

УДК 378.147

О. Межерницька, м. Харків

ВПРОВАДЖЕННЯ ІМІДЖОЛОГІЇ ЯК КОМПОНЕНТА НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ У ВИЩИХ ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ

Анотація. Стаття присвячена проблемі впровадження іміджології як компонента навчального процесу у вищих навчальних закладах. Розкрито поняття і сутність іміджу, іміджології, педагогічної іміджології. Розглянуто ціннісні й технологічні функції іміджу, подана їх коротка характеристика. Визначено компоненти менеджерської майстерності, якості професійної компетентності керівника навчального закладу, які впливають на головний показник діяльності лідера освіти – якість навчання.

Ключові слова: імідж, іміджологія, педагогічна іміджологія, функції іміджу, компетентність керівника.

Аннотация. Статья посвящена проблеме внедрения имиджологии как компонента учебного процесса в высших учебных заведениях. Раскрыто понятие и сущность имиджа, имиджологии, педагогической имиджологии. Рассмотрены ценностные и технологические функции имиджа, дана их краткая характеристика. Определены компоненты менеджера мастерства, качества профессиональной компетентности руководителя учебного заведения, влияющие на главный показатель деятельности лидера образования – качество обучения.

Ключевые слова: имидж, имиджология, педагогическая имиджология, функции имиджа, компетентность руководителя.

Annotation. The article is devoted the necessity of introduction of imageology as a component of educational process in higher educational establishments. The article discovers conception and nature of image, imageology, pedagogical imageology. It defines the valuable and technological functions of image, their short characteristic. The article discovers components of manager's trade, qualities of professional competence of leader of educational establishment, which influence on a main index of leader of education indicator – quality of studies.

Keywords: image, imageology, pedagogical imageology, functions of image, competence of leader.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими завданнями. В умовах сьогодення перед нашим суспільством постала важлива проблема відтворення повноцінного людського потенціалу, що має

покладатися на розумних, талановитих, морально досконалих педагогів, здатних творчо змінювати освітній простір. Значну роль у цьому процесі відіграє освіта у вищому навчальному закладі, що надає можливість здобувати необхідні професійні знання та навички, а також поширювати світоглядні орієнтації особистості. Саме вища освіта повинна об'єднувати у цілісний комплекс навчально-методичну підготовку майбутнього педагога та його позанавчальний особистісний розвиток.

Актуальність розгляду даної теми полягає в тому, що іміджологія виступає важливою складовою вихованості сучасної особистості, необхідним компонентом професійної компетентності спеціалістів різного профілю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відомі українські вчені інтенсивно займаються дослідженням теоретичних і практичних основ іміджології. Зокрема, В. Мойсеєв підготував значну кількість праць з теорії і практики паблік рілейшнз, Г. Почепцов написав низку досліджень, присвячених актуальним проблемам іміджології й паблік рілейшнз, В. Королько – автор першого фундаментального підручника з основ паблік рілейшнз та проблем іміджу студентів вищих навчальних закладів, О. Холод запропонував цікаві підходи до систематизації складових іміджології.

Діяльність керівника організації зі створення іміджу розглядаються в дослідженнях О. Доброневського, О. Омарова, Г. Почепцова, Е. Уткіна, О. Фельзера.

Проблема формування іміджу навчального закладу розглядається в роботах Л. Даниленко, О. Мармази, З. Тимошенко та ін.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є актуалізація необхідності впровадження іміджології як компонента навчального процесу у вищих навчальних закладах, теоретичне обґрунтування її сутності та значення. Основні завдання полягають у виокремленні загальних рис, складових компонентів іміджу педагога, необхідних для формування особистості майбутнього фахівця, розгляді головних компонентів

менеджерської майстерності й найбільш значущих професійних компетентностей керівника навчального закладу, що виступають невід'ємною складовою для здійснення його управлінських функцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. У наш час в літературі існує багато визначень іміджології як науки. На думку О. Холода, іміджологія – це наука про функціонування, систематизацію й впровадження у свідомість споживача знакових замінників інформації про носіїв визначених атрибутів [7]. В. Шепель вважає, що іміджологія – це звернений до кожного заклик бути привабливим і вміти нести світло людям. Вона сприяє зовнішньому прояву глибинної потреби людини бути гідною особистістю [8].

На нашу думку, іміджологія – це система різних знань і умінь. Її інформаційний банк складає дані таких дисциплін, як психологія, педагогіка, етика, соціологія, риторика, театральна режисура, акторська майстерність, косметологія, дизайн одягу тощо.

Головне призначення іміджології – науково обґрунтувати, як створити привабливий імідж, як збудувати моделі достойної поведінки в тих чи інших ситуаціях.

При розробці ідеології іміджології як науково-практичного напрямку і навчального предмета необхідно звернутись до семантики поняття іміджу.

Існує припущення, що поняття «імідж» походить з англійської мови. Але враховуючи факт його існування ще у давні часи, неможливо із впевненістю стверджувати, що «імідж» є похідним від французької чи англійської мови, скоріш є запозиченим, як свідчить трансформація його змісту протягом років і майже одночасна пізніша поява в обох цих мовах.

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 й орієнтацію стосовно чого-небудь (особи,

класу, расового типу, політичної філософії або національності)» [9, 483].

На думку Г. Почепцова, «імідж - це звернене у зовнішнє "Я" людини, її публічне "Я"» [6, 54].

В. Шпалінський підкреслює, що імідж – «це те, чим і ким здається людина у своєму оточенні, якою бачать і сприймають її «вони» [2, 14].

Отже, узагальнюючи наукове трактування дослідниками поняття «імідж», ми вважаємо, що *імідж – це символічний образ суб'єкта, який характеризується динамічністю, неподільною єдністю чуттєвих і змістовних компонентів і відтворює потреби соціальної групи*. Вдалий імідж – це здатність переконати оточуючих, що носій цього іміджу є втіленням в собі ідеальних якостей, які вони бажали б мати, якщо були б на місці цієї людини.

Імідж дозволяє проявитися кращим особистісним і діловим якостям людини, привнести у повсякденне спілкування комфорт, створити оптимістичний настрій. Діяльність педагога, вихователя неможлива без його доброзичливої зовнішності. Активними формами прояву сутності й змісту цього феномену виступають функції іміджу (ціннісні й технологічні).

До ціннісних функцій іміджу відносяться:

1. Особистісно-підвищуюча.

Завдяки позитивному іміджу створюється вигляд особистості, який підкреслює її духовну сутність, візуально окреслює її кращі душевні характеристики і, в цілому, демонструє її індивідуальну незвичайність.

2. Психотерапевтична.

Приваблива особистість отримує людську увагу й визнання, стійкий позитивний настрій, оптимізм у досягненні своєї мети й упевненість у собі. Реалізація ціннісних функцій іміджів орієнтована на створення в самій особистості так званої підйомної сили, за рахунок якої вона з меншими психофізичними витратами досягає життєвого успіху й спілкується з людьми.

3. Суб'єктивне призначення ціннісних функцій іміджу.

Створення такого виразного особистого вигляду, що притягує до себе людей, тобто, полегшує їх спілкування з людиною, яка була б більш відкритою (довіряти свої погляди й бажання, розраховувати на розуміння своїх проблем, симпатизувати їй).

4. Об'єктивне призначення ціннісних функцій іміджу.

Початкове положення іміджології – «висвітлюватися перед людьми». Візуальна доброзичливість, створення позитивного іміджу притаманні кожному, хто наполегливо хоче оволодіти технікою самопрезентації. Тому необхідно дуже серйозно ставитися до цього головного поняття в іміджології.

Самопрезентація – це вміння себе подати, привернути увагу, актуалізуючи зацікавленість людей певною зовнішньою якістю.

Технологічними функціями іміджу є:

1. Соціальна адаптація.

Завдяки правильно підбраному іміджу можливе швидке входження в конкретне соціальне середовище, привернення до себе уваги інших людей, створення найбільш продуктивних і доброзичливих контактів з ними.

2. Висвітлення найкращих особистісно-ділових характеристик.

Це означає підкреслити свої найбільш привабливі якості: довіра до себе, симпатія, професійні якості.

3. Зауважливість або приховування негативних особистісних даних.

Досягається за допомогою одягу, зачіски, макіяжу, гарних манер поведінки, щоб відвернути увагу людей від власних недоліків.

4. Концентрація уваги людей на собі.

Вміння сподобатися людям завжди привертає увагу до того, хто складає враження неординарної й доброзичливої особистості. Як наслідок, виникає зацікавленість у спілкуванні й роботі саме з такою людиною.

5. Розширення вікового діапазону спілкування.

Не треба особистості загострювати свою увагу на своєму віковому іміджі. Візуальне свідчення сучасних манер спілкування й дотримання останніх тенденцій моди дозволить розширити коло контактів і успішно займатися професійною діяльністю у різновікових соціумах.

Перераховані дві функції іміджу – *ціннісна й технологічна* – є пріоритетними складовими самопрезентації. Знаючи ці дві функції і методично вправляючись у їх реалізації як самостійно, так і за допомогою іміджмейкера, людина зможе створити свій індивідуально-особистісний і професійний імідж.

Предметом занепокоєння керівника навчального закладу, педагога, вихователя має бути не лише окрема індивідуальність, а світ людей, їх покликання і доля.

Відтак постає важливе завдання створення керівником, вчителем власного високоморального й професійного іміджу, щоб бути справжнім лідером, педагогом і психологом у системі інформаційного впливу на підростаюче покоління.

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.

Мета педагогічної іміджології полягає в тому, щоб науково обґрунтованим дослідницьким шляхом побудувати програму впровадження й реалізації іміджових атрибутів педагога, а також сформувати образ сучасного навчального закладу [5, 274].

Від іміджу людини багато в чому залежить бажання співпрацювати з нею або її організацією. Позитивний імідж, як відомо, придбати важко, на це витрачаються роки, а втратити його можна миттєво або через дрібницю. Керівникові доводиться багато спілкуватися з різними людьми, з підлеглими, створювати колективи, мотивувати їх, вести облік і контроль виконання

доручень, вирішувати велику кількість організаційно-управлінських питань. Звичайно, обіймаючи настільки відповідальну посаду, дуже складно врахувати інтереси всіх своїх підопічних, колег, керівництва, оточення. Але вкрай важливо, щоб думка оточуючих про керівника була позитивною, адже від репутації керівника багато в чому залежать результати діяльності організації: чи будуть підлеглі, колеги, керівництво, клієнти, партнери прислухатися до його думки, довіряти, поважати і прислухатися до нього, а все це впливає на загальний клімат в колективі, працездатність і, врешті-решт, на головний показник діяльності лідера освіти – якість навчання.

Маючи відповідні вміння й засоби, управлінець може ефективно використовувати людський потенціал організації для реалізації вибраної стратегії, підсилити згуртованість своєї команди, використовувати її як мотивуючий чинник, що направляє співробітників на досягнення загальної мети.

Щоб ефективно здійснювати свої функції, сучасному управлінцеві необхідно опанувати певні компоненти менеджерської майстерності: вміння 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.

У зв'язку з цим детальніше розглянемо професійну компетентність керівника освітньої установи як блок якостей, що має найбільшу значущість. Це поняття включає *п'ять груп якостей: управлінську, педагогічну, наукову, економічну, правову компетентності.*

Управлінська компетентність - це наявність професійних знань і досвіду у сфері управління ВНЗ і, зокрема, кафедрою, організацією колективної навчально-виховної, методичної й наукової роботи

Наукова компетентність - наявність знань у відповідних сферах

науки, здатність до організації й проведення наукових досліджень, досвід самостійної науково-дослідної роботи.

Педагогічна компетентність - наявність педагогічних знань й умінь, досвід педагогічної діяльності у ВНЗ.

Економічна компетентність - наявність економічних знань, уміння користуватися економічними методами керівництва, здатність і досвід заробляння засобів в умовах ВНЗ.

Правова компетентність - знання господарського, трудового й інших видів права, нормативно-правових основ функціонування й розвитку системи освіти, уміння використовувати ці знання в умовах ВНЗ.

Згідно з Державною програмою «Вчитель» 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. Відтак необхідним є підвищення престижу педагогічної професії у суспільстві й утвердження високого соціального статусу вчителя.

Імідж кожного педагога індивідуальний, але, разом з тим, має загальні риси, властиві його професії: тонкість розуму, вишукані манери, вихованість, скромність, уміння гідно подати себе учням. Вчитель завжди є взірцем високого особистого іміджу.

Щоб бути привабливою особистістю, охайного зовнішнього вигляду недостатньо. Це бажаний компонент іміджу, але не вирішальний. Сильними особистісно-діловими характеристиками іміджу особистості є, насамперед, вихованість, ерудиція й професіоналізм.

Вчений-педагог Г. Китайгородська так охарактеризувала сучасного вчителя:

а)джерело інформації;

б)лідер колективу і, в той же час, його учасник, у якого особливий авторитет;

- в)взірець морально-етичних норм поведінки;
- г)модель майбутньої мовленнєвої діяльності;
- д)організатор психологічного клімату;
- е)керівник міжособистісних стосунків [3].

М.Р. Варданян представила модель іміджу педагога, як структуровану сукупність взаємопов'язаних компонентів:

- внутрішнього (знання, уміння, здібності, установки, цінності, самооцінка, Я-концепція),
- зовнішнього (габітарний, вербальний, кінетичний, середовищний і матеріалізований елементи);
- процесуального (стиль керівництва і стиль спілкування), що проявляються у функціях (комунікативна, інформативна, когнітивна, конотативна, емотивна, мотиваційна, організаційна, дисциплінарна, вибіркова, компенсаторна, представницька, креативна, виховна, адаптивна, здоров'язберігаюча),що доповнюють одна одну [1].

Вимоги до моделі формування іміджу вчителя:

1.*Визначення вимог аудиторії.* Кожне завдання потребує опори на той чи інший сегмент аудиторії, кожен з яких має свої уявлення на все, що відбувається.

2.*Визначення сильних і слабких сторін об'єкту.* Об'єктом може виступати будь-який учасник цілісного педагогічного процесу. Слід реально уявити не тільки його позитив, але не менш важливе знання негативу, оскільки саме туди може бути направлений основний удар.

3.*Конструювання образу і підлаштування характеристик об'єкта за вимогами аудиторії.* Практики радять не стільки працювати над слабкими сторонами, щоб їх приховати, скільки посилювати позитивні моменти. Така стратегія визнана більш ефективною.

4.*Переведення потрібних характеристик об'єкта у вербальну,*

візуальну форми [1].

У структурі міжособистісних стосунків у роботі педагога повинен переважати демократичний стиль спілкування. Виникнення лише конструктивних конфліктних ситуацій з принципових питань є допустимими у побутових стосунках. Створенню позитивного іміджу також сприяють прагнення до співпраці з колегами, постійне самовдосконалення, створення високої самооцінки.

До професійних рис особистості педагога слід віднести: широку ерудицію й вільний виклад матеріалу, вміння враховувати психологічні й вікові особливості аудиторії, володіння темпом мови (120-130 слів за хвилину), загальну й спеціальну грамотність, звернення до учнів по імені, миттєву реакцію на ситуацію, вміння чітко формувати конкретні цілі, а також організувати навчальну роботу всіх слухачів одночасно, вміння контролювати ступінь засвоєння навчального матеріалу [5, 276].

Ефективна професійна діяльність означає високу віддачу від навчальних занять, роботу на вищому рівні вимог, високий рівень навченості, високий рейтинг оцінки [4].

До основних якостей вчителя, набутих життєвим і професійним досвідом, відносяться: вміння організувати роботу в аудиторії і самостійну роботу вдома, вміння аналізувати власну діяльність і діяльність колективу, вміння сприймати нові методики й застосовувати методичні рекомендації, вміння самовдосконалюватись [5, 276].

Підсумком таких умінь є наявність у вчителя стійкого життєвого тону, що проявляється у вигляді доброзичливої манери поведінки й любові до дітей.

Таким чином, індивідуальний імідж педагога є проекцією його особистості, що функціонує в процесі соціальних комунікацій, де в зашифрованому вигляді проявляються основні психічні процеси (рівень тривожності, рефлексорного копіювання, емоції тощо. При чому, такий шифр

виявляє себе у вигляді символів на рівні елементарних зовнішніх проявів: постава, мова, міміка, інтонації, тембр голосу тощо). Рівень ефективності індивідуального іміджу педагога впливає на успішність педагогічної діяльності й несе на собі відбиток змісту особистості учителя. Професійний педагогічний імідж учителя виступає формою самовиявлення індивідуального цілісного образу його особистості, як реалізатора потреб мікро- і макросоціуму в освітніх послугах, де виявляються найбільш виразні ділові й особистісні якості відповідно до статусу учителя й соціальної ролі в освітньому середовищі.

Висновки. Вивчення процесів формування образу вчителя – 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 майбутніх педагогів. Необхідність переходу до інноваційних методів навчання й виховання молоді диктує певні вимоги до іміджу вчителя, зокрема, думати не лише про власні професійні інтереси, мотиви тощо, а й відповідати системі ідей, традицій, культури в широкому розумінні цього слова.

Література

1. Варданян М.Р. Имидж педагога как фактор здоровьесбережения субъектов образовательного процесса в основной школе : дис. ... кандидата пед.наук: 13.00.01 / Маргарита Рубиковна Варданян. – Омск, 2007. – 197 с.
2. Головченко Г.Т. Социальная психология менеджмента : Учеб. пособ. / Г.Т.Головченко, В.В.Шпалінський. – Х. : ИВМО «ХК», 1998. – 316 с.
3. Кочергина Г. Личность учителя // Учитель. – 2005. – №3 – С. 73-74.
4. Кремень В.Г. Освіта і наука України. Шляхи модернізації (факти, роздуми, перспективи) / В.Г.Кремень. – К., 2003. – 216 с.
5. Палеха Ю.І. Іміджологія : Навч. посібник / За заг. ред. З.І. Тимошенко. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 324с.
6. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер / Г.Г.Почепцов. – К. : ИМСО МО Украины, НВФ «Студцентр», 1998. – 256 с.
7. Холод А.М. Основы имиджологии / А.М.Холод. – К., 2001. – 172 с.
8. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям / В.М.Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 500 с.
9. The Webster's Dictionary and Thesaurus of the English language Lexicon Publications, Publicity and advertising, Press, 1993. – 856 p.