

социального одобрения профессии педагога, считают, что их труд будет «неблагодарным»; педагог встречается со сложными явлениями на практике (большое количество гиперактивных и девиантных детей); условия труда педагога не всегда отвечают современным требованиям и т. д.

На вопрос: «Чем Вы планируете заниматься после окончания колледжа»? – 54% (39 чел.) ответили, что намерены получать другое образование. Только 19% (14 чел.) планируют поступать в университет и продолжать обучение по выбранной специальности, 27% (19 чел.) не определились со своим выбором.

Времена, когда слово «педагог» произносили с гордостью, прошли. Но из беседы с преподавателями можно отметить, что данное отношение к выбору профессии встречается не только у будущих педагогов. Возникает вопрос: «Как изменить мотивацию и отношение студентов к выбираемой профессии?».

Сегодня преподаватель не может дать гарантии работы студентов по выбираемой специальности по окончании колледжа. Как же давать знания, чтобы они не только остались оценкой в дипломе, но и были востребованы в дальнейшей жизни? Одним из вариантов ответа может быть опора на тот социальный опыт, который уже есть у личности, изменение мировоззрения. Необходимо также: детальное обсуждение преподавателем и студентами, как отрицательных, так и положительных сторон выбираемой профессии; анализ будущей практической деятельности, возможных сложностей. Возможно, благодаря этому изменится отношение студентов к выбираемой профессии, и будут созданы условия для развития и обогащения знаний – интеллектуальных и нравственных.

Библиографический список

1. Зимняя, И. А. Педагогическая психология. Ростов н/Д, 1997.

А. А. Петухов

ИНФОРМАЦИЯ КАК ВИЗУАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

Сегодня газеты и журналы, публикуя различные статьи на своих страницах, стараются преподнести их в удобном для читателей формате – наглядном представлении информации в виде рисунков, графиков, таблиц.

Ведь чтобы журнал или газету читали, они должны заинтересовать читателя большими заголовками, красочными картинками, диаграммами, таблицами, которые, в свою очередь, komponуются в некую форму – совокупность визуальной и буквенной коммуникаций. Еще до начала нашей эры люди использовали наскальные рисунки для запечатления каких-либо событий, обучения ремеслу и передачи знаний.

Наглядное представление какой-либо информации в виде совокупности таблиц, графиков, картинок и текста называется инфографикой. Основной целью инфографики является информационность, т. е. передача читателю знаний в удобном для понимания виде. Важно отметить, что инфографика выступает в качестве составляющей к текстовой информации, которая и охватывает содержание темы в полном объеме. Каким именно будет визуальное представление, решает сам составитель в зависимости от целевой аудитории и целей, которые он преследует.

Инфографика как новый жанр визуального представления информации появилась в США в 80-х гг. XX в. на страницах одной из национальных газет. Именно редакторы этой газеты пересмотрели давно сформировавшиеся правила подачи новостей, особенностью которых и была новость в виде текста и небольшой, дополняющей ее картинки. Они публиковали новости в виде одной большой картинки, содержащей текст, графики, таблицы и схемы. Такое сочетание имело большой успех, что позволило увеличить количество подписчиков в несколько раз. Успех этого жанра способствовал распространению инфографики по всему миру.

Инфографика бывает двух видов: сложной и простой. Простая – это таблицы, графики, схемы и некоторые виды диаграмм. Сложная – комбинирует текстовые блоки, фотографии, карты и таблицы в единый полноценный графический рассказ.

Инфографика используется не только в газетах и журналах, она может быть прекрасным дополнением и иллюстрацией к статье, использоваться в создании аналитических отчетов на предприятии, справочных материалах, презентациях, в образовании и науке.

Реклама на телевидении, билбордах и в сети интернет привлекает своей красочностью, яркими цветами и различными выразительными средствами, инфографика же заставляет человека анализировать, думать и вникать в суть происходящего, что позволяет ему (человеку) надолго запомнить переданную информацию.

Также сегодня уделяется большое внимание представлению большого материала в организованном, структурированном виде, удобном для просмотра заказчиком. Именно инфографика дает возможность соединять материал различного содержания в одно целое, что и позволило ей занять особое место в представлении информации.

Таким образом, инфографика является ключевым фактором в визуальном представлении информации потребителям и создании информационных рисунков для журналов, газет и различных предприятий.

М. В. Полякова

ПРИРОДА ЗНАЕТ ЛУЧШЕ (К ВОПРОСУ О ГЕНДЕРНОМ АСПЕКТЕ ПРИНЦИПА ПРИРОДОСООБРАЗНОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ)

Так уж сложилось, что когда мы рассуждаем об образовании, мы имеем в виду некую единую гендерно не дифференцированную культурную целостность. Образование как процесс и результат является частью культуры. А по словам Георга Зиммеля «...культура человечества не является по своим чистым объективным содержаниям чем-то как бы бесполом и вследствие своей объективности отнюдь не находится по ту сторону различия между мужчиной и женщиной... Мужчины создали искусство и промышленность, науку и торговлю, государство и религию» [2, с. 77]. Образование – один из многих аспектов культуры. Естественно, что оно ориентировано на особенности и потребности мужчин, так, чтобы обучать, поддерживать, стимулировать, поощрять и защищать их везде, всегда и во всем. Следовательно, практически все то, что мы называем образованием резко гендерно ассиметрично, и это – мужское образование.

Только один пример. Педагогический энциклопедический словарь под редакцией академика Бим-Бада 2002 г. приводит в одном из приложений портретную галерею великих педагогов прошлого и современности (С. 431–459). Всего 464 портрета. Из них – женских 19, а это – 4% от общего числа. Из всех женщин, за последние 25 столетий, традиционно занимающихся педагогической практикой, и часто очень успешно, достойных упоминания оказалось только 19.

Действительно, интеллектуальные достижения женщин до второй половины XX в. были неизмеримо бледнее мужских. Георг Зиммель отме-