to create a personality]*. Moskva: Delo (in Russian).
7. Popova, L. (2003). *Ymydzh sovremennoho pedahoha [Image of a modern teacher]*. *Narodnoe obrazovanye, 2*, 234-237 (in Russian).
8. Pochepsov, H. (1995). *Imidzhmeiker. Pablyk ryleishnz dlia polytykov i biznesmenov [Image-Maker. Public relations for politicians and businessmen]*. Kiev: Reklamnoe ahenstvo Hubernykova (in Russian).
9. Skrypnyk, M. (2002). *Imidzh pedahoha: tekhnolohiia upravlinnia [The image of the teacher: technology management]*. *Upravlinnia osvityou, 15-16*, 3-6 (in Ukrainian).
10. Nemtsov, V.D. (1993). *Sotsialno-psykholohichni pytannia menedzhmentu: [Socio-psychological issues of management]*. Kyiv : ISDO (in Ukrainian).
11. Tolochkin, Y. (2011). *Imidzh pedahoha [Image of the teacher]*. *Dyrektor shkoly, 37*, 3-4 (in Ukrainian).
12. Shepel, V. M. (2002). *Imidzhohiia. Kak нравиться ljudiam [Imageology. How to make people like me]*. Moskva: Narodna osvita (in Russian).

Apostol O. V. Professional image of teachers in higher education institutions as a problem of pedagogical theory and practice

The essence of the professional image of a teacher of higher education is revealed in the article and the diverse vectors of its development are characterized. The problem of forming a positive image of a teacher of a higher educational institution arises in the article as a necessary component of pedagogical imageology in the system of training specialists of a higher school. Visual evidence of modern manners of communication and compliance with the latest fashion trends will expand the circle of contacts and successfully engage in professional activities in different age societies. The listed image functions – value and technological – are priority components of self-presentation. Knowing these functions and practicing methodically in their implementation both independently and with the help of an image maker, a person will be able to create his own individual, per-

sonal and professional image. The subject of concern for the teacher of a higher education institution, teacher, educator should be not only a separate individual, but the world of people, their vocation and destiny.

Therefore, an important task arises of creating a teacher's own moral and professional image in order to be a real leader, teacher and psychologist in the system of informational impact on the younger generation. A particularly important aspect of this process is the formation of the makings of a professional image in the process of master training of a teacher of higher education. The study of the features of the educational process of the master's program showed that its traditional organization system mainly forms the ability of graduates to have a spontaneous professional image, which appears when solving narrowly situational tasks of self-regulation in training, less often in professional activity. At the same time, professional image does not appear among graduate students as an internal personal task.

Pedagogical imageology in the graduate process is a scientific direction designed to develop and use the theory and practice of forming the image of teachers, educational institutions, the image of the educational system in the country. The purpose of pedagogical imageology is to build a program of introducing and implementing the image attributes of a teacher in a scientifically sound research way, as well as form an image of a modern educational institution.

In our study, the tasks are aimed at creating a professional image for future teachers of higher education, pedagogical conditions are determined and an experimental technology for pedagogical support of professional self-development of future teachers of higher education is developed and tested in the process of their training in a master's program. In order to effectively carry out their functions in the future, a modern master's degree student needs to master certain components of image teaching skills: be able to interact with people of different levels (students, graduate students, teachers, support staff, parents, business circles, management), establish business and creative relations with colleagues, use oral and written speech to influence partners and achieve mutual understanding, perceive, absorb and use information and the like. The professional competence of the teacher of an educational institution as a block of qualities is of particular importance. This concept includes the following main groups of qualities: managerial, pedagogical, scientific, economic, legal competence.

According to the Law on Higher Education in Ukraine, it is precisely because of the activities of teachers that a state policy is being implemented aimed at strengthening the intellectual and spiritual potential of the nation, developing domestic science and technology, and preserving and enhancing the cultural heritage of the nation. Therefore, it is necessary to increase the prestige of the teaching profession in society and the approval of the social status and professional image of a higher education teacher. Therefore, the image of each teacher has common features inherent in his profession: subtlety of mind, exquisite manners, good manners, modesty, the ability to adequately present himself to graduate students.

Key words: image, positive image, image of a higher education teacher, pedagogical imageology.

УДК 372.881.161.1

DOI <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2020.72-1.07>

Атакишиев Эльвин Мубариз оглу

О РОЛИ ГРАММАТИКИ И ФОНЕТИКИ ПРИ ИЗУЧЕНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

Цель статьи рассмотреть роли грамматики и фонетики в преподавании русского языка как иностранного в учебных заведениях Азербайджана.

Методы исследования: Автор в своей исследовании использовал эмпирические и теоретические методы: – эмпирические методы: 1) аналитическо-методическая литература; 2) научнонаблюдение и обобщение опыта; 3) беседа – опрос, проведение опроса учителя и уч-ся для выявления закономерностей и особенностей процесса обучения; 4) анкетирование; 5) опытное обучение – это разновидность методического эксперимента; 6) пробное обучение; 7) Тестирование; 8) Хронометрирование. Теоретические методы – обработка полученной информации (анализ, синтез, дедукция, индукция, абстракция, конкретизация, моделирование и т.д.)

Автор впервые в нашей системе классифицировал приемы формирования навыков правильного восприятия и произношения звуков и звукосочетаний в примерах образцового чтения, выделением из слова нужного звука и звукосочетания и его произношения в изолированном положении; представлением упражнений для развития индивидуального произношения; включения студентов в обучение с помощью группового произношения.

В выводной части, отмечается, что в преподавании любого языка, в том числе и русского, роль грамматики велика. Так же подчеркивается, что формирование фонетических навыков это длительный процесс обучения, состоящий из нескольких этапов.

В итоге автор приходит к такому мнению, что необходимо привить развитые навыки в автоматизацию, в которой студенты смогут точно произносить заранее выученные фонетические паттерны и с помощью учителя исправлять допущенные ошибки. Задача учителя, обучающего детей русскому языку по программе, состоит в том, чтобы организовать обучение на основе строгой грамматической системы, изучение которой в то же время не было бы самоцелью для ученика, однако осознавалось бы как необходимое условие понимания в процессе коммуникации. Учитель должен, умело подбирая упражнения для активного усвоения грамматики, подвести ученика к полноценному владению русской речью.

Ключевые слова: фонетические навыки, произношение, грамматика, методика, иностранный язык, устная речь.

(статью подано мовою оригіналу)