

Ссылка для цитирования: Симонова И.Ф. Интеграция образовательной и досуговой деятельности как условие формирования имиджеобразующих компетенций. Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2014. – № 3. – С. 84–91

Интеграция образовательной и досуговой деятельности как условие формирования имиджеобразующих компетенций.

И.Ф.Симонова.

Санкт-Петербургский
государственный
университет культуры и
искусств.

Аннотация:

В статье рассмотрены возможные перспективы включения новых компетенций в существующие иерархии и особое внимание уделено формированию имиджеобразующих компетенций, выражающих готовность и способность специалиста, работающего в системе «человек-человек» формировать позитивный имидж, как необходимое условие достижения успеха в профессиональной деятельности. Автор, основываясь на результатах комплексного педагогического эксперимента, обосновывает необходимость формирования имиджеобразующих компетенций в процессе профессиональной подготовки; раскрывает потенциал содержания гуманитарного образования, с учетом усиления межпредметных связей, как одного из условий формирования имиджеобразующих компетенций. В качестве другого важнейшего условия формирования имиджеобразующих компетенций автор выделяет досуговую деятельность, которая в интеграции с образовательными программами представляется наиболее адекватной формой

деятельности, позволяющей обеспечить оптимальный баланс между образованием, развитием, саморазвитием, отдыхом, потреблением и эффективно решить проблемы формирования имиджеобразующих компетенций. Статья предназначена для студентов, аспирантов и преподавателей высших учебных заведений.

Ключевые слова.

Компетенции, имиджеобразующие компетенции, имидж, межпредметная интеграция, досуговая деятельность.

I.F.Simonova.

St. Petersburg State University of Culture and Arts.

Integration of educational and leisure activities as a condition of the formation of competencies designed to create the image.

Annotation

The article discusses the possible prospects for the inclusion of new competencies in existing hierarchies and special attention to the creation of the image forming competences, expressing the willingness and ability of professionals working in the "man-to-man" system to form a positive image as a prerequisite for success in their professional activities. The author, based on comprehensive pedagogical experiment justifies the need to build competencies in the image forming process of professional training; unlocks the content of liberal education, given the growing interdisciplinary relations as one of the conditions for the creation of image forming competencies. As another important conditions for the creation of image forming competencies the author identifies the recreational activities that are integrated with educational programs to be the most adequate form of activities that provide an optimal balance between education, development, self-development,

leisure, consumption and effectively solve the problem of the creation of the image forming competencies.

This article is intended for graduate students and academics.

Keywords

Competence, image, interdisciplinary integration, cultural and educational space, leisure activity.

Ориентирами для описания компетенций, которые определяют успешность профессиональной деятельности будущего специалиста являются потребности и запросы завтрашнего дня. Высшее образование призвано работать на будущее, должно видеть перспективы, выявлять новые компетенции, сдвигать акценты в уже выстроенных их иерархиях. Культура деятельности, связанной с разработкой компетенций, проявляется, в том числе, в чувстве реальности, способности видеть дальше сиюминутных стратегий, в понимании того, что выбор компетенций в значительной мере обусловлен конкретными организационными процессами.

Анализ научной литературы (В.И.Байденко, В. А. Болотов, Ю. В. Варданян, В. Н. Зимин, И. А. Зимняя, В. В. Краевский, В. В. Сериков, В. А. Сластенин, Н. Ф. Талызина, И. Д. Фрумин, А. В. Хуторской, В. Д. Шадриков др.) показал, что в педагогической науке уже накоплен большой опыт по изучению проблемы формирования компетенций, как совокупности знаний, умений и навыков, позволяющих субъекту приспособиться к изменяющимся условиям, как способности действовать в заданных условиях, (3), как совокупности смысловых ориентаций, необходимых для продуктивной деятельности, (7) - того, что реально приводит к наилучшему исполнению профессиональных обязанностей и успеху в деятельности.

С другой стороны, в педагогической науке (Т.Б.Кулакова, С.А. Маскалянова, Л.Г.Попова, Н.А.Тарасенко, В.Н.Черепанова, И.П. Чертыкова,

А.Б.Чередыкова и др.) уже сложились собственные подходы к изучению имиджа, который рассматривается, как средство установления эффективной коммуникации, оптимизации профессионального взаимодействия и общения, достижения профессионального успеха. В педагогическом аспекте имидж представляется адекватным внешним выражением (форма) существующих в реальности положительных, социально-одобряемых характеристик, качеств и свойств (содержание), который призван, обеспечить гармоничное взаимодействие носителя имиджа с социальной и профессиональной средой. (5, 62)

На педагогическом уровне изучение имиджа, как педагогического феномена, оказалось в тесной связи с процессами воспитания, обучения, развития, формирования профессиональных, социально-коммуникативных и других компетенций.

Констатируя активную разработку различных аспектов проблемы формирования компетенций в системе высшего профессионального образования, с одной стороны, и признание значимости позитивного имиджа для специалиста, особенно работающего в системе «человек-человек», с другой стороны, можно обнаружить противоречие и фиксировать факт: формирование имиджеобразующих компетенций пока не стала предметом специального педагогического исследования. В научной литературе термин «имиджеобразующие компетенции» почти не встречается, отсутствует он в словарях и энциклопедиях. Практически нет и научных исследований, раскрывающих содержание, методы и технологии формирования имиджеобразующих компетенций, которые могли бы получить свое место в иерархии, например, социально-коммуникативных компетенций, овладение которыми обеспечивает взаимодействие личности с социальным окружением, основанном на отношении личности к себе, другим, обществу с учетом особенностей социальной ситуации и разнообразных социальных норм (4,12-14). Вместе с тем, целенаправленная деятельность по созданию и коррекции имиджа предполагает обязательное овладение специфическими

компетенциями, выражающимися в способности и готовности к соответствующей деятельности, знание и понимание сущности процесса формирования имиджа, владение техниками имиджевого анализа, включая анализ стереотипов, установок аудитории, собственного имиджевого потенциала, методами оперативной коррекции имиджа за счет отбора адекватных средств вербальной и невербальной выразительности, тактик и техник самопрезентации.

Потребность в педагогических технологиях формирования имиджеобразующих компетенций стоит остро, что нашло своё подтверждение в ходе проведенного нами в период 2006-2014 годов исследования среди специалистов социально-культурной сферы г.Вологды (2011), Калининграда (2008), В.Новгорода (2009-2014), Пскова (2008), Санкт-Петербурга (2006-2014). Из 873 человек, принимавших участие в эксперименте только 32% получили высшую (экспертную) оценку уровня сформированности позитивного имиджа (средние показатели за весь период), 89% респондентов отметили наличие потребности в овладении практическими методиками создания и оперативной корректировки имиджа как дополнительного ресурса достижения профессионального успеха.

Формирование имиджеобразующих компетенций будущего специалиста, как умения и способности формировать, корректировать свой имидж представляется одной из тех задач современного профессионального образования, которые в определенной степени могут успешно решаться на этапе профессионального обучения, в том числе, посредством изучения дисциплин социально – гуманитарного, культурологического цикла и ряда специальных дисциплин.

В частности, изучение *философии* (включая основы этики) выводит студентов на уникальный, с точки зрения предыдущего опыта, качественно новый методологический уровень осмысления мировоззренческих проблем, нравственно-ценностного отношения к миру, к другим людям, к себе, осмысления и освоения высших ценностей и формирования ценностно-

смысловых компетенций. Изучение этих дисциплин создаёт предпосылки для решения одной из интереснейших, открытых проблем, которая, с одной стороны, имеет выход на научный, философский уровень, а с другой стороны, должна быть решена в рамках индивидуальной жизни. Это проблема, которую можно обозначить, как «подлинность-не подлинность», попытки решить задачу «быть самим собой» или «казаться», «делать вид» при условии понимания того, *что* это значит и *как* с этим жить в условиях публичности. Признавая, что многое, чему учат и чему учится сам человек в течении жизни, все внешние влияния, сформированные стереотипы, приобретенные установки и убеждения, в значительной степени затеяют его подлинность, создают условия, при которых он не всегда может быть уверен в том, что сейчас и здесь *он есть подлинный, истинный*. Попытки снизить остроту проблемы «не подлинности», реализуются на уровне теоретического осмысления философских проблем, трансформируясь в действие в элементарном стремлении к правдивости, в том числе, за счет устремленности к подлинности, готовности и способности не использовать при создании имиджа те средства, которые становятся ложными сигналами, знаками и символами, указывающими на «несуществующее».

Во многом именно под влиянием содержания образования, воспитательного воздействия изучаемых дисциплин, происходит постепенное преобразование системы ценностных ориентаций, которые характеризуют направленность и содержание активности личности и наиболее полно проявляются в ситуациях, требующих ответственных решений. Это в полной мере можно отнести к деятельности, связанной с созданием имиджа, ориентированной на последствия, характер и масштабы которых определяются, прежде всего, этическими нормами. Формируемая в процессе обучения ориентированность на этические ценности, позволяет осуществлять адекватный условиям деятельности и статусу ответственный выбор целей и средств формирования имиджа, что особенно важно в условиях, когда критерии правильного поведения, внешнего вида, оказались заметно

размытыми, а последствия за нарушения правил отдаляются и продлеваются настолько, что перестают быть жестким условием и безусловным требованием, грозящим в случае нарушения немедленными и масштабными санкциями со стороны аудитории.

Создание имиджа, как специфического вида искусства (2,225), осуществляется одновременно несколькими его видами (изобразительными, пластическими, звуковыми и т.д.), требует решений, основанных на эстетических суждениях, развитом эстетическом вкусе и сформированных навыках использования вербальных и невербальных (звуковых, пантомимических, цветовых) символов. Изучение *эстетики и дисциплин культурологического цикла*, влияет на имидж посредством формирования устойчиво высокого уровня общей и эстетической культуры, эстетических потребностей, предпочтений, вкуса, способности воспринимать, оценивать эстетическую информацию и транслировать её, в том числе, посредством имиджа. Развиваемые в процессе обучения эстетические качества и чувства, способность творчески подходить к решению задач связанных с созданием имиджа, находит отражение в выборе средств внешней выразительности, в способности создавать индивидуальный стиль, внешне выразительный образ на основе характеристик, которыми измеряется красота: гармонии, совершенства, меры, соразмерности, порядка, симметрии.

Значительное влияние на формирование имиджеобразующих компетенций оказывает такая дисциплина общего гуманитарного цикла, как *физическая культура*, среди основных задач которой можно выделить формирование компетенций здоровьесбережения, связанных с особой мотивированностью на сохранение и повышение ресурсов здоровья, гармонизацию духовных и физических сил, физического самосовершенствования. В процессе занятий физической культурой создаются продуктивные условия для реализации тех идей, в которых наиболее полно раскрывается ценность позитивного имиджа, а именно: физического развития, понимания значимости здоровья,

формирования здорового стиля жизни, развития мотивации духовного и физического совершенствования.

Формирование имиджеобразующих компетенций происходит также в процессе изучения дисциплин *социально-гуманитарного цикла*, в частности, психологии, уникальный развивающий потенциал которой предоставляет широкие возможности для раскрытия внутренних ресурсных состояний (адаптивности, активности, самостоятельности, самоконтроля и т.д.) и актуализации стремления к самопознанию, самоанализу, саморазвитию, способности самостоятельно выбирать идеал и формировать представление о себе в будущем (о Я-идеальном). В процессе изучения психологии формируются психологические (социально-психологические) компетенции, которые предполагают готовность и способность к саморегуляции деятельности и эмоциональных состояний, эффективному поведению, успешному взаимодействию, оптимальным субъект-субъектным отношениям, адекватному воздействию на аудиторию, в том числе, посредством имиджа. Полученные в процессе изучения психологии теоретические знания и пусть даже минимальный практический опыт, или пробудившийся интерес к самодиагностике, самоанализу, психологической регуляции, оказывают влияние на формирование имиджеобразующих компетенций, которые могут быть оценены или измерены по конечному результату, а именно по уровню сформированности позитивного имиджа.

Имиджеобразующие компетенции формируются и в процессе изучения таких дисциплин, как социология, экономика, маркетинг, менеджмент, каждая из которых вносит собственный специфический вклад в этот процесс.

В частности, в процессе изучения *социологии* формируется широкий спектр компетенций, относящихся к сфере социальной жизнедеятельности общества, которые предполагают развитые социальные навыки, способность к наилучшей социальной адаптации, знание закономерностей восприятия и познания людьми друг друга, умение формировать и поддерживать определенные представления о себе и выражаются в способности к взаимодействию с

людьми на основе принятых в конкретной культуре, в обществе, в организации норм морали, в том числе, относящихся к внешнему виду (открытости-закрытости тела и т.д.).

Овладение знаниями в сфере *менеджмента*, предполагает обретение способности к управлению объектами и процессами, проектированию, моделированию, использованию информации, постановке целей, планированию, организации, а так же, использованию методов, приемов и технологий изменения состояний и качеств объекта и др. Приобретенные управленческие компетенции обеспечивают способность и умение осознавать не только цели профессиональной деятельности, но и индивидуальные цели в рамках собственной жизнедеятельности, понимать и адекватно оценивать личностные и другие ресурсы, правильно распределять их, принимать оптимальные решения, активно действовать, связывая свои действия с прогнозируемыми результатами, эффективно управлять процессом создания или коррекции имиджа.

Изучение *маркетинга* связано с освоением знаний и навыков, нацеленных на устойчивое функционирование и развитие любых систем и объектов в конкурентной среде на основе гармонизации различных интересов. Перенос знаний, полученных в процессе изучения маркетинга (а также рекламы, связей с общественностью и др.) из профессиональной сферы в пространство индивидуальной жизни, в процесс создания и корректировки имиджа, позволяет действовать на качественно более высоком уровне, в том числе, анализировать, координировать и регулировать собственную деятельность по формированию и продвижению имиджа в соответствии с особенностями и ожиданиями значимых сред коммуникации, с учетом происходящих в них изменений, правильно выбирать стратегии и тактики самопрезентации, саморекламы и т.д.

Даже столь краткий обзор позволяет увидеть, что содержание гуманитарного образования с учетом усиления межпредметных связей,

представляется одним из важных условий для формирования имиджеобразующих компетенций будущего специалиста.

Вместе с тем, возможности образовательной деятельности по формированию имиджеобразующих компетенций в высшем учебном заведении ограничены соответствующими задачами, логикой учебных предметов, более ориентированных на профессиональное развитие личности и не обеспечивает необходимого уровня знаний и навыков формирования имиджа.

Формирование имиджа это собой специфическая, многоаспектная деятельность, связанная с большим количеством практических, неспециализированных навыков и умений. В том числе: адекватной самопрезентации посредством лингвистической, телесно-физической, поведенческой, артистической, социальной и эмоциональной выразительности. Работа над созданием имиджа связана с коррекцией, пластических, кинетических, мимических, стилистических, речевых, звуковых и других характеристик, с приобретением полезных привычек, навыков в сфере потребления, стилистики, дизайна и др.

Процесс формирования имиджеобразующих компетенций по своему содержанию и объему выходит далеко за рамки содержания образования и может быть реализован средствами социально-культурной деятельности, которая обладает для этого значительными институциональными, материально-техническими, морально-этическими и технологическими ресурсами, и особенно её досуговых форм.

Современные исследования (М.А.Ариарский, А.Д.Жарков, С.Н.Иконникова, Т.Г.Киселева, Ю.Д.Красильников, В.Я.Суртаев, В.М.Чижиков, В.А.Ядов и др.), позволяют говорить о досуге, как о деятельности, которая имеет мощный культурно-созидающий потенциал (1, 367-394), рациональное, педагогически целесообразное использование которого является необходимым условием всестороннего развития, воспитания личности (6) и одним из важнейших условий формирования

позитивного имиджа. Результаты педагогического эксперимента, проведенного на базе Санкт-Петербургского университета культуры и искусств (2006-2014) среди студентов факультета социально-культурной деятельности (3, 4 год обучения) позволили фиксировать зависимость уровня сформированности позитивного имиджа от степени включенности в социально-культурную деятельность.

Формирование имиджеобразующих компетенций актуализирует потребность существенного сближения, соединения образовательного (и воспитательного) потенциала и досуговой деятельности, которое может быть рассмотрено, как продолжение межпредметной интеграции, как объединение посредством синтеза на основе объективных предпосылок (схожих функций образовательной и досуговой деятельности) в единое целое ранее существовавших разрозненно компонентов системы (образовательная и досуговая деятельность) формирования имиджа, в результате которой создается образовательная практика, наполненная новым содержанием.

Интеграция образовательной и досуговой деятельности представляется единственно возможной формой деятельности, которая позволяет эффективно решить проблемы формирования имиджеобразующих компетенций, так как в процессе формирования позитивного имиджа, с необходимостью совмещаются образовательные, формальные виды деятельности (обучение, приобретение специальных знаний, навыков, умений, освоение техник и т.д.) и досуговые, неформальные виды деятельности. При этом, в процессе формирования имиджа задействована не только образовательная составляющая досуговой деятельности, но практически все ее виды (творческие, познавательные, спортивные, созерцательные, игровые, релаксационные и т.д.). Интеграции образовательной и досуговой деятельности позволяет в процессе формирования имиджа обеспечить оптимальный баланс между образованием, развитием, самосовершенствованием, развлечением и потреблением.

Специфика деятельности по созданию имиджа позволяет говорить о том, что в ней интеграция образовательной и досуговой деятельности репрезентируется наиболее отчётливо и эффектно и имеет ряд преимуществ (5, 224), в том числе, позволяет преодолеть дефициты ориентированной преимущественно на овладение теоретическим знанием, относительно жестко регламентированной образовательной деятельности и одновременно снизить влияние барьеров и трудностей, связанных с самостоятельным познанием и саморазвитием.

Интеграция образовательной и досуговой деятельности предполагает глубокое и органичное, совершенно необходимое взаимное проникновение, в результате которого, взаимодействуя и сливаясь, они составляют единое целое пространство, которое обладает уникальным потенциалом для реализации инновационной педагогической технологии формирования имиджа, целью которой является формирование имиджеобразующих компетенций будущего специалиста.

Примечание

1. Ариарский М.А. Социально-культурная деятельность как предмет научного осмысления / М.А. Ариарский. СПб.: Арт-студия «Концерт», 2008. —791 с.
2. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия: учебное пособие/В.Г.Горчакова. – М.:Академический проект, 2007. - 400 с
3. Ефремова Н.Ф. Подходы к оцениванию компетенций студентов-первокурсников / Высшее образование в России. 2010. № 4. С. 43-48.
4. Сартакова Е.М. Формирование социально-личностных компетенций студентов технических вузов: автореф. дис...канд.пед.наук/ Е.М.Сартакова. - Екатеринбург, 2008. - 29 с.
5. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. /И.Ф.Симонова СПб. Ультра Принт, 2012. - 304 с. [Электронный ресурс] Режим доступа <http://simmerk.ru/>

6. Суртаев В.Я. Социокультурное пространство молодежи: методология, теория, практика/В.Я.Суртаев. – СПб.:СПбГУКИ, 2006 -272 с.
7. Хуторской, А. В. Общепредметное содержание образовательных стандартов / А. В. Хуторской. — М., 2002. - 180 с