

О. В. Шкурко

## МОДЕЛЬ «ИМИДЖТЕХНОЛОГИЯ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ» И ЕЕ ВОСПИТАТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

В статье раскрывается сущность педагогической модели «Имиджтехнология лидерских качеств», реализованной при помощи дисциплины «Имиджелогия». Автором предлагается вариант воспитания лидерских качеств студентов посредством реализации предлагаемой модели.

**Ключевые слова:** лидерские качества, имиджелогия, имиджтехнология лидерских качеств, базовые компетенции лидерства, вербальный имидж, кинесический имидж, габитарный имидж.

Сложный переход от централизованной экономической системы хозяйствования к рыночной экономике, который совершает наша страна в нынешних условиях, диктует необходимость воспитания молодого поколения, мыслящего по-новому, обладающего незаурядными личностными качествами. К сожалению, в настоящее время процесс воспитания студентов учебных заведений не совсем соответствует новым веяниям времени. Деловых людей обновляющейся России необходимо обучать не только профессиональной деятельности, но и искусству жить в ином, динамически меняющемся обществе.

Надо ли воспитывать взрослых людей? Ответ на этот вопрос зависит от того, как понимать воспитание. Если его понимать как воздействие на личность с целью формирования нужных воспитателю, вузу, обществу качеств, то ответ может быть только отрицательным. Если как создание условий для саморазвития личности в ходе вузовского обучения, то ответ должен быть однозначно положительным [1, с. 460].

Имеются все основания считать, что у большинства выпускников вузов недостаточно развиты лидерские качества, столь необходимые для их успешной профессиональной карьеры. Целенаправленное формирование вышеназванных качеств в учебно-воспитательном процессе – важная задача высшей школы.

Понятие «лидер» каждый исследователь трактует по-своему. Лидер – это личность, способная объединять людей ради достижения какой-либо цели [2, с. 214]; член группы, способный в значимых ситуациях оказывать существенное влияние на поведение остальных участников [3, с. 176].

Понятие «лидерство» широко распространено в социологии, политологии, психологии и ряде других наук о человеке и обществе. Этому феномену посвящены обширные теоретические и эмпирические исследования. Энергичные личности необходимы во всех областях и на всех уровнях, чтобы задавать направление, обеспечивать коллективную деятельность, вдохновлять людей работать с полной отдачей. Между специалистами, теоретиками

и практиками до сих пор продолжается спор: лидерами рождаются или же лидерами становятся? Некоторые исследователи убеждены в том, что кто-то от рождения обладает некой экстраординарной особенностью, которая делает его лидером, в то время как другие считают (Дж. Максвелл), что при условии определенного правильного сочетания образования и воспитания лидера можно создать [4, с. 9].

Авторы задались целью разобраться в этом сложном явлении, однако не ставили перед собой задачу охватить все аспекты, касающиеся воспитания лидерства. Авторов интересовал лишь процесс воздействия развивающейся науки имиджелогии на воспитание лидерских качеств студентов, ведь процесс воспитания лидерства у студентов вуза никогда еще не отождествлялся с темой имиджа. Рассмотреть проблему воспитания лидерства под углом зрения имиджелогии считается важной, инновационной, перспективной для формирования нового современного поколения. Всем ли студентам нужны лидерские качества и каким образом дисциплина «Имиджелогия» может оказать прямое воздействие на воспитание этих качеств – мысль, которая пронизывает рефреном данное исследование.

Теоретики имиджа утверждают, что лидерские качества личности можно вырабатывать с помощью определенных технологий. Перед авторами стал вопрос о создании комплекса специальных технологий для студентов вуза, позволяющего помочь учащимся овладеть качествами лидера. Изучение теоретических подходов по проблеме лидерства, анализ педагогического опыта высших учебных заведений позволили разработать педагогическую модель «Имиджтехнология лидерских качеств» и определить ее воспитательные возможности. Конструирование модели необходимо для определения целей, задач, этапов воспитания лидерских качеств студентов, подбора оптимальных средств достижения. Разрабатывая данную модель, были учтены некоторые особенности учебно-воспитательного процесса, а именно:

– филиал Сочинского государственного университета туризма и курортного дела в г. Омске, на

базе которого апробировалась педагогическая модель, имеет одну специальность «менеджмент организации»;

– все студенты были осведомлены и по желанию участвовали в данном эксперименте;

– технология воспитания лидерских качеств не ограничивалась временными рамками учебного времени, студенты получали большое количество домашних заданий, важных для закрепления и накопления опыта;

– в воспитательном процессе участвовали и оказывали помощь штатные преподаватели филиала Сочинского государственного университета туризма и курортного дела в г. Омске.

Все эти факторы оказали влияние на выбор форм, методов, средств для разработки технологии по воспитанию студентов.

Были изучены базовые концепции лидерства: подход с позиций личных качеств, поведенческий подход, ситуационный подход [5, с. 469–523]. Безусловно, значимость последнего из данных подходов в объяснении лидерства велика, и вряд ли кому-то удастся оспаривать этот факт. Но не стоит совсем отстраняться от предыдущих концепций и забывать об их полезности. В данном исследовании именно поведенческий подход является важным инструментом для понимания проблем лидерства. Воспитание определенных лидерских качеств напрямую связано с воздействием имиджевых технологий. Согласно поведенческому подходу эффективность лидерства определяется манерой поведения по отношению к другим людям. Конечно, не существует одного оптимального лидерского стиля, он может меняться в зависимости от ситуации, но без определенной поведенческой базы лидера создать практически невозможно. Данное исследование выстроилось на концепции лидерского поведения, так как это направление можно развивать, и большое влияние здесь отдается имиджологии. Модель «Имиджтехнология лидерских качеств» представлена на рисунке.

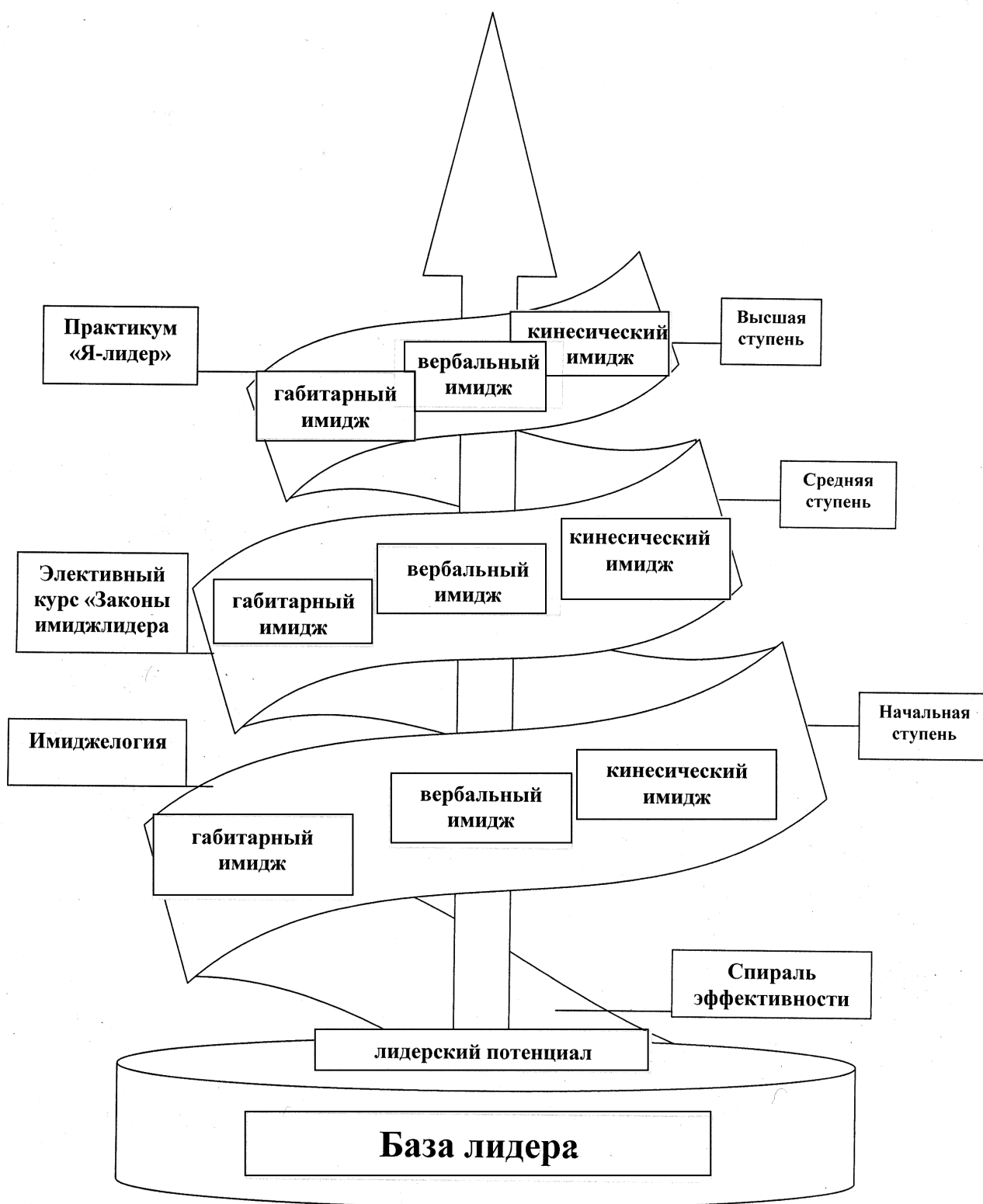
В имиджологии выделяют следующие разновидности частных имиджей: габитарный, средовой, овеществленный, вербальный и кинесический [6, с. 15]. За основу были выбраны три вида имиджа: вербальный, кинесический, габитарный, акцент сделали на первых двух видах, так как именно эти виды имиджей могут реально оказать воздействие на воспитание лидерских качеств. Лидерский потенциал студентов был определен как высокий, средний и слабый, он и составлял базу лидера. Вектор эффективности лидерства направлен к достижению цели (воспитание лидерских качеств). Также мы имеем петлю формирования лидерских качеств, которая по достижении определенного уровня развивается в спираль. Переход от

одного уровня к другому осуществляется поэтапно с помощью имиджевых технологий. Желаемый результат – проявление в поведении студентов определенных лидерских качеств. Красота лидера – не обязательно красота внешности, это может быть обаяние речи, сияние улыбки или завораживающий рисунок свободных жестов, иногда это может быть даже обаяние лукавства, но умение красиво подавать себя, отработанное искусство очаровывать окружающих есть в арсенале практически любого сильного лидера [7, с. 38]. Функция вербального имиджа была определена как главная в воспитании лидерских качеств. Лидеру необходимо развивать свои способности к красноречию, учиться магии словесного общения. Эту магию может источать его образ, манера поведения, интонационная окраска голоса, свечение глаз и т. д. Все это помогает влиять на людей, управлять их эмоциями. Искусство лидера не только в том, что необходимо выбрать нужное слово, но и не сказать то, что не нужно. Психологи, имиджмейкеры сегодня работают над совершенствованием риторических приемов, благодаря которым речь лидера становится эмоционально колоритной, своеобразной по стилистике, нестандартной. Это своего рода «крючки», «зацепы», которые забрасываются в человеческую психику с целью формирования в ней ответных положительных эмоций.

Очень важно для лидера иметь хорошо поставленный голос. Это тот инструмент, с помощью которого можно убедить в чем-то, усыпить или очаровать, а также оттолкнуть. Умело пользуясь голосовым аппаратом, можно избавиться от гнусавости, научиться четко артикулировать и правильно произносить звуки. Правильное дыхание питает мозг кислородом, придает чувство уверенности, которое так необходимо лидерам. В своих упражнениях по постановке голоса были взяты за основу практические рекомендации А. А. Альтшуллера, и они оказались весьма эффективными [8].

Колоссальное значение для лидера, по мнению авторов, имеет интонирование речи – демонстрация вовлеченности говорящего в содержание сказанного. С помощью интонации, увеличения, уменьшения скорости речи, ее громкости задействуется мышление и раскрывается душа. Следовательно, человеку, который мечтает вести за собой людей, необходимо стремиться к совершенству своей речи.

Еще один важный аспект – это кинесический имидж. Кинесический – от слова «кинесика», что с греческого (kinetikos) переводится как «относящийся к движению». Под кинесикой подразумевают особый вид языка человека – кинесический язык. Он проявляет себя через жестикуляцию, положение тела или частей тела в пространстве, сюда



Модель «Имиджтехнология лидерских качеств»

же относят и мимику. По мнению В. М. Шепеля, жесты – сильнейшее оружие с мощнейшим энергетическим потенциалом. Сильные жесты – сильная энергетика, красивые жесты – энергия, пробиваю-

щая любую защиту. Когда жесты выглядят артистично, создается яркий личностный образ. По утверждению Ф. Ларошфуко, изящество для тела – это то же, что здравый смысл для ума [9, с. 301].

Жесты усиливают эмоциональное воздействие на аудиторию, выступают важным компонентом обратной связи со слушателями. Вот почему важно для лидера овладеть всеми невербальными компонентами коммуникативной техники. Работая над технологией кинесического имиджа, авторами была принята за основу жестовая гимнастика, разработанная Н. И. Козловым, эффективность ее оценивали сами студенты. Очень важно, чтобы язык жестов и вербальный язык совпадали, тогда можно говорить об их конгруэнтности. Только конгруэнтной реакции лидера будут верить.

Последняя составляющая системы имиджей – габитарный имидж (от лат. *habitus* – внешний облик). В социальном аспекте габитарный имидж лидера показывает уровень его социальной успешности и культуры. В психологическом аспекте по внешности можно судить о характере лидера, его менталитете, темпераменте, волевых качествах и восприятии жизни.

Для лидера очень важно правильно подобрать себе одежду, чтобы сделать более выразительными определенные черты своей личности, психологические и социальные качества. В первую очередь одежда служит знаком групповой принадлежности и для самого лидера, и для окружающих его людей, поэтому выделение лидерской роли какими-то внешними, видимыми чертами всегда очень существенно. Считаем, что лидеры должны одеваться в зависимости от определенных ситуаций. Прежде всего лидеру необходимо ответить себе на два важных вопроса: 1) в какой роли я нахожусь в данной ситуации и как я хочу, чтобы меня воспринимали, 2) на каких людей я могу оказать воздействие? Особое значение в габитарном имидже имеет создание первого впечатления. Именно визуальным компонентам люди доверяют иногда сильнее, чем просто словам, поэтому так важно для лидера обладать этими визуальными составляющими. Одежда должным образом влияет на внутреннее состояние лидера, и правильный ее выбор помогает продемонстрировать его желаемые качества. Имидж – это первое, что вспоминают окружающие, когда думают о лидере. Немаловажно, что для габитарного имиджа гармоничный внешний вид и личная гигиена будут лучшей рекомендацией для лидера. Лидер, как и обычный человек, тоже хочет нравиться людям, но у него за этим желанием стоит не тяга к взаимным объятиям и улыбкам, а понимание, что его личная привлекательность – мощный ресурс управления людьми.

Предлагаемая модель «Имиджтехнология лидерских качеств» нацелена на профессиональную подготовку современных менеджеров, лидеров любой организации и любого профиля. Цель данной технологии заключается в том, чтобы вооружить

студентов специальности «менеджмент организации» специальными знаниями и умениями, которые помогут им в дальнейшем развить в себе важные лидерские качества и полностью реализовать себя как профессионалов-управленцев.

Остановимся на основных ступенях нашей модели: дисциплина «Имиджелогия», элективный курс «Законы имиджлидера», выездной практикум «Я – лидер». Дисциплина «Имиджелогия» включает минимально необходимое количество теоретических сведений о сущности имиджа, его типах и составляющих. Студенты поэтапно знакомятся с факторами, влияющими на формирование лидерского поведения, и проявлениями последнего в коммуникации. Основной задачей занятий является реализация полученных знаний в области имиджлидерских технологий, конструирование лидерского поведения в конкретных ситуациях.

Следующая ступень – элективный курс «Законы имиджлидера». Цель данного курса – апробация имеющегося запаса знаний у студентов по вопросам лидерства и имиджелогии. Курс рассчитан не на всех студентов, а именно на тех, которые уже проявили себя как люди, обладающие задатками лидеров и уверенные в своих ожиданиях. Также этот курс могут посещать и все желающие студенты, у которых выявился низкий и средний потенциал проявления лидерских позиций, но уверенные в том, что этот курс поможет им раскрыть свои возможности. Задачи курса следующие: помочь студентам получить опыт, осознать свою позицию по отношению к другим людям, отработать мастерство, понять и проанализировать свои лидерские установки. Содержание курса предполагает только практические занятия, в которых студенты могут проявить свои организаторские способности, коммуникативные навыки. Наиболее эффективной формой проявления лидерских качеств на данном этапе оказалась деловая игра. Она в отличие от других активных методов обучения делает процесс обучения динамичным, помогает активизировать общение, устанавливает атмосферу свободного обмена мнениями, доверительности, а главное – помогает студентам представить себя в роли лидера.

Последняя составляющая модели – это наивысшая ступень обретения лидерских качеств, апробированная в реальных жизненных условиях. Цель выездного практикума «Я – лидер» – дать возможность студентам проявить свой лидерский потенциал среди сверстников. Вооруженные теоретическими знаниями в области имиджелогии и лидерства студенты стремятся к самореализации, применению на практике полученных знаний, умений и навыков. На этом этапе осуществляется прокатка лидерских качеств в реальных условиях. Сложность реализации этой программы заключается в том, что

участие преподавателя-воспитателя уходит на второй план. Вся ответственность перекладывается на группу студентов, которые позиционируют себя как лидеры. Такой практикум имеет выездной характер, студенты филиала Сочинского государственного университета имеют возможность выезжать в зону отдыха на туристическую базу. Проведению данной работы предшествует большая педагогическая подготовка. Идея заключается в том, что группа студентов перед выездом получает определенные задания, в которых они должны проявить себя лидерами. Никаких шаблонов действий им не предоставляется. Студенты используют весь свой арсе-

нал знаний и умений, которые приобрели в результате предшествующего обучения. Преподаватель тщательным образом отслеживает весь процесс проявления лидерского поведения у студентов, но не вмешивается, а лишь вносит небольшие коррективы и уточнения. Расширенный анализ поведения участников проводится уже после выезда с базы отдыха в стенах университета. Важным на этом завершающем этапе является оценка эффективности лидерских качеств.

Как и любая теория, модель «Имиджтехнология лидерских качеств» может подвергаться корректировке, дополнениям и уточнениям.

### Список литературы

1. Педагогика и психология высшей школы: учеб. пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2002. 544 с.
2. Алиев В. Г., Дохолян С. В. Организационное поведение: учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство «Экономика», 2004. 310 с.
3. Психологический словарь / под ред. В. В. Давыдова, А. В. Запорожец. М.: Педагогика, 1983. 395 с.
4. Максвелл Д. 21 неопровержимый закон лидерства. Минск: Попурри, 2005. 448 с.
5. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: учебник. 3-е изд. М.: Гардарики, 2002. 528 с.
6. Ковальчук А. С. Основы имиджологии и делового общения: учеб. пос. для студентов вузов. 2-е изд., перераб. и доп. Ростов н/Д: Изд-во «Феникс», 2003. 224 с.
7. Козлов Н. И. Семнадцать мгновений успеха: стратегии лидерства. М.: Изд-во «Астрель», 2004. 383 с.
8. Альтшуллер А. А. Практическая психология для менеджера. Ростов н/Д: «Феникс», 2004. 384 с.
9. Шепель В. М. Имиджология: секреты личного обаяния. Ростов н/Д: «Феникс», 2005. 472 с.

Шкурко О. В., старший преподаватель.

**Омский государственный педагогический университет.**

Наб. Тухачевского, 14, г. Омск, Омская область, Россия, 644099.

E-mail: shkurkolga@mail.ru

Материал поступил в редакцию 05.05.2010.

*O. V. Shkurko*

### THE IMAGE TECHNOLOGY OF LEADERSHIP PRACTICES MODEL AND ITS EDUCATIONAL POSSIBILITIES

The article regards the essence of a pedagogical model called “The Imagetechology Model of Leadership Practices”, which is realized by the help of the subject “Imagiology”. The author proposes a variant of upbringing leader’s qualities by realization of the above mentioned model.

**Key words:** *Leader’s qualities; Imagiology; The Imagetechology of the Leadership Practices; a basic conception of leading; a verbal image; “kinesics” (Greek) image; “gabitar” image.*

**Omsk State Pedagogical University.**

Nab. Tkhachevsky, 14, Omsk, Omsk region, Russia, 644099.

E-mail: shkurkolga@mail.ru