



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА РУКОВОДИТЕЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В.С. Жиленко, магистрант,
e-mail: zhilenko-ler@mail.ru

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта

В статье рассматривается понятие «имидж руководителя образовательной организации». Определяются основные средства формирования имиджа руководителя школы, одним из которых является использование информационно-коммуникационных технологий. Уделяется внимание личности руководителя и влиянию его личностных качеств и способностей на развитие образовательной организации в современных условиях. Описываются основные компоненты, которые способствуют формированию имиджа руководителя образовательной организации при использовании информационно-коммуникационных технологий.

Ключевые слова: имидж, руководитель, образовательная организация, информационно-коммуникационные технологии

ВВЕДЕНИЕ

В конце XX в. в России в связи с активным поиском путей и способов повышения эффективности деятельности организаций возник интерес к проблеме формирования имиджа руководителя, в частности, образовательного учреждения.

Особое внимание уделяется таким аспектам деятельности руководителей образовательных учреждений, как коммуникативные навыки при организации образовательного процесса, лабильность, стрессоустойчивость, умение быстро и правильно решать педагогические проблемы, которые возникают в процессе управленческой деятельности в контексте реализации Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС).

В наше время повышается значимость образовательных организаций в связи с тем, что они рассматриваются как учреждения, предоставляющие образовательные услуги и реализующие свою деятельность, опираясь на определенные нормы и ФГОС. В связи с этим возрастает и конкуренция между организациями, которая обеспечивает и стимулирует их развитие. Соответственно, лидировать может та организация, которая обладает большими ресурсами, лучшими условиями и репутацией. В этих процессах значительную роль играют именно руководитель и его положение в обществе. Он – «лицо» образовательной организации, тот, с кого берут пример и на кого равняются.

Положение в обществе формируется благодаря имиджу, он формирует впечатление о человеке не только как о личности, но и как о руководителе. Имидж – понятие, характеризующее человека с позиции отражения его неповторимых, оригинальных свойств и качеств, что подчеркивает своеобразие, индивидуальность личности. Имидж, как правило, — это образ, эмоционально воспринимаемый окружающими людьми и влияющий в целом на отношение социального окружения на его «носителя» [7]. Обычно чем выше имидж, тем

значительнее профессиональный авторитет и положение в обществе, а соответственно, и выше престиж образовательной организации.

Таким образом, формирование имиджа руководителя образовательной организации является в наше время актуальной проблемой.

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования является процесс формирования имиджа руководителя образовательной организации.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретически обосновать зависимость имиджа руководителя образовательной организации от применения информационно-коммуникационных технологий в деятельности этой организации. Основными задачами являются:

- раскрыть понятие «имидж» с точки зрения педагогики и социума;
- раскрыть суть понятия «информационно-коммуникационные технологии»;
- обосновать, как формирование имиджа руководителя образовательной организации связано с внедрением и использованием в его работе информационно-коммуникационных технологий.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В настоящей статье использовались в основном теоретические методы, которые заключаются в анализе научной и учебно-методической литературы, систематизации изученных материалов, сравнении, сопоставлении, моделировании, анализе объекта и проблемы исследования, обобщении и систематизации научных представлений по проблеме исследования.

«Имидж руководителя» – понятие, которое на сегодняшний день используется повсеместно. Существуют различные его трактовки, но в основном они сходятся на том, что имидж – это некая система взглядов общества на личность некоторого объекта, его деятельность и профессионализм. Благоприятное формирование имиджа руководителя является ключевым компонентом его успешной деятельности. Как говорил известный американский социолог Ирвинг Гофман, имидж – это искусство управлять впечатлением [2]. Иными словами, имидж является самопрезентацией некоторого объекта. В узком смысле под имиджем понимается сознательно сформированный образ объекта, который наделяет этот образ дополнительными ценностями и дает возможность выработать те впечатления, формировать то отношение к нему и дать ту оценку, которые необходимы самому создателю имиджа [9].

«Имидж» с английского переводится как «образ», «вид». Это сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо [13]. Он является неотъемлемым атрибутом каждой личности, в том числе и руководителя образовательной организации.

Проанализировав современную как отечественную, так и зарубежную литературу, мы пришли к выводу о том, что формирование имиджа руководителя образовательной организации – довольно сложный и многокомпонентный процесс.

Имидж руководителя можно разделить на «внутренний» и «внешний», которые являются взаимовлияющими факторами и дополняют друг друга. Существует множество факторов, влияющих на формирование «внутреннего» имиджа как руководителя, так и его организации. Однако основным фактором формирования такого имиджа служит восприятие руководителя его подчиненными, взаимоотношения руководителя с педагогическими работниками и персоналом образовательной организации, его коммуникативные и ораторские способности и навыки, которые он применяет во взаимодействии со всеми субъектами

образовательного процесса. Формирование внутреннего имиджа непосредственно влияет как на слаженную, согласованную работу внутри организации, так и на выстраивание «внешнего» имиджа, поскольку восприятие сотрудников передаётся во внешнюю среду.

Внешняя среда формирует так называемый «внешний» имидж, который основывается на восприятии не только самой личности руководителя, но и образовательной организации окружающим миром, т. е. обществом и теми людьми, интересы которых оказывают влияние на деятельность организации извне. Зачастую «внутренний» имидж руководителя существенно отличается от его «внешнего» имиджа. Многие качества руководителей образовательной организации (далее ОО) не становятся достоянием общественности, и их можно выявить только при непосредственном контакте с образовательной организацией и соприкосновении со всеми организационными процессами.

Таким образом, учитывая все выше перечисленное, следует сделать вывод о том, что основная, т. е. устойчивая часть как внутреннего, так и внешнего имиджа определяется и формируется в основном благодаря индивидуальным свойствам и качествам личности самого руководителя образовательной организации. Ключевыми требованиями к личности руководителя ОО являются:

- обладание гуманистическим мировосприятием;
- владение современными образовательными технологиями;
- учет различных факторов, влияющих на деятельность организации и её продвижение (например, фактор социальных ожиданий и оценок, компетентность руководителя в сфере управления персоналом и организацией в целом, понимание работы образовательной системы и организации на каждом ее этапе и иные);
- умение организовывать работу персонала ОО [10].

Именно внешний и внутренний имидж руководителя образовательной организации способствует выводу управляемой им организации на конкурентоспособный уровень, создание репутации этого учреждения.

Существует множество средств формирования имиджа руководителя, но на сегодняшний день, в век цифровизации общества и всех аспектов человеческой деятельности, особую роль играют информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) – совокупность методов, процессов и программно-технических средств, интегрированных с целью сбора, обработки, хранения, распространения, отображения и использования информации [12]. ИКТ включают различные программно-аппаратные средства и устройства, функционирующие на базе компьютерной техники, а также современные средства и системы информационного обмена, обеспечивающие сбор, накопление, хранение, продуцирование и передачу информации [12].

Использование ИКТ в образовательном процессе влияет на повышение профессиональной компетентности учителя, это способствует значительному повышению качества образования, что, соответственно, влияет и на положительный имидж руководителя организации. Уроки с использованием компьютерных технологий позволяют сделать их более интересными, продуманными, мобильными [7]. Современные информационные технологии используются и в работе с одаренными детьми. Это и поиск информации по теме исследовательской работы, и подготовка презентаций. Одно из направлений применения ИКТ в реализации воспитательных задач – распределенное либо дистанционное проведение классных мероприятий, праздников, родительских собраний, а также оперативная коммуникация с родителями обучающихся. Применение в образовательной организации таких платформ, как, например, Учи.ру, Элжур, Яндекс_учебник и иных, не только развивает ее, но и делает образовательный процесс более удобным для современного поколения цифрового века. Использование перечисленных средств ИКТ позволяет создать «комфортную» среду для всех субъектов образовательного процесса, в том числе для учащихся с ограниченными возможностями здоровья либо в неблагоприятных

эпидемиологических условиях. Всё это можно обозначить как «Доступная среда», чем успешнее она реализуется, тем выше рейтинг организации и ее конкурентоспособность. Соответственно, и имидж руководителя становится выше, ведь реализация всего выше перечисленного зависит напрямую от его личного желания и стремления, возможностей развития своей образовательной организации.

Практически во всех современных образовательных организациях в наше время широко используются универсальные офисные прикладные программы и средства ИКТ: текстовые процессоры, электронные таблицы, программы подготовки презентаций, системы управления базами данных, органайзеры, графические пакеты.

Деятельность руководителей в образовательных учреждениях требует от них решения поставленных временем задач, постоянного анализа текущего состояния дел, соответственно, вся их работа связана с информацией и информационными процессами. Кроме того, применение информационно-коммуникационных технологий в управлении образованием снижает затраты времени специалистов на осуществление функций анализа и контроля, сбор и обработку информации, повышает оперативность и качество принимаемых управленческих решений, позволяет руководителям использовать безбумажные технологии. А также способствуют росту профессионального мастерства руководителей, повышению эффективности обработки и представления необходимого материала [11].

К примеру, директор, использующий различные социальные сети (Viber, Watsapp, Телеграм, Инстаграм и иные) или же, к примеру, Сферум, имеет уникальную возможность общаться с сотрудниками, передавать различную информацию, касающуюся образовательного процесса, получать и пересылать различные нормативные документы, приказы и т. д. На наш взгляд, сам руководитель образовательной организации также должен «шагать в ногу со временем». Это условие выполняется, если руководитель ОО ведет персональный блог, в котором может наглядно демонстрировать и комментировать деятельность не только своей организации, но и свою собственную, отмечать карьерный рост, различные мероприятия, которые он проводит или в которых участвует как полномочный представитель возглавляемого объекта либо для развития своих административных, организаторских или педагогических навыков.

В наше время по приказу Президента Российской Федерации система образования реализуется как «Цифровая образовательная среда», которая предоставляет всем обучающимся равные и доступные условия обучения с использованием новейших компьютерных и иных технологий, различной вычислительной техники, лабораторных аппаратов, современного программного обеспечения и иных средств. Реализация такой среды зависит от уровня образовательной организации, который, в свою очередь, был сформирован его управленцем. При успешной управленческой деятельности данная среда имеет место для дальнейшего развития и выведения организации на лидирующий уровень среди иных образовательных организаций. К примеру, в Калининградской области гимназия № 40 имени Ю. Гагарина является прекрасным примером того, как действия руководителя и его положение влияют на развитие школы и её успешное продвижение. Здесь руководителем не только сформирован сильный и дружный коллектив, но и развита инфраструктура, и с каждым годом число обучающихся в этой гимназии становится все больше и больше. Авторитет руководителя гимназии высок и значим не только в узких кругах, но и среди людей, работающих в самом министерстве. Все это очень хорошо показывает, как имидж руководителя может повлиять не только на процесс обучения и воспитания, но и на развитие «школы будущего» в наше непростое время.

Не стоит забывать, что при реализации такой среды потребуется долгая работа с персоналом. Например, стимулирование преподавателей не только к использованию, но и более широкому применению современных средств ИКТ в образовательной деятельности, выстраивание благоприятной и доступной новейшей среды не только для обучающихся, но и

для коллектива. Учет всех этих нюансов создает «благоприятную почву» для развития положительного имиджа руководителя образовательной организации.

Однако есть и весомые проблемы в реализации цифровизации и внедрения ИКТ в образовательную организацию. К примеру, далеко не каждая школа может позволить себе иметь в каждом классе интерактивные доски и проекторы, специалиста, который смог бы в любой момент устранить поломку такой современной техники. Или же далеко не каждый учитель сможет пользоваться предоставленными «возможностями», как мы знаем, в основном в школах работают учителя возрастной категории от 45 до 70 лет. Не каждая ОО может обучить своих сотрудников использовать ИКТ. Казалось бы, в чём связь всего вышеперечисленного с формированием имиджа руководителя организации. Однако все эти аспекты тесно связаны. От руководителя ОО зависит возможность компьютеризации организации, а от его умения выстраивать отношения с иными партнёрами – финансирование части школьных затрат. Также от руководителя зависит подготовка «возрастных» кадров к новшествам и привлечение молодых специалистов, которые уже имеют навыки владения данными технологиями и могли бы сами обучать других. Что касается самого руководителя, то в основном все управленцы – это люди возрастные. Далек не каждому из них хочется вести какой-то блог или иную связь с миром при помощи информационных технологий.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Нами была теоретически обоснована зависимость имиджа руководителя образовательной организации от внедрения и использования информационно-коммуникационных технологий в образовательном учреждении.

Раскрыты такие понятия, как: «имидж», «информационно-коммуникационные технологии» и иные понятия, связанные с данным аспектом. Обосновано, как формирование имиджа руководителя образовательной организации связано с внедрением и использованием в его деятельности и работе организации информационно-коммуникационных технологий. Проведенный анализ показал, что на формирование положительного имиджа руководителя образовательной организации оказывают существенное влияние такие факторы, связанные с применением современных средств ИКТ, как компетентность в вопросах управления образовательной организацией; личные качества управленца; его возможности и умения в поиске «полезных» связей для развития организации.

На наш взгляд, в настоящее время именно информационно-коммуникационные технологии играют приоритетную роль в формировании имиджа руководителя образовательной организации. Ведь традиционная школа давным-давно отошла на второй план. И принятие этого факта руководителем ОО сыграет огромную роль не только в развитии этого учреждения, но и в формировании имиджа самого руководителя.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные технологии обработки информации рассматриваются обществом как инновационная платформа, на которой может быть реализована новая образовательная парадигма. Важнейшую роль в успешной реализации этой парадигмы играет руководитель образовательной организации, основные задачи которого заключаются, среди прочего, в развитии удобной среды для внедрения ИКТ и их использования, реализации «Цифровой среды» и иных проектов. Соответственно, современные информационно-коммуникационные технологии могут рассматриваться как эффективное средство формирования положительного имиджа руководителя образовательной организации, поскольку их систематическое применение ведет к развитию организации, созданию преемственности между всеми уровнями образования, а также реализации традиционной педагогики с учетом новых современных требований, норм и социальных запросов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Книги одного - трех авторов

1. Гончаров, М. А. Основы менеджмента в образовании : учеб. пособие / М. А. Гончаров. – Москва : КНОРУС, 2010. – 480 с.
2. Деревлева, М. Формирование имиджа руководителя / М. Деревлева, М. Ульянова // *Офис-менеджер*. – 2002. – № 7–8. – С. 42–47.
3. Змановская, Е. В. Руководство по управлению личным имиджем / Е. В. Змановская. – Санкт-Петербург : Речь, 2005 – 141 с.
4. Колоскова, М. Внутренний имидж руководителя / М. Колоскова // *Персонал*. – 2003. – № 8. – С. 23–24.
5. Панасюк, А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехники, психотехнологии / А. Ю. Панасюк. – Москва : Омега-Л, 2007. – 266 с.
6. Перельгина, Е. Б. Психология имиджа : учеб. пособие / Е. Б. Перельгина. – Москва : Аспект-Пресс, 2002. – 225 с.
7. Рудинский, И.Д. Компетенция. Компетентность. Компетентностный подход / И.Д. Рудинский, Н.А. Давыдова, С.В. Петров / Под ред. Докт. пед. наук, проф. И.Д. Рудинского. Изд. 2-е испр. – Москва: Горячая линия – Телеком, 2019. – 240 с.
8. Урбанович, А. А. Психология управления / А. А. Урбанович. – Минск : Харвест, 2003 – 640 с.
9. Шепель, В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям : учеб. пособие / В.М. Шепель. – Москва : Народное образование, 2002. – 341 с.
10. Шибалкин, Ю.А. Основы управление персоналом: учеб. пособие. – Москва: МГИУ, 2012. – 260 с.
11. Яковлев, А.И. Информационно - коммуникационные технологии в образовании [Текст] / А.И. Яковлев // *Информационное общество*. – 2006. – 14 с.

Книги, не имеющие индивидуальных авторов (под редакцией)

12. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). — [Электронный ресурс]. Москва: Издательство ИКАР. Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. 2009. URL: http://methodological_terms.academic.ru/ (Дата обращения: 20.02.2013)
13. Психология : словарь / В. В. Абраменкова ; под общ. ред. А. В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – Москва : Политиздат, 1990. – 494 с.

Статья в журнале

14. Вишнякова, М. Концепция формирования имиджа компании (общий подход и рекомендации) [Электронный ресурс] // *Практический маркетинг*. - 2001. № 5. Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/practical/200105/03.shtml>

Статья в электронном журнале

15. Бухаров, Д. В. Коммуникативная компетентность руководителя в управлении имиджем школы как основа конкурентоспособности образовательного учреждения / Д. В. Бухаров // *Человек и образование*. – 2011. – № 1. – С. 135–138.
16. Руднев, Е. А. Роль руководителя в формировании организационной культуры образовательного учреждения / Е. А. Руднев // *Управление образованием*. – 2009. – № 2. – С. 73–77.
17. Степанов, С. Эффективность руководителя: оценка и самооценка / С. Степанов // *Управление школой*. – 2009. – № 2. – С. 12–14.

Переводная книга

18. Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. – Москва : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. – 304 с.
19. Монарт, Г. Имидж руководителя / Г. Монарт. – Нью-Йорк : McGraw-Hill, 2009. – 175 с.

THE USE OF ICT IN THE FORMATION OF THE IMAGE OF THE HEAD OF AN EDUCATIONAL INSTITUTION

V.S. Zhilenko, student,
e-mail: zhilenko-ler@mail.ru
Immanuel Kant BFU

The article discusses the concept of "image", reveals the essence of the concept of "information and communication technologies". The main means of forming the image of the head of the school are determined, one of which is the use of information and communication technologies. Attention is paid to the personality of the head and the influence of his personal qualities and abilities on the development of an educational organization in modern times. The main components that contribute to the formation of the image of the head of an educational organization when using information and communication technologies are described in detail.

Keywords: *image, manager, educational organization, information and communication technologies.*