

PEDAGOGA TĒLS SKOLU MĀJAS LAPĀS - SKOLAS REPREZENTĒTĀJS

Image og the Teacher in Schools Websites – Representative of the School

Baiba Āriņa
Raimonds Strods
Latvijas Universitāte

Abstract. *Article consists of three parts - theoretical, empirical research and recommendations for improvement the school website photo galleries. Publication analyses ideas (Weber&Mitchell, Kestere, Kaļķe, Fischer&Kiefer, Veide) that reveal importance of the teacher's image in the representation of the school, significance of the picture and self-promotion in the school context. The empirical study consider teacher's image in 17 Latvian school website photo galleries and surveys 102 primary school student's parents to find out their views on the school website photo galleries impact on the selection of the school for their children. Analysis of the theoretical literature and interpretation of the results of the study highlights recommendations for the improvement of the school website photo galleries as a type of school's self-representation.*

Keywords: *Image of the teacher, school website photo gallery, self-promotion.*

Ievads **Introduction**

Skolas tēlu veido dažādi aspekti - skolēnu un absolventu raksturojums, iedzīvotāju atsauksmes, mediji, saistībā ar skolēnu sasniegumiem, inovāciju ieviešanu skolā, kā arī ar negatīviem notikumiem. Skola arī pati var veidot savu tēlu, gan reklamējot sevi plašsaziņas līdzekļos, izmantojot bukletus, piedaloties dažādos pasākumos, projektos utt. Tēmas aktualitāti nosaka fakts, ka pēdējos gados aizvien vairāk skolu publiskai apskatei skolas mājas lapā izvieto attēlus no skolas ikdienas dzīves, turklāt to pastiprina veiktā skolēnu vecāku aptauja, kurā atklājies, ka 66,7% vecāku apmeklē skolu mājas lapu foto galerijas un 57% no kopumā 102 vecākiem atzīst, ka skolu mājas lapu foto galeriju saturs ietekmē skolas izvēli bērna mācībām. Skolai ir nepieciešama komunikācija ar sabiedrību un skolas tēla mērķtiecīga veidošana, lai piesaistītu jaunus skolēnus, motivētu esošos, saliedētu kolektīvu un vairotu konkurētspēju. Skolu mājas lapu foto galerijas tiek piedāvātas kā jauns un spēcīgs pašreklāmas veids, kurš neprasa lielus finansiālus ieguldījumus un informāciju spēj izplatīt globālā līmenī. Zinātniskā raksta mērķis ir izpētīt skolotāju un skolu reprezentācijas praksi Latvijas skolu mājas lapu foto galerijās. Eventuālais rezultāts ir izstrādāti ieteikumi skolu mājas lapu foto galeriju pilnveidei kā pašreklāmas veidam.

Skolotāja tēls un tā nozīme skolas reprezentēšanā *Image of teacher and its role in representing the school*

Skolotāja vizuālais tēls ir viens no faktoriem, kas veido skolas tēlu, ja skolotāja attēli ir izvietoti skolas mājas lapā publiskai apskatei. Taču tas veido arī noteiktus uzskatus par skolotāju, viņa īpašībām, prasmēm un paradumiem. Skolotāja tēla pētnieces, profesores Vēbere un Mičela (Weber & Mitchell, 1995) uzsver masu kultūras nozīmi skolotāja tēla stereotipu radīšanā caur komiksiem, filmām, bērnu izrādēm, multfilmām, bērnu grāmatām un dziesmām. Taču nu šim sarakstam ir pieskaitāmi arī skolu mājas lapu fotogrāfijas, kuros līdzās pasākumiem un dažādiem skolas ikdienas brīžiem, tiek iemūžināti arī skolotāji. Pētnieces uzsver, ka bērniem, uzsākot mācības, jau ir radies konkrēts priekšstats par to, kā skolotājam ir *paredzēts* izskatīties un uzvesties, un bērni tieši to arī sagaida. Tādējādi bērni un pieaugušie lieto gandrīz identiskus simbolus, lai attēlotu skolotājus, sistemātiski iekļaujot tādas zīmes, kā tāfele, galds, ābols, rādāmkoks, matemātika un mājasdarbi. Viņu zīmējumos neatklājas daudz kultūras atšķirību. Šie skolotāju attēlojošie simboli ir daļa no Rietumu vizuālās vārdnīcas, kas tiek plaši izmantoti jau vairākās paaudzēs. Subjektivitāte un identitāte, kā uzskata Vēbere un Mičela, daļēji tiek veidota, pamatojoties uz popularitāti, un to spēks un ietekme neizzūd, skolēniem nonākot skolā. Tas, kas ir populārs, kļūst par daļu no skolotāja identitātes, par to, kas skolotājs ir, respektīvi, biežāk sastopamie skolotāju tēlu apzīmējošie simboli kļūst par būtiskākajām skolotāju raksturojošām īpašībām. Tātad ir redzams, cik būtisku lomu ieņem masu paustās skolotāja tēla iezīmes.

LU PPMF Pedagoģijas zinātniskā institūta vadošā pētniece Iveta Ķestere (2012) uzskata, ka tipisku skolotāja tēlu veido reliģijas, kultūras un vēstures mijiedarbība. Papildinot, valsts iedzīvotāju skaits, sociāli ekonomiskais līmenis, finanšu investēšana izglītībā un sociālais skolotāju status spēj mainīt skolotāja tēlu katrā valstī. Ķestere ir definējusi vairākas tipiska skolotāja īpašības, tālāk izvirzītas dažas no tām: 1) Profesijas feminizācija. Tā sākās 19. gadsimta vidū un turpinājās līdz 20. gadsimtam, īpaši pēc Otrā pasaules kara. 2) Sievietes skolotājas biežāk ir raksturotas kā jaukas, pieklājīgas un pieredzējušas, bet vīrieši skolotāji bieži raksturoti kā skarbi, izmantojot frāzes kā “esiet klusi!”, “mutes ciet!”. Vīrieši skolotāji tiek raksturoti arī kā jautri un atslābināti, bet sievietes nopietnas un mēdzot *piesieties*, humora izjūta biežāk tiek piedēvēta vīriešiem. 3) Jo jaunāki bērni, jo lielāku vecumu piedēvē skolotājiem. 4) Ideāla skolotāja biežāk tiek uztverta kā gados jauna. Vecāka gada gājuma skolotājas tiek uztvertas kā striktas, konservatīvas un nogurušas. 5) Skolēniem nepatīk, ka skolotāji ģērbjas neatbilstoši savam vecumam, pārāk *jauni*. Skolēni uzskata: “Skolotājam jāģērbjas kā skolotājam un skolotājam jāizskatās kā skolotājam.” Viennozīmīgi, skolotāja ārējais tēls lielākajā daļā sabiedrības ir ļoti stereotipizēts (Ķestere, 2012).

Darbā aktualizētā skolotāja tēlu atspoguļojošā platforma, proti, skolu mājas lapu foto galerijas, iespējams, var kļūt par vienu no skolotāja tēla stereotipu *lauzējiem*, jo vecākiem, aplūkojot attēlus, kuros atspoguļoti skolotāji dažādās ikdienas darba situācijās, kļūst iespējams iepazīt mūsdienu skolotāju un atbilstoši interpretēt tā tēlu. Tēla jēdziens, pēc Vēberes un Mičelas, pauž skolotāja zināšanu komplekso raksturu un vienlaikus emocionālo, vērtējošo un izziņas raksturu, kā arī nodod personīgās nozīmes, kas caurvij šīs zināšanas. Attēli var palīdzēt sintezēt zināšanas par skolotāju, bērniem un mācību metodēm. Tātad fotogrāfijā attēlots skolotāja tēls nodod konkrētu informāciju par skolotāju, ko ir būtiski ņemt vērā, ievietojot skolotāju attēlus skolu mājas lapās. Autores šajā aspektā uzsver metaforu nozīmi, raksturojot to kā valodas koda daļu, kas palīdz radīt nozīmi un ierobežot sociālās identitātes. Viņas apraksta vairākas skolotāja (tēla) metaforu klasificēšanas, apskates un izmantošanas shēmas. Viena no tādām ir metaforisko attēlu iedalījums divās grupās (Fischer & Kiefer). Pirmajā grupā ietilpst attēli, kas attiecas uz mācīšanu (piemēram, skolotājs kā izskaidrotājs, skolotājs kā vadītājs) un attēli, kas attiecas uz attiecībām starp skolotāju un skolēnu (piemēram, skolotājs kā aizstāvis, skolotājs kā terapeits, skolotājs kā vecāks, skolotājs kā skolas biedrs). Šis attēlu iedalījums var kalpot par mēru skolu vadībai, izvērtējot un veidojot foto galeriju saturu. Vēbere un Mičela min, ka metaforas var darboties divos līmeņos: viens ir vairāk acīmredzams jeb skaidri redzams, bet otrs ir slēpts vai grūtāk precīzi nosakāms. Metaforām vienmēr ir ideoloģisks pamats, kas piešķir tām noteiktu simbolisko spēku. Tādējādi, metaforas var gan uzlabot mūsu izpratni, radot jaunu nozīmi un perspektīvas, gan arī ierobežot, samazināt un vienkāršot mūsu *realitātes* izjūtu katrā konkrētā situācijā. Tādēļ mājas lapās ietvertu attēlu kontekstā ir būtiski apzināties un izvērtēt, kādas metaforas caur attēliem tiek radītas. Turklāt autores uzsver, ka skaidri redzamās metaforas izriet no slēptajām, kas ir daudz dziļākas, bet, tā kā tās ir grūtāk pamanāmas, var veidoties nepilnīgs vai nepareizs priekšstats par skolotāju. Kā arī pastarpinātā pieredze, ko nodrošina mediji, būtiski ietekmē indivīda identitāti, kas kļūst aizvien izteiktāka ar masu elektroniskās komunikācijas attīstību, pašattīstībai un sociālajām sistēmām saplūstot līdz pat globālai sistēmai.

Pašreklāma un tās nozīme skolas kontekstā ***Self-promotion and its role in the school context***

Skolas mājas lapas foto galerijā atspoguļotais skolotāja tēls kalpo gan kā skolas, gan paša skolotāja pašreklāma, tādēļ tas ir vienlīdz būtisks skolotāja un skolas aspektā. Pašreklāmāi ir līdzīgas funkcijas kā tradicionālajai komercireklāmāi un, kā min psiholoģijas zinātņu doktors Mārtiņš Veide, to raksturo norādījumi uz sasniegumiem, atraktivitāti un kompetenci, tēla izkopšana un izcelšanās citu sev līdzīgo vidū konkurences apstākļos (Veide, 2006). Taču Veide uzsver, ka pašreklāmas rezultātu nosaka ne tikai tās adresāta

ieinteresētība un iepazīšanās ar pašreklāmas objektu, bet arī tas, cik precīzi reklāmas saturs, demonstrējamā uzvedība un ārējās pazīmes atbilst pašreklāmas iecerei. Skolu mājas lapu kontekstā tas nozīmē izvērtēt mājas lapā ievietotos skolas mācību un fiziskās vides attēlus, apzināties iespaidu, ko tie sniedz mērķauditorijai, jeb bērniem un viņu vecākiem, un veidot tēlu atbilstoši skolas vērtībām un vēlmēm.

Skolas aizvien vairāk izmanto internetu, izstrādājot mājas lapas, lietojot e-klasi, kas palīdz skaidrot skolas stratēģisko plānu, kā arī pieejamība regulāri atjaunināt saturu sāk piedāvāt jaunas komunikācijas iespējas, kas nav bijušas pieejamas agrāk (Fidler, 2002). Šo iespēju ir jānovērtē, jo tā prasa salīdzinoši mazus ieguldījumus, bet ātru un ērtu veidu kā publiskot jaunāko informāciju par skolu, tostarp attēlus, un viegli uzrunāt mērķauditoriju. Turklāt skolai rodas iespēja radīt noteiktu pirmo iespaidu par sevi, pašai to nosakot un regulējot. Sauthemptonas universitātes sabiedrisko attiecību speciālists Pīters Rīders (Reader, 2003) uzsver, ka, notikumi, kas nodrošina fotogrāfijas ar *jautrām sejām*, nedrīkst būt ignorēti, veidojot skolas vizuālo tēlu. Pie tādiem viņš min, piemēram, labdarības un sporta pasākumus, koncertus un citus skolēnu apmeklētos pasākumus skolā un ārpus tās. Rīders atzīmē, ka medijos attēlu redaktori vienmēr izvēlas vizuāli aizraujošus attēlus, lai *atdzīvinātu* lapas, ko ir būtiski ņemt vērā arī veidojot skolas foto galerijas.

Izplatītākie līdz šim izmantotie skolu pašreklāmas veidi *Most commonly used types of self-promotion by school*

Mārtiņš Veide ir definējis reklāmas iespējas: 1) Savas tirgus daļas paplašināšanu (Skolas kontekstā tas nozīmē skolēnu piesaisti. Pēc Latvijā valdošā principa „nauda seko skolēnam”, šis ir nozīmīgākais faktors skolas pastāvēšanai); 2) Savu produktu diferencēšanu no konkurentu produktiem (Skolai reklāma ļauj parādīt savas vērtības, skolēniem piedāvātās aktivitātes, kuru citām skolām, iespējams, nav); 3) Patērētāju intereses līmeņa uzturēšanu (Skolai attīstot un pilnveidojot savu pašreklāmu, ir iespējams noturēt bērnu vecāku interesi par izglītības iestādi, piemēram, savus jaunākos bērnus sūtot tajā pašā skolā, kur vecākos) (Veide, 2006).

Latvijā ir divi populāri, visai sabiedrībai pieejami skolu reitingi, kas galvenokārt darbojas kā skolas reklāma. Pirmais, Draudzīgā aicinājuma fonda *skolu reitings*, ir izstrādāts atbilstoši skolēnu sekmēm centralizētajos eksāmenos. Otrais ir Latvijas skolu reitings, kas veidots, balstoties uz skolēnu rezultātiem konkrētās mācību priekšmetu olimpiādēs un Latvijas skolēnu zinātniskajā konferencē. Savukārt, LU PPMF Izglītības pētniecības institūta pētniece Ineta Daiktere savā promocijas darbā ir veikusi aptauju un noskaidrojusi, ar kādiem reklāmas līdzekļiem vairāku skolu direktori reklamē izglītības iestādes. Aptaujājot 357 Latvijas vispārizglītojošo dienas skolu direktorus, tika secināts, ka visai reti tiek izmantota reklāma valsts un/vai reģionālajā televīzijā un/vai

radio, valsts lielākajos laikrakstos, sadarbojoties ar pirmsskolas izglītības iestādēm, izdodot grāmatu par skolu, kā arī ar skolēnu panākumiem mācību darbā, sporta sacensībās un koru, deju kolektīvu skatēs u.c. Visbiežāk izmantotie reklāmas līdzekļi ir skolu veidotie bukleti u.tml., līdzdarbošanās projektos un vietējā laikrakstā. 103 aptaujātie skolēnu vecāki norāda, ka biežāk reklāma varētu tikt izplatīta tieši reģionālos masu saziņas līdzekļos. 92 aptaujātie absolventi norāda, ka vēlētos biežāk un regulārāk dzirdēt un lasīt par skolēnu un skolas panākumiem. Līdzīgi kā to vēlējušies absolventi un vecāki, arī pedagogi (152) lielāku atbalstu dod reģionālai reklāmai. Pedagogi norāda, ka vēlētos biežāk un regulārāk saņemt informāciju par skolēnu panākumiem un skolas dzīves notikumiem vietējos plašsaziņas līdzekļos. Valsts un pašvaldību dibinātās vispārizglītojošās skolās sabiedrisko attiecību speciālista amats nav paredzēts, tādēļ šie pienākumi jāuzņemas kādam no skolas darbiniekiem. Skolu kultūras pētījums Zviedrijā (Årlestig, 2008) atklāj, ka šajā valstī sabiedrisko attiecību veidošanas pienākumus lielākoties uzņemas skolu direktores. Tātad skolai ir būtiski izvērtēt ne tikai attēlu saturu mājas lapā, bet arī atbilstošu un kompetentu personu skolas sabiedrisko attiecību jomā.

Pētījuma metodika *Methodology of research*

Lai atklātu skolu mājas lapās atspoguļotā skolotāja tēla raksturīgākās iezīmes, kā arī noskaidrotu vecāku viedokli par skolotāju un skolu vizuālo tēlu, aplūkojot skolu mājas lapas, tika veikts pētījums.

Pētījumā tika izmantotas divas pētījuma metodes: kvalitatīvā metode - fotogrāfiju analīze un kvantitatīvā metode - aptauja. Pirmajā pētījuma daļā tika apskatītas 17 skolu mājas lapu foto galerijas no dažādiem Latvijas reģioniem un analizētas 75 fotogrāfijas. Subjektīvi konstatētais skolotāju vidējais vecums ir 45 gadi. Analīzē kā galvenie skolotāju raksturojošie aspekti tika izvirzīti: gērbšanās stils, aksesuāri, apavi, matu sakārtojums, neverbālā komunikācija, atrašanās vieta attēlā, vidē un fotogrāfijā fiksētā darbība.

Otrajā pētījuma daļā tika aptaujāti 102 sākumskolas skolēnu vecāki, lielākoties 1.klases vecāki, kuriem bērnu skolas izvēle vēl tikko bijis aktuāls jautājums. 20 no tiem bija vīrieši un 82 - sievietes. Skolēnu vecāku vidējais vecums ir 32 gadi. Aptaujā tika iekļauti sekojoši jautājumi: Vai jūs esat apmeklējis skolu mājas lapu foto galerijas? Vai skolu mājas lapu foto galeriju saturs ietekmē skolas izvēli bērna mācībām? Kam jūs pievēršat uzmanību skatoties skolas mājas lapu foto galerijas? Kādas izjūtas un domas rodas, apskatot skolotājus skolu mājas lapu foto galerijās?

Pētījuma rezultāti un to analīze *Results and analysis*

2012./2013.m.g. Latvijā kopā bija 28221 pedagogu, no kuriem 1165 strādāja sākumskolā, 7410 pamatskolā, 17068 vidusskolā un 2578 speciālās skolās. No kopējā skolotāju skaita 24920 ir sievietes (88%) (Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrija, 2012/2013.). Analizēto skolotāju sieviešu skaitu skolu mājas lapu foto galerijās procentuāli līdzinās Latvijas statistikai - kopumā 67 sievietes (89%) un 8 vīrieši. Dominējošā tendence skolotāju ģērbšanās stilam ir klasisks stils, konstatēts 64% fotogrāfijās - sievietēm 67%, vīriešiem 50%. Sievietes, izvēloties klasisko stilu, visbiežāk velk blūzes/žaketes un svārkus līdz ceļiem. Otrs sievietēm izvēlētais ģērbšanās stils ir svinīgs 25% (krāsaini kostīmi un pieguļošas kleitas), retāk sportisks stils 7% (sporta tērps). Savukārt vīriešiem otrs populārākais ģērbšanās stils ir sportisks - 38% (sporta tērps), un tikai 13% ģērbjas svinīgi (uzvalks, kreklis). 15% sieviešu no rotaslietām izvēlas kaklarotas un 12% auskarus. Brilles kopumā konstatētas vien 8%, kas būtiski atšķiras no LU asoc.prof. Baibas Kaļķes 2011./2012. veiktā pētījuma par skolotāja tēlu Latvijā, kur brilles tika konstatētas kā izmantotākais aksesuārs 31% gadījumos (Kaļķe, 2012). No aksesuāriem vairākkārt tika konstatētas šalles (8%) un rokas pulksteņi (7%). Netipiski aksesuāri un priekšmeti bija ziedi (9%), sejas karnevāla maskas (3%), planšetdators (1%), mikrofons (1%). Apavu izvēle ir ļoti tradicionāla. Kopā tika fiksētas 27% melnas kurpes, sporta apavi - 8%. 65% gadījumos apavi vispār nav redzami. Populārākā matu krāsa sievietēm ir gaiši brūna/blonda 55% un īss matu griezumums 51%, savukārt ieviesta frizūra bija 18% sievietēm. 100% vīriešiem mati ir īsi vai atkāpušies, turklāt 50% tie ir iesirmi. Visbiežāk skolotāji ar žestiem norāda uz mācību saturu 11%. Novēroti arī netipiski žesti: kariķēts, apzināti atdarinot pārspīlētā, smieklīgā veidā (1%), dažādu simbolu atveidošana ar pirkstiem (*peace*) (1%). Viennozīmīgi dominējošā poza ir atvērta (77%) un daļēji slēgta (tikai 11% attēlos). Sievietēm mīmika visbiežāk ir smaidoša (52%), bet 24% nopietna. Vīriešiem smaids konstatēts 50% attēlu un 50% nopietna sejas izteiksme. Kopumā 51% skolotāju attēlos ir smaidīgi. 2008.g. Kaļķes veiktajā pētījumā par skolotāja tēlu vidusskolēnu priekšstatos tika izvirzīts sekojošs secinājums saistībā ar mīmiku: "Vidusskolēnu priekšstatos dominē dusmīgs, savu neapmierinātību vēstoš pedagogs" (Kaļķe, 2008). Salīdzinot pētījuma rezultātus, atklājas situācijas maiņa pēdējo gadu laikā, skolotāju mīmikā dominējot atvērtībai un smaidam. Telpā skolotāji visbiežāk tiek novēroti skolēnu vidū (43%), aiz skolēniem (27%) un klases priekšā (24%). Tika analizētas arī skolotāju darbības, no kurām populārākā bija mācību materiāla skaidrošana (21%), skolēnu uzklaušanās (11%), piedalīšanās rotaļās ar skolēniem (8%), bet, stāvot līdzās *klasei* - 24%. Skolotājs ar *klasi* vienlīdz daudz ir fiksēts gan klasē (24%), gan sporta zālē (24%), retāk aktu zālē (17) un ekskursijā kopā ar skolēniem (13%).

Pedagoga tēls skolu mājas lapu foto galerijās izkristalizējas kā ļoti atvērts, kurš dod priekšroku klasiskam un ērtam apģērbam, nepārspīlē ar aksesuāriem un rotaslietām, velkā ērtus apavus, ar žestiem norāda uz mācību satura svarīgumu, pārsvarā atrodas starp skolēniem, ir smaidīgs un skaidro mācību materiālu. Šāds skolotāja tēls pilnībā atbilst humānistiskās pieejas pārstāvim, kurš izmanto bērncentrētu mācību pieeju.

Aptaujas rezultāti par skolotāja tēlu skolu mājas lapās atklāj, ka skolēnu vecāki skolu mājas lapu attēliem pievērš visai ievēriģu uzmanību. Kopumā 67% vecāku atzīmē, ka skatās skolu mājas lapu foto galerijas, kas apstiprina aktualitāti skolu vadībai un skolotājiem pārdomāti veidot foto galeriju saturu.

Uz jautājumu, vai skolu mājas lapu foto galeriju saturs ietekmē bērna skolas izvēli, apstiprinošu atbildi sniedz 17% vecāku, 40% atzīst, ka daļēji ietekmē skolas izvēli, bet 43% - ka neietekmē. Tātad kopumā lielākā daļa jeb 57% skolēnu vecāku uzskata, ka skolu mājas lapu foto galerijas ir skolas izvēli ietekmējošs faktors, kas pastiprina nepieciešamību rūpēties par foto uzņemšanas iespējām skolā, īpaši ikdienas norisēs, kas būtiski raksturo skolu, tās vērtības un pozitīvās īpašības, piemēram, radošus un ar mūsdienīgām mācību metodēm strādājošus skolotājus. Tāpat būtiski ir rūpīgi izvēlēties attēlus publiskošanai mājas lapās, lai tie neradītu nepareizu vai nevēlamu priekšstatu par skolotājiem un/vai skolu, jo pastāv dažādi aspekti, kurus potenciālie skolēnu vecāki vērtē skolu galeriju attēlos.

Šo aspektu kopumu ļāva iegūt un izvērtēt atbildes uz trešo jautājumu, proti, kam tiek pievērta uzmanība, apskatot mājas lapu galerijas. Lielāko popularitāti iegūst skolas pasākumi, kam visvairāk uzmanības pievērš 38% aptaujāto vecāku. Arī fiziskā skolas vide ir vecākiem interesējošs faktors, kopumā tas ir būtisks 27%. Kā trešais populārākais ievēriības objekts ir skolotāja ārējais tēls - 19% vecāku, taču vēl 16% vecāku min citus faktoros, kam tie pievērš uzmanību skolu foto galerijās. Tādi ir: mācību process (3 vecāki), bērnu darbība (3 vecāki), noskaņa un emocijas attēlos (2 vecāki), ārpusstundu aktivitātes (2 vecāki), informācijas aktualizācija - vai galeriju saturs tiek regulāri papildināts, skolas attīstības stratēģija, vērtības, u.c. Rezultātā kļūst redzams, ka vecāki attēlos uzmanību pievērš ļoti dažādām attēlu satura daļām.

Skolēnu vecāki lielākoties atzinīgi un pozitīvi vērtē skolotājus un skolas vidi, ko novērojuši foto galerijās. Kopumā 40% vecāku min pozitīva iespaids rašanos par skolu, 21% atzīmē, ka, apskatot skolu mājas lapu foto galerijas, nerodas nekādas domas vai izjūtas. Salīdzinoši mazākam vecāku skaitam foto galerijas palīdz rast priekšstatu par skolas pasākumiem (10%), par skolas vidi/atmosfēru (8%), par vērtībām skolā (7%), un tikai 4% min, ka foto galerijas palīdz rast priekšstatu par aktualitātēm skolā, kas liek secināt, ka katrai skolai ir jāizvērtē viņai būtiskākās iezīmes un/vai vērtības, ko nodot mērķauditorijai.

Respondenti ir minējuši arī dažādus ieteikumus, kā pilnveidot foto galeriju un/vai mājas lapu saturu, piemēram, iekļaujot skolotāju vizītkartes (2 vecāki), sasniegumus, skolotāju video, publicējot fotogrāfijas, kas demonstrē

skolas vērtības. 5 vecāki uzsver, ka skolotāji reprezentē skolu, tātad, aplūkojot skolas foto galeriju, viņi skolotāju vērtē kā informācijas sniedzēju gan par sevi, gan skolu un tās vērtībām.

Ieteikumi ***Recommendations***

Skola mūsu laikmetā ir izglītības centrs, sociālo prasmju apguves vide un valsts kultūras, vērtību kopšanas lauks. Katra skola ir neliela sabiedrības daļa, kas individuāli spēj eksplicēt vērtības, iesaistot vairākas institūcijas, veicinot bērnu personības veidošanos. Skolotāja profesija ir viena no tām, kurai seko daudz stereotipu un aizspriedumu. Lielākais ieguvums, mērķtiecīgi un pastāvīgi izstrādājot skolu mājas lapu foto galerijas, ir iespēja veidot reālu un skolas ideoloģijai atbilstošu tēlu, iespējams, pat laužot senus pedagoga tēla stereotipus. Izstrādājot publikāciju un sasniedzot tās mērķi, tika izstrādāti likumsakarīgi ieteikumi, izvirzot skolu mājas lapu foto galeriju pilnveidi kā jaunu pašreklāmas veidu.

Saglabāt patiesu skolotāja tēlu. Skolotāja profesija ir cienījama, nedrīkst pedagoga tēlu izskaistināt, radīt mākslīgu, tam jābūt modernam, bet galvenokārt tam jāpauž būtība - attieksme pret bērnu, mūsdienīgas mācīšanas metodes un vērtības.

Skolotājs starp skolēniem. Īstenojot bērncentrēto pieeju, esot atvērtam, pieejamam un vienmēr skolēnu vidū, tiek laužts stereotips par bargajiem skolotājiem. Skolotāju *atvērtība* vienmēr rezultējas ar augstākiem mācību sasniegumiem, jo vidē nevaldīs stress, kas apgrūtina mācību procesu. Gan vecākiem, gan skolēniem ir svarīgi attēlos redzēt skolotāju, kas ir atvērts sadarbībai.

Skolotāja kompetence. Anketās vairākkārt izkristalizējās dažādas idejas, kā sabiedrībai paust skolotāja zināšanas, prasmes un attieksmes: *skolotāja vizītkarte* - skolu mājas lapu foto galerijās var veidot atsevišķu sadaļu vizītkartēm. Raksturojošu personības attēlu ar atslēgvārdu veidā rakstītām interesēm, sasniegumiem un darbības virzieniem. Izveidojot katram pedagogam vizītkarti, veidosies arī skolas kopējā vērtību sistēma.

Dažādas vides, dažādas darbības. Mūsdienu sabiedrība pieprasa skolotājam būt kompetentam daudzās jomās. Publicējot attēlus, kur pedagogi atrodas dažādās vidēs, rodas iespāids par elastīgumu un sabiedriskumu. Parādot, ka klasisko lekcijas lasījumu aizstāj praktiska darbība, viennozīmīgi tiek piesaistīta sabiedrības uzmanība.

Skolas video sižeti. Jauniešiem ir svarīga tehnoloģiju integrēšana mācību vidē. Skolas video sižeti var tikt veidoti par skolas ikdienu, sasniegumiem, pasākumiem, nākotnes vīzijām, personībām, vērtībām. Šo projektu var īstenot skolēni skolotāju vadībā, kas palīdzēs arī attīstīt skolēnu mediju kompetenci. Jebkuru aktuālu informāciju var demonstrēt video formātā, protams, jādoma un

jāpublicē saturīgi un mērķtiecīgi veidoti video.

Emocijas. Ieteikuma uzdevums ir attēlos parādīt, kā skolēni un skolotāji jūtas fiziskajā vidē, pasākumos un mācību procesā. Attēliem jāatspoguļo dabīgas emocijas, lai tajos nedominētu teatralitāte un mākslīgi veidotas pozas. Anketās skolēnu vecāki lika pievērst uzmanību skolas atmosfēras atspoguļošanai attēlos.

Ieteikumi par skolu mājas lapu foto galeriju pilnveidi var palīdzēt veidot skolas tēlu, atbilstoši tās mērķim, ja attēlos paustais harmonēs ar reālajiem skolas uzskatiem un skolas personāla darbību.

Secinājumi **Conclusions**

Pedagoga tēlu skolu mājas lapu foto galerijās vajadzētu konstruēt, balstoties uz skolas vīziju un misiju, ievērojot skolotāju personības, skolas sasniegumus, attīstības plānu un vērtības.

Summary

Publication examines teacher's image in the school website photo galleries, actualizing its role in formation of self-promotion of the school. Image of the teacher in society is built based on various, mostly mass culture shaped, stereotypes. The most common teacher's image symbols in mass media becomes the most important descriptive characteristics of the teacher, however now the school website photo galleries are served as teacher's image and school's representative as well, giving a certain opinion about them for society.

In a study that analyses teachers' images in Latvian schools websites photo galleries and the results of the survey that examines the opinion of primary school students' parents about the importance of school website photo galleries in choosing the school for their children, there has been detected dominant features of teachers image and parents' opinion about the content of photo galleries and the topical information in the context of schools website photo galleries. In the school galleries teachers are mostly displayed in the school, amongst students, but very rarely depicted by participating in the student's activities and excursions. Looking at the school website gallery, parents don't want to see only the school environment and organized events, but also get to know the school values and see teachers in the natural environment which is important factor in terms of forming external communication with parents. Setting the development of the school photo galleries as the new type of self-promotion, work is continuing towards logical recommendations that can serve in the interests of teachers and parents. Pictures must reflect the nature of teacher and school value system.

Literatūra **References**

1. Ärlestig, H. (2008). *In school communication: Developing a pedagogically focussed school culture. Values and Ethics in Educational Administration*. Umeå University, Sweden.
2. Daiktere, I. (2012). *Vispārīgāzglītojošās skolas direktora loma skolas kultūras pilnveidē*. Promocijas darbs. Rīga: LU.
3. Fidler, B. (2002). *Strategic Management for School Development: Leading Your School's Improvement Strategy*, London: Paul Chapman Publishing.

4. Kaļķe, B. (2008). *Skolotāja tēls mūsdienu vidusskolēnu priekšstatos*. No: *Latvijas Universitātes raksti 741. sējums. Pedagoģija un skolotāju izglītība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.
5. Ķestere, I., Wolhuter. C., Lozano, R. (Eds.). (2012). *The Visual Image of the Teacher. International Comparative Perspectives*. Rīga: RaKa.
6. Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrija, 2012/2013. *Reģistri un statistika*. [tiešsaiste]-[atsauce21.02.2014.].Pieejams: <http://izm.izm.gov.lv/registri-statistika/statistika-vispareja/9576.html>
7. Reader, P. (2003). *Liaising with the media*. p.118-128. Foskett, N. *Managing External Relations in Schools: A Practical Guide*. London: Routledge.
8. Veide, M. (2006). *Reklāmas psiholoģija*. Rīga: Jumava.
9. Weber, S.J., Mitchell C. (1995). *That's Funny, You Don't Look Like A Teacher! Interrogating Images and Identity in Popular Culture*, London: The Falmer Press.

Baiba Āriņa

Latvijas Universitāte
Pedagoģijas, psiholoģijas un mākslas fakultāte
Pedagoģijas nodaļa
e-pasts: baiba.arina@gmail.com

Raimonds Strods

Latvijas Universitāte
Pedagoģijas, psiholoģijas un mākslas fakultāte
Pedagoģijas nodaļa
e-pasts: strods_raimonds@inbox.lv