

ВПЛИВ ЕТИКЕТНИХ PR-КОМПОНЕНТІВ НА ІМІДЖ ПРЕДСТАВНИКІВ КУЛЬТУРНО-ОСВІТНЬОЇ СФЕРИ

У статті обґрунтовано вплив етикетних PR-компонентів іміджу представників культурно-освітньої сфери на формування культури професійної взаємодії. Звернуто увагу на необхідність підготовки компетентних, конкурентоздатних фахівців, які володіють необхідними здібностями для здійснення професійної діяльності на високому рівні. Зазначено, що важливим складником іміджу фахівців культурно-освітньої сфери є сформованість культури професійної взаємодії, оскільки їхня діяльність належить до професій типу «людина – людина» і передбачає поширення культури, освіти. Обстоюється позиція про те, що етикетна культура – це феномен з певним обсягом знань і умінь, який необхідний у культурно-освітній діяльності, є розгалуженою системою етикетного поведінкового спілкування та реалізацією особистісних спроможностей представника культурно-освітньої сфери. Схарактеризовано основні етикетні PR-компоненти іміджу фахівців культурно-освітньої сфери. Наголошено, що вміння формувати відносини конструктивної співпраці, зокрема, доброзичливої атмосфери, тональності спілкування, передбачення та якісне врегулювання конфліктних ситуацій впливає на ефективність діяльності представника культурно-освітньої сфери, сприяє поліпшенню психологічного клімату, створює умови для набуття досвіду конструктивної поведінки учасниками міжособистісної взаємодії. Сформульовано висновок, що наведені PR-компоненти уможливають власний особистісний саморозвиток, допомагають визначити рівень зазначеного аспекту професійної ідентифікації, є засобом впливу на інших суб'єктів культурно-освітнього процесу. Йдеться про морально-етичний розвиток особистості, за якого відбувається інтеріоризація загальнолюдських цінностей, культуру етикету як засобу комунікації,

пізнання й розвитку, що сприяє організації спільної діяльності та є фактором розвитку міжособистісних стосунків.

Ключові слова: PR-компоненти іміджу, представник культурно-освітньої сфери, культура етикету, особистість, основи етикету, компетентність, етикетна поведінка, спілкування.

Постановка проблеми. У законодавчих документах України (Закони України «Про освіту» (2017), «Про вищу освіту» (2014), Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період 2012 - 2021 роки (2013) звернуто увагу на необхідності підготовки компетентних, конкурентноздатних фахівців, які володіють необхідними здатностями для здійснення професійної діяльності на високому рівні, тобто готовності до успішного розв'язання професійних завдань.

Важливим складником іміджу фахівців культурно-освітньої сфери (педагогів закладів освіти та фахівців освітніх установ) є сформованість культури професійної взаємодії, оскільки їхня діяльність належить до професій типу «людина – людина» і передбачає поширення культури й освіти. Зазначимо, що освітні послуги мають широкий діапазон видів діяльності, що спрямовані на розвиток найбільш цінного ресурсу сучасного стану розвитку суспільства – знань, які є складовою людського капіталу.

Від характеристик компетентності представників культурно-освітньої сфери, від їхніх особистісних якостей, ціннісних орієнтацій життєдіяльності, професійних особливостей та якості послуг, що ними надаються, залежить характер взаємовідносин суб'єктів культурно-освітнього процесу. З огляду на це професійний імідж стає необхідним атрибутом соціально-професійних відносин.

В аспекті нашого дослідження саме культура етикету дає людині можливість усвідомити себе особистістю за умов використання прийнятих моделей поведінки і спілкування. Визначальним моментом при цьому стає

соціальна оцінка інститутів суспільства, оскільки об'єктом їх впливу є аудиторія користувачів освітньо-інформаційних послуг, на яку спрямований вплив іміджу фахівців культурно-освітньої сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що різні аспекти компонентів іміджу представників культурно-освітньої сфери розглянуто у філософській, психолого-педагогічній та науково-методичній літературі.

Так, теоретико-методологічні засади дослідження іміджу представлено в працях відомих науковців: П. Гуревича, О. Перелигіної, Ю. Палеха, А. Панасюка, Г. Почепцова, А. Холода, В. Шепель та ін. Аспекти підвищення якості професійної освіти стали предметом філософських досліджень В. Андрущенка, В. Кременя, В. Шадрикова та ін. Проблемою педагогічного професіоналізму займалися Н. Гузій, О. Дубасенюк та ін. Розглянуто психологічні особливості формування та сприймання професійного іміджу фахівця освіти (О. Чебикін, О. Ковальова, З. Крижановська, А. Мітлош та ін.), загальні психологічні основи іміджу навчальних закладів (О. Великанова, М. Фадєєва та ін.). Прикладний характер досліджень іміджу як феномена розкрито в публікаціях зарубіжних авторів Л. Браун, Д. Карнегі, А. Піза, Е. Пост, М. Спіллейна, Ч. Хюбера та ін., у яких розглянуто конкретні ситуації життєдіяльності людини.

Проте ролі й місцю етикетних PR-компонентів іміджу представників культурно-освітньої сфери в працях науковців приділялось недостатньо уваги.

Мета статті полягає у висвітленні етикетних PR-компонентів іміджу представників культурно-освітньої сфери в аспекті формування культури професійної взаємодії.

Виклад основного матеріалу. Визначальними характеристиками представника культурно-освітньої сфери є широка загальнокультурна і професійна контекстність особистісних здібностей і якостей, вибірковість ставлення до освітньо-культурних реалій та усвідомлена спроможність

реалізації власного спрямування життєдіяльності. А це здатність здійснювати ефективну ділову комунікацію з суб'єктами спілкування, тобто користувачами освітньо-інформаційних послуг, партнерами та колегами, виконання благородної місії просвітництва та інформаційної діяльності, що передбачає володіння базовими навичками поведінкового спілкування, створення сприятливого психологічного клімату, вміння встановлювати, підтримувати й розвивати ділові відносини.

Така особистість стає посередником між аудиторією користувачів з різним рівнем вимог і пошуком культурно-освітніх та інформаційних надбань, здатним залучити і зорієнтувати її до рівня культурних смислів й здійснити підтримку в самовизначенні у світі культурних цінностей життя і діяльності [15]. Адже «Специфічні соціально-економічні умови ХХІ ст. висувають вимоги до формування відповідного зразка особистості. Людина, яка досягає певного успіху, відрізняється цілеспрямованістю, адаптивністю й адекватним сприйняттям будь-якого впливу на неї з боку інших. Вона оптимістично налаштована, впевнена в собі й своїй справі, толерантна і лояльна. Вона поважає правила пристойності та чітко відчуває умовності, і залежно від справи, до якої залучається, здатна створити потрібний імідж» [2, с. 79].

В аспекті, який розглядається, такими PR-компонентами іміджу представника культурно-освітньої сфери є обізнаності у системі знань і умінь з основ етикету, що входять до «сценарної» заданості соціальних чи професійних ролей, суспільних дій та вчинків. Інакше кажучи, пропонують установлені етикетні нормативні приклади життєдіяльності в сучасному соціумі. Етикетна нормативність надає будь-якій ролі (соціальній чи професійній) естетичного поведінкового стилю (малюнку), незважаючи на сценарний обсяг і статус учасників поведінкового спілкування.

Етикетна поведінка будується на сукупності зразків, моделей, стереотипів, завдяки яким вони матеріалізуються в публічні форми

соціальної активності людини. Ця активність поєднує вчинки, дії та способи дій і призначена для зовнішнього оформлення видів взаємодії.

Таким чином, у соціально-професійному аспекті основи етикету доцільно розглядати як специфічно людський спосіб діяльності, а також як технологію її реалізації, тобто яким способом представник культурно-освітньої сфери реалізує свою діяльнісну сутність. У цьому випадку культура етикету є похідною від діяльності, компонентом професійної компетентності представника культурно-освітньої сфери. Наприклад, як соціальний феномен етикетна поведінка пов'язана з колективними діями суб'єктів у формі погодженої організованості, які зумовлені регламентацією. Видами колективної етикетної поведінки є обряд, ритуал і церемоніал, які споріднені між собою й покликані закріплювати сформовані цінності високого порядку. У професійній діяльності представників культурно-освітньої сфери прикладом можуть слугувати різновид семінарів й конференцій, зборів та святкових зібрань тощо.

Соціальні відчуття утворюють рівень емоційної культури, яка формується на основі переживань процесів етикетної поведінки особистості, що реалізуються в емоційній активності моральних відносин. Тут можна виділити буденну, самостійну поведінку, що входить до загального етикету, яку має опанувати кожний повною мірою. Технології загального етикету забезпечать формування належного рівня вмінь і навичок цивілізованого перебування в соціумі, а це знайомство, вітання, гостинність, прощання тощо, тобто універсальні культурні зв'язки. Така етикетна поведінка, як зазначалося вище, входить у звичку за умови системи тренувань і навчань.

З огляду на це, ми дотримуємося позиції, що етикетна культура є феноменом з певним обсягом необхідних знань і умінь, який необхідний у культурно-освітній діяльності. Вона є одночасно розгалуженою системою етикетної поведінки і способів спілкування та реалізацією особистісних спроможностей представника культурно-освітньої сфери [11].

Поведінка і спілкування, що зумовлені тим чи іншим зразком культури етикету, на сучасному етапі розвитку суспільства набувають необхідності бути частиною професійної діяльності та на рівні почуттєвого сприйняття набуватимуть значущості, особливо в професійній діяльності представника культурно-освітньої сфери. За допомогою техніки етикету поведінкового спілкування здійснюється процедура дій, яка регулює зовнішній бік поведінки.

Авторами навчального посібника «Теорія і методика професійної освіти» визначено, що до основних елементів педагогічної техніки належать: «<...> уміння спілкуватися вербально (культура і техніка мовлення); уміння спілкуватися невербально (міміка, пантоміміка, зовнішній вигляд); уміння керувати своїм психофізичним станом (дихання, напруження м'язів, емоції, увага, уява, спостережливість)» [12, с. 285].

Варто зауважити, що головними показниками взаєморозуміння між суб'єктами спілкування є позитивна реакція на мову і мовлення, які є взаємопов'язаними елементами і є єдиним цілим – рівнем мовленнєвої культури.

Мовленнєво-комунікативна культура представників культурно-освітньої сфери пов'язана безпосередньо з мовленнєвим етикетом як одним із головних PR-компонентів їх іміджу, головне призначення якого полягає у встановленні сприятливого контакту та регулюванні взаємин, що ґрунтуються на принципі ввічливості. Варто зауважити, що низький рівень соціальної норми цього важливого PR-компонента іміджу у сфері культури міжлюдської взаємодії призводить до того, що люди різного рівня культури не можуть знайти спільні точки дотику як у загальноприйнятих, так і в ділових стосунках. Наголошуємо, що етикетне спілкування прикладним характером сприяє виявленню почуттів, переживань і моральних цінностей універсальними засобами виразності. За такого збігу моральні норми і правила етикету обов'язково впливають на формування в будь-якої особистості уявлень про належні поведінку й спілкування, де

вимоги моралі встановлюють певний ідеал, а вимоги етикету створюють зовнішній абрис поведінки щодо цього ідеалу [8]. До них можна віднести ввічливість, вихованість, уважність, витримку, справедливість, емпатійність, емоційну стійкість тощо.

Французький філософ М. Монтень, аналізуючи діалогічну бесіду як поведінкову форму, розглядав діалог з аудиторією як процес «зіткнення з іншими думками» [6]. Саме за таких умов, стверджував М. Монтень, відбувається «збагачення внутрішнього світу та відточується розум у зіткненні з розумом інших» [6].

Г. Гегель – представник німецької класичної філософії у своїх працях розглядає діалог учасників спілкування як процес неперервного розвитку пізнання. Ця позиція філософа викладена в таких його думках: «Через пізнання відношення тотожності та відмінності виявляється суперечність, що лежить в їх основі» [14, с. 66].

Актуальним є висловлювання В. Кременя: «Лише сформувавши особистість, здатну до творення змін і сприйняття змінності, ми зможемо стати конкурентоспроможною нацією» [5, с. 6].

Виходячи з викладеного вище, розуміємо, що для успішної взаємодії з аудиторією користувачів освітніх та інформаційних послуг слід адекватно оцінювати власні можливості щодо поведінкового спілкування. Особливої уваги потребує вміння керувати й контролювати емоційний стан. На жаль, темп життя, складні та суперечливі процеси, що відбуваються в українському суспільстві, призводять до зростання несприятливих емоційних станів і конфліктних ситуацій.

«Сучасні психолого-педагогічні дослідження свідчать про те, що останнім часом конфліктологічна проблематика набула великої значущості в усіх галузях професійної підготовки, особливо в педагогічній освіті. Певні фахові вимоги, декларовані нормативно-правовою базою держави (Закони України «Про загальну середню освіту», «Про вищу освіту», Державна програма «Вчитель», Національна доктрина розвитку освіти

України у ХХІ столітті тощо), висуваються до компетентності педагога, освітянина, освітянина-керівника» [1, с. 54].

Саме тому виникає проблема браку кваліфікованих фахівців, які володіють навичками конструктивної педагогіки, ефективного спілкування та вміють вчасно розпізнавати й запобігати конфліктним ситуаціям та розв'язувати їх.

Важливими є думки визначного вченого В. Сухомлинського про те, що слово має лікувати, а не бути батоном [4, с. 21–31]. І в цьому є сенс.

Зокрема, Н. Волкова визначає міжособистісний конфлікт як «<...> взаємодії людей, за якої вони дотримуються несумісних цінностей і норм, намагаються реалізувати їх у конкретній боротьбі, здобути обмежені ресурси, утвердити свої інтереси тощо» [3, с. 250].

Уміння формувати відносини конструктивної співпраці, доброзичливої атмосфери, тональності спілкування, передбачення та якісне врегулювання конфліктних ситуацій, все це істотно впливає на ефективність діяльності представника культурно-освітньої сфери, сприяє поліпшенню психологічного клімату, створює умови для набуття досвіду конструктивної поведінки учасниками міжособистісної взаємодії.

Разом із вербальним спілкуванням важливим засобом і одночасно формою поведінкового етикету є невербальна комунікація, яка доповнює та підсилює смислове значення слів суб'єктів спілкування. Як вже згадувалося вище, це система оптико-кінестичних знаків, до складу якої входять пози, жести, міміка, зовнішній вигляд, що містить багато компонентів.

Дослідженнями підтверджено, що невербальні засоби поведінкового спілкування можуть мати різне співвідношення з вербальними. Вони можуть виражати те саме значення, що й вербальні, – передбачати значення, які передаються мовленням, розставляти акценти на важливих аспектах міжособистісного спілкування, заповнювати собою паузи, пояснюючи періоди мовчання.

Досягнення успіху в професійній діяльності представника культурно-освітньої сфери значною мірою залежить від уміння встановити контакт довіри із співрозмовником, а це, як відомо, залежить не тільки від того, що і як ми говоримо, а й від того, як поведимося, тримаємося і в що при цьому вдягнені.

На думку Дж. Фаста, американського вченого й одного із засновників кінесики, мова тіла дає нові можливості для розвитку особистих стосунків і відкриває секрети стосовно того, чому деякі люди здатні успішно керувати іншими людьми за допомогою рухів тіла і голосу [13, с. 143]. Уміння розуміти та пояснювати мову тіла іншої людини допомагають зрозуміти й мову власного тіла. Зважаючи на те, як ми приймаємо сигнали, які надходять від інших людей, та розуміємо їх, ми починаємо керувати власними сигналами і контролювати себе. Таким чином, ми вчимося функціонувати більш ефективно [13, с. 143].

Важливим, на нашу думку, є те, що освічена людина, а в нашому випадку це представник культурно-освітньої сфери, стає на шлях формування професійно культурної особистості, оскільки здобуває знання і уміння вміло користуватися елементами невербальних каналів зв'язку, що сприяє процесу успішної організації співпраці з учасниками діалогу.

Таким чином, у процесі залучення до етикетної невербальної комунікації активність особистості представника культурно-освітньої сфери, крім набуття й удосконалювання інструментарію свого поведіння, сприяє розширенню поля соціо професійної діяльності. Наприклад, поза (англ. posture, pose – перенесена поведінка) [10, с. 810] – це постава тіла, що має комунікативний сенс, який виявляє налаштованість (поведінкові манери) щодо співрозмовника або аудиторії. Етикет розрізняє дозволені й недозволені пози у присутності суб'єкта спілкування. Тож треба пам'ятати, що вміле використання пози впливає на співрозмовника.

Іншим, не менш важливим елементом невербальної поведінки є жест. Жест (англ. gesture, sign language – мова жестів [10, с. 614]), тобто

рух частин тіла (жестикуляція), що використовується для передавання думки, намірів або почуттів. Дії – жестикуляції, як правило, виконуються руками, проте залучаються також обличчя й голова. Використовуючи етикетні жести, представник культурно-освітньої сфери витончено зображує або описує форму, розміри, виражає прохання або вимогу, здійснює етикетні дії, до яких також належать і ази спілкування: вітання, запрошення, прощання тощо [3]. З використанням жестів-дотиків відбувається встановлення соціального контакту, вияв уваги до суб'єкта спілкування. Етикетні жести представника культурно-освітньої сфери мають бути зразком для наслідування, адже сприяють забезпеченню уваги суб'єктів спілкування, активізації їх пізнавальних процесів, є прикладом вишуканих манер, що сприяють набуттю вмінь естетичної поведінки [7]. Володіння етикетними жестами дозволить виробити якість невербальної поведінки, що дає можливість керувати культурно-освітнім процесом, створювати атмосферу робочого творчого настрою.

Звернемо увагу на мімічні вирази обличчя. Спостереження за мімікою суб'єкта комунікації дає змогу правильно визначити його позицію, думку і передбачити подальші наміри. Обличчя суб'єкта спостереження стає інструментом самопрезентації [7]. Дослідники з невербальної комунікації виокремлюють шість основних емоційних ознак міміки: гнів і радість, здивування і відразу, страх і страждання [3; 7]. Описати ці ознаки можна такими виразами і словами: наморщити лоб – виявляти страх або страждання, вишкірити зуби – радіти, скривитися – відчувати відразу.

Використовуючи знання міміки обличчя, представник культурно-освітньої сфери створює потрібний образ в очах інших, тим самим впливає на сприймання ними інформації. Таким чином, за допомогою мімічного виразу можна регулювати ситуацію, надавати зворотний зв'язок і керувати потоком поведінкового спілкування.

Дослідники з професійно-педагогічної комунікації, описуючи в своїх

працях значення міміки, стверджують, що це зовнішній прояв психічних станів, передусім емоційних, через сукупність координованих рухів м'язів обличчя, виражальні рухи м'язів обличчя [3; 7; 9.]. Ми погоджуємося з таким визначенням, але, на нашу думку, його потрібно дещо доповнити, адже функція міміки – це насамперед участь у комунікації, а потім вже вияв емоцій, оскільки етикет навчає стриманості.

У комплексі міміко-жестова мова в аспекті етикетної комунікації як професійної якості представника культурно-освітньої сфери підсилює емоційну значущість освітньо-інформаційної послуги, сприяє кращому її засвоєнню.

Зовнішність і одяг належать до тієї категорії невербальних стимулів, які також впливають на сприйняття людини тими, хто її оточує в процесі міжособистісних стосунків, а за певних обставин стають і визначальними чинниками. Наприклад, зовнішня привабливість може виявитися вирішальною під час пошуку потрібної людини на певну посаду. Як правило, вона містить інформацію про те, чи здатна ця людина переконувати інших або управляти ними. Таке бачення, на наш погляд, стосується і працівника культурно-освітньої сфери, який є провідником освітніх інновацій, традицій, головним еталоном поведінкової культури.

Отже, у сучасних ринкових відносинах елементи етикету є продуктом і мають відтворюватися як найбільш ефективна частина оформлення поведінки, як історично виправдані й усталені та сприяти соціальній і професійній активності.

Висновки з дослідження. Ураховуючи філософський, психологічний і педагогічний аспекти розв'язання проблеми, специфіку етикетних PR-компонентів іміджу представника культурно-освітньої сфери, можна зробити певні висновки. Зокрема, наведені приклади мають забезпечити власний особистісний саморозвиток, допомагають визначити рівень зазначеного аспекту професійної ідентифікації, є засобом впливу на інших суб'єктів культурно-освітнього процесу, а також забезпечують

морально-етичний розвиток особистості, за якого відбувається інтеріоризація загальнолюдських цінностей, тобто формування внутрішніх структур людської психіки через засвоєння зовнішньої соціальної поведінки, мовленнєвий етикет й елементи невербальної комунікації, які є засобом комунікації, пізнання й розвитку, сприяють організації спільної діяльності та є фактором розвитку міжособистісних стосунків.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у пошуку інноваційних шляхів формування та розвитку особистісно-професійного іміджу представника культурно-освітньої сфери.

Література:

1. Агалець І. О. Конфліктологічна культура освітян – складова професійно-соціальної педагогічної компетентності (реферат. огляд). *Аналітичний вісник у сфері освіти і науки*. Київ, 2017. Вип. 6. С. 54–73. URL: http://dnrb.gov.ua/періодичні-видання-бібліотеки/13392-2/Analitichnuy_visnik_2017-6.pdf (дата звернення: 18.02.2019).

2. Агалець І. О. Мовленнєвий етикет як засіб професійно-педагогічної підготовки майбутнього освітянина. *Науково-педагогічні студії*: електрон. наук. журн. / гол. ред.: Л. Д. Березівська, І. М. Шоробура. 2018. Вип. 1. С. 76–86. URL: <http://dnrb.gov.ua/ua/періодичні-видання-бібліотеки/13439-2/> (дата звернення: 20.12.2018).

3. Волкова Н. П. Професійно-педагогічна комунікація : навч. посіб. Київ : Академія, 2006. 256 с.

4. Кравцов В. О. Вимоги до професійної культури вчителя в педагогічній спадщині В. О. Сухомлинського. *Педагогіка і психологія*. 2004. № 1. С. 21–31.

5. Кремень В. Особистість учителя в сучасних соціокультурних контекстах. *Педагогічна газета*. 2007. Серпень (№ 8). С. 6.

6. Монтень М. Опыты. О славе, совести, добродетели и гневe : пер. с фр. Москва : АСТ ; Харьков : Фолио, 2003. 747 с.
7. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. / за заг. ред. З. І. Тимошенко. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. 324 с.
8. Проценко О. П. Етикет у просторі практичної філософії. Харків : ХНУ, 2002. 240 с.
9. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Знання, 2006. 291 с.
10. Современный англо-русский русско-английский словарь : 50 000 слов + грамматика / сост. Т. А. Сиротина. Донецк : БАО, 2005. 992 с.
11. Соціально-професійне становлення особистості : монографія / В. В. Радул, О. В. Михайлов, І. П. Краснощок, В. А. Кушнір ; за ред. В. В. Радула. Кіровоград : Імекс ЛТД, 2002. 263 с.
12. Теорія і методика професійної освіти : навч. посіб. / З. Н. Курлянд та ін. ; за ред. З. Курлянд. Київ : Знання, 2012. 390 с.
13. Фаст Дж. Язык тела. Холл Э. Как понять иностранца без слов / пер. с англ. Ю. В. Емельянова. Москва : Вече ; Персей ; Аст, 1997. 432 с.
14. Філософія : навч. посіб. / за ред. І. Ф. Надольного. Київ : Вікар, 2001, 457 с.
15. Шевнюк О. Л. Культурологічна освіта майбутнього вчителя: теорія і практика : монографія. Київ : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2003. 232 с.

Agalec I. A.

THE INFLUENCE OF ETIQUETTE PR-COMPONENTS ON THE
CULTURAL AND EDUCATIONAL SPHERE REPRESENTATIVE'S
IMAGE

At the article substantiated the influence the cultural and educational sphere representatives' image etiquette PR-components on the formation of a

culture of professional interaction. Was draw attention on the need for training competent, competitive specialists with abilities to carry out at high level professional activities. It was noted that an important component of the cultural and educational sphere specialists' image is the professional interaction culture formation, since their activities relate to the «person-to-person» type professions and culture and education dissemination provide. The position is argued that etiquette culture is a phenomenon with a certain amount of knowledge and skills that is necessary in cultural and educational activities, is an extensive system of effective behavioral communication and the realization of personal capabilities of a cultural and educational sphere representative. The cultural and educational sphere main etiquette specialists' image PR components are characterized. It was noted that the ability to form relationships of constructive cooperation, in particular, a benevolent atmosphere, communication tone, conflict situations prevention and quality resolution affects on the cultural and educational sphere representative performance, psychological climate improves, creates conditions for the acquisition of experience of constructive behavior by participants of interpersonal interaction. The conclusion is formulated: the given examples make it possible to ensure personal self-development, help determine the level of this aspect of professional identification, and is a means of influencing other subjects of the cultural and educational process. We are talking about the moral development of the individual, in which human values have interiorization, culture of etiquette as a means of communication, cognition and development promotes the organization of joint activities and is a factor in the development of interpersonal relations.

Key words: image PR-components, the cultural and educational sphere representative, etiquette culture, personality, basics of etiquette, competence, etiquette behaviour, communication.