

Рассматривая структуру имиджа, желательно осознать, почему важна педагогическая деятельность по его формированию и возможно ли, что имидж складывается без формирующей целенаправленной работы. Из приведенной структуры следует, что имидж можно улучшить, воздействуя прежде всего на субъективные внутренние оценки специалиста. И в этом процессе важная роль должна отводиться профессорско-преподавательскому составу – лицам, которые напрямую задействованы в учебно-воспитательном процессе. Именно от работы педагога в аудитории и за ее пределами во многом зависит отношение курсанта (слушателя), который уже является частью правоохранительной системы, к самому себе.

Обнародование позиции, согласно которой престиж обучения в стенах Академии не так велик, как в других ведущих учреждениях высшего образования; курсанты (слушатели) в отличие от студентов в силу различных причин с трудом усваивают учебную информацию; выпускники Академии являются узконаправленными специалистами (в лучшем случае) и востребованы только в правоохранительных структурах, а также иных высказываний подобного рода в курсантской среде со стороны преподавателя неприемлемо и недопустимо. В процессе обучения необходимо заботиться о своем имидже, способствовать стремлению будущего специалиста к некому позитивному идеалу, наиболее полно раскрывать сильные качества правоохранительной системы в целом.

Таким образом, структурная модель имиджа показывает взаимосвязь феномена имиджа с феноменом престижа. Престиж транслируется обществу через имидж – образ, сформированный не только в общественном сознании, но и в сознании самих сотрудников.

УДК 378

А.Н. Пастушениа, заведующий кафедрой психологии и педагогики Академии МВД Республики Беларусь, доктор психологических наук, профессор

СУБЪЕКТИВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИМИДЖА УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ПОВЫШЕНИЯ ПРИ НИЗКОМ ПРЕСТИЖЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Имидж учреждения высшего образования выражает оценочное отношение к нему, складывающееся в индивидуальном и общественном сознании на основе комплекса ценностно-смысловых и эмоционально-

образных представлений, включая рефлексивные представления об оценке учреждения другими людьми. Оценочное мнение об УВО интегрирует в себе ряд составляющих и в зависимости от их субъективной значимости и содержания может иметь различный характер. Это означает, что учреждение образования может иметь высокий (как и низкий) имидж у разных людей в силу различных причин, в зависимости от субъективных оценочных критериев. В этой связи необходимо различать имидж идеальный и имидж реальный. Идеальный имидж УВО основывается, как правило, на таких критериях, как престижность специальности, по которой ведется подготовка, и высокое качество обучения, определяемое отзывами работодателей и выпускников, добившихся высоких профессиональных достижений. Этот имидж определяет престиж УВО и в соответствии с ним высокий конкурс для поступления, что становится препятствием для поступления лиц, не имеющих высокого уровня подготовки по профильным предметам. Реальный имидж выражает предпочтительность УВО для поступления и обучения исходя из субъективно оцениваемых возможностей и благоприятных условий обучения. Причем популярность УВО соотносится с категорией абитуриентов – определенное УВО и его определенные факультеты могут быть популярными для определенных категорий абитуриентов. Важное значение среди субъективных факторов выбора УВО для поступления имеет уровень подготовки абитуриентов, воплощенный в результатах тестирования. Для лиц, имеющих высокие результаты, престижность УВО определяется престижностью специальности, а для имеющих низкие результаты – гарантией поступления при удовлетворительном отношении к специальности или при отсутствии ее явного неприятия.

Используемые в международных и отечественных оценочных системах показатели рейтингов УВО, в основе которых лежит оценка их научного потенциала, существенно отличаются от субъективных оснований имиджа УВО в сознании абитуриентов и обучающихся. В числе таких субъективных оснований выступают:

- престижность (желательность) специальности, по которой можно получить подготовку в УВО;

- уверенность в поступлении, которая определяется мнением об уровне своих знаний по профильным предметам и результатами тестирования;

- выгодность материальной стороны обучения;

- субъективное мнение о полезности знаний и умений, которые будут получены при обучении, и о возможности их использования не только в связи с работой по специальности;

- образная привлекательность учебного заведения, его архитектуры, интерьеров, вида аудиторий и т. д.;

позитивный образ обучающихся;

позитивный образ преподавателей и других работников УВО, их доброжелательное отношение к абитуриентам и обучающимся;

положительное мнение о процессе обучения, в том числе о его приемлемой напряженности, возможности усвоения материала и успешности сдачи экзаменов и зачетов;

привлекательность различных видов дополнительной подготовки и личностного развития, организуемых в учебном заведении;

привлекательность форм внеучебной занятости (творческие вечера, конкурсы, развлекательные мероприятия, спортивные секции, соревнования и др.);

благоприятные возможности для питания и проживания обучающихся;

положительное мнение об УВО обучающихся и его выпускников, добившихся профессиональных, материальных или иных значимых успехов.

Учитывая эти составляющие имиджа, необходимо строить информационное обеспечение работы по повышению привлекательности УВО для абитуриентов, уделяя внимание формированию каждой из названных составляющих имиджа УВО.

Такая важнейшая составляющая имиджа УВО, как престижность специальности обуславливает серьезную проблему для учебных заведений, осуществляющих подготовку по социально необходимым специальностям, которые, однако, не являются престижными (прежде всего из-за низкого уровня заработной платы будущих специалистов и высокой стрессогенности труда). В этой связи проходной балл в такие УВО или на такие специальности является низким, что выражает слабую образовательную подготовку абитуриентов, их относительно низкий уровень интеллектуального развития. Ведущим мотивом поступления для них является желание получить какое бы то ни было высшее образование за государственный счет и после обязательной отработки по специальности устроиться на более материально выгодную работу. Поэтому для УВО, которые осуществляют подготовку по социально важным, но не престижным специальностям, необходима специальная стратегия формирования популярности. В ней определяющее значение имеет создание мотивации поступления за счет других составляющих имиджа, указанных выше, и затем проведение целенаправленной работы с обучающимися по развитию мотивации старательной учебы и по формированию положительного отношения к получаемой специальности и будущей профессии. Как правило, эта работа по профес-

сиональному воспитанию упускается, поскольку администрация УВО ошибочно считает, что поступивший на учебу человек уже сам по себе имеет положительное отношение к получаемой специальности. При проведении такой воспитательной работы необходимо учитывать, что развитие мотивации старательной учебы при неуважительном отношении к получаемой специальности может обеспечиваться актуализацией побуждений на основе правильной организации учебной деятельности, стимулирования ее результатов, использования педагогической техники вовлечения в учебный процесс и пробуждения познавательного интереса. Формирование положительного отношения к получаемой специальности обеспечивается комплексным подходом и систематическим проведением культурно-воспитательных мероприятий, возвышающих профессию, формирующих положительную ценностно-смысловую и эмоционально-образную ее представленность в сознании обучающихся, актуализирующих моральные чувства гордости и достоинства в связи с принадлежностью к ней. Разработка форм и содержания профессионального воспитания является одной из важнейших задач педагогики и психологии высшей школы.

УДК 346.543

*В.В. Паращенко, докторант факультета научно-педагогических и научных кадров Московского университета
МВД России, кандидат юридических наук, доцент*

ИНВЕСТИЦИОННО-ПРАВОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ БРЕНДИНГА УЧРЕЖДЕНИЙ ОБРАЗОВАНИЯ МВД

В значительной степени рейтинг учреждения образования на сегодняшний день определяется его способностью осуществлять подготовку квалифицированных специалистов по актуальным для экономики направлениям деятельности, в которых испытывает потребность рынок труда.

Как известно, существует прямая зависимость между статусом учреждения образования и качеством подготовки соответствующего специалиста, которую можно представить следующей формулой: бренд учреждения образования формирует бренд профессии. Более того, бренд учреждения образования идентифицирует его среди конкурентов и является неотъемлемой частью современного состояния рынка образовательных услуг.