

Майбутні фахівці фітнесу та рекреації, як у ЕГ, так і у КГ мають майже однаковий показник буркотіння, тобто схильність робити необґрунтовані узагальнення негативних фактів у сфері взаємовідносин з партнерами та у спостереженні за соціальною дійсністю. Показник негативного досвіду спілкування більший у досліджуваних ЕГ ніж у КГ. Даний компонент установки показує, якою мірою таланило в житті на найближче коло знайомих. Як бачимо з рис. 2, найбільший відсоток від максимальних показників комунікативних установок у ЕГ набрав показник завуальованої жорстокості (69,5%) і це відповідає інтолерантному рівню.

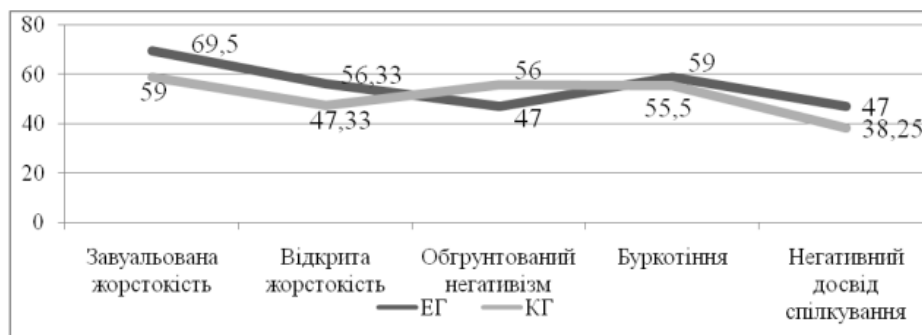


Рис. 2. Відсоток від максимальних показників комунікативних установок майбутніх фахівців фітнесу та рекреації ЕГ і КГ (%) (* $p \leq 0,05$)

Інтолерантність – це неприйняття іншої людини, неготовність до співіснування з іншими, не схожими на нас людьми [1]. Вона проявляється через деструктивну, конфліктну, агресивну поведінку. Усі інші показники комунікативних установок у порівнянні з максимальними показниками згідно проведеної методики мають середній рівень і знаходяться в межах від 34 до 66%, як у ЕГ так і КГ. Вірогідні відмінності між контрольною та експериментальною групами досліджуваних майбутніх фахівців фітнесу та рекреації були виявлені майже за всіма показниками комунікативних установок (окрім «буркотіння») у порівнянні з максимальними показниками за проведеною методикою «Комунікативні установки А. Бойко». За всіма показниками, а саме: завуальованої жорстокості, відкритої жорстокості, обґрунтованого негативізму, буркотіння та негативного досвіду спілкування досліджувані ЕГ має кращі результати, найбільша різниця між ЕГ і КГ у показниках завуальованої жорстокості та негативного досвіду спілкування.

Джерела

1. Бабин І. І., Боллобаш Я. Я., Гармаш А. А. Національний освітній глосарій: вища освіта, Київ. 2011. 98 с.
2. Безкоровайна Л. В. До поняття про компетенцію майбутніх фахівців фізичного виховання і спорту. Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. 2006. № 8. С. 7-10.

Корчак Тетяна Миколаївна
Державний податковий університет
Кожевникова Наталія Василівна
Державний податковий університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА В ОРГАНАХ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Імідж керівника – це цілісний несуперечливий образ керівника в свідомості оточуючих та підлеглих, який відповідає цілям, нормам, цінностям, прийнятним в організації і очікуванням, що пред'являються до керівника [1]. Імідж має характер стереотипу та повинен відповідати визначеним характеристикам організаційної культури та виконувати наступні функції: 1) приведення дій керівника у відповідність з очікуваннями підлеглих; 2) мотивуюча функція – прагнення бути схожим на лідера може стати стимулом для розвитку підлеглих; 3) нормативна функція – керівник задає норми взаємодії в організації.

За своїм призначенням керівнику доводиться багато спілкуватися з різними людьми, з підлеглими, створювати колективи, мотивувати їх, вести облік і контроль виконання доручень, вирішувати масу організаційно-управлінських питань. Звичайно, займаючи таку відповідальну посаду, дуже складно врахувати інтереси всіх своїх підопічних, колег, начальства, оточення. Але вкрай важливо, щоб думка

оточуючих людей про керівника була позитивною. Адже від репутації керівника багато в чому залежать результати діяльності органу місцевого самоврядування: чи будуть підлеглі, колеги, партнери прислухатися до його думки, довіряти, поважати і підкорятися йому.

Реально існують наступні підходи щодо визначення іміджу керівника: феноменологічний – розкриває феномен образу; соціально-психологічний – досліджується роль іміджу у діловій комунікації; технологічний – розглядаються способи і прийоми створення іміджу; антропологічний – розкриває роль іміджу, як способу самоактуалізації особистості [1].

Ефективність формування іміджу керівника установи залежить від потреби і готовності «Я-концепції» керівника, що виражається у розвитку у нього інтересу до самого себе і до світу; навчанні прийомам самопізнання, само оцінювання, саморозвитку; підвищення самооцінки; в наявності і розвитку наступних особистісних якостей як психологічних умов (стресостійкість, ціннісні орієнтації, спрямованість особистості на справу, саморозвиток, готовність до ризику, надійність, вміння дохідливо викладати свої думки).

Формування іміджу керівника може йти двома шляхами: стихійно або цілеспрямовано. У першому випадку це природний процес, що проходить без зовнішнього тиску і результатом такого процесу є становлення людини як індивідуальності. Керівник є тією особистістю, якою він є насправді. Ця ситуація має місце, коли людина займає місце керівника в результаті тривалої вертикальної та горизонтальної кар'єри в одній організації.

Другий шлях передбачає активне формування, що необхідно, якщо: керівник є «чужим» по відношенню до організації (антикризове управління); керівник не має великого досвіду управління; у системі управління персоналом є конфліктні точки; великий розмір організації; існують зовнішні причини для створення іміджу керівника як аналога «торгової марки» підприємства.

Відповідно до цього нами було складена структура іміджу керівника:

Зовнішність: зовнішній вид (зачіска, одяг, аксесуари тощо); кінестетичний імідж (ходьба, положення тіла, жести).

Стиль поведінки: спрямованість особистості і позиції по відношенню до оточуючих (мотиви, здібності, установки, ціннісні орієнтації) [2]; мовні особливості (вербальна та невербальна поведінка); предметний імідж (обстановка в кабінеті, автомобіль); спосіб самовіддачі (важливість для керівника його робота та люди, які його оточують, ентузіазм та «зараження» цим ентузіазмом).

Стиль керівництва (демократичний, авторитарний або ліберальний) [3].

Усі види іміджу так чи інакше взаємопов'язані між собою, тому їх слід враховувати. Знання цих видів іміджу дозволяє керівнику адекватно реагувати на різні ситуації, які виникають у процесі управління державною установою.

Таким чином, технологія створення іміджу керівника – справа складна, яка потребує великої праці особистості над собою.

Керівник у спілкуванні з громадянами повинен постійно відчувати себе представником влади і пам'ятати про свій імідж, який є показником довіри до нього населення.

Отже, позитивний імідж керівника органу місцевого самоврядування має значний вплив на формування як внутрішнього, так і зовнішнього іміджу установи та може стати однією з конкурентних переваг.

Джерела

1. Березіна Д. В. Соціально-психологічне значення іміджу в практиці управління персоналом // Науково – практичний вісник педагогічних інновацій. – Новосибірськ. – 2006. – № 4. – С. 2-5.
2. Левченко О. Формування іміджу // Нова політика. – 2006. – № 5. С. 48-51.
3. Колоскова М. Внутрішній імідж керівника організації // Персонал Мікс – 2001. – № 6. – С. 23-27.

Антонишин Андрій Павлович

Кандидат історичних наук, доцент

Національний університет фізичного виховання і спорту України

УКРАЇНСЬКІ ЗЕМЛІ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ІБН-БАТУТА У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО КРАЄЗНАВСТВА

Період Середньовіччя подарував науці багато нових досліджень відкриттів, наукових праць. Значно збільшилась кількість подорожувань та мандрівництва тогочасних учених. Завдяки розвитку мореплавства Вони отримали нагоду пізнання нових територій та укладення нових карт світу. З посеред багатьох дослідників того періоду, слід звернути увагу на діяльність Абу Абдалах Мухамед Ібн Абдаллах аль Лавал ат Танджи (22 лютого 1304-1368 або 1369 рр.), більш відомого, як Ібн Батута або «арабський Марко Поло». Ібн Батуту називають найвідомішим ісламським мандрівником і найвизначнішим з мандрівників, яких знали Стародавній світ і Середньовіччя [1].