

Використана література

1. Законодавчий акт: Верховна Рада України. ЗАКОН УКРАЇНИ «Про освіту» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 38-39, ст.380), 2018. URL: <https://zakonodavstvo.com/zakon-ukrajiny/stattya-gromadske-samovgyaduvannya-zakladi-325767.html>
2. Нова українська школа: концептуальні засади реформування середньої школи. 2016. URL: http://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/Anonces/2016/nova_s_hkola_proekt.pdf
3. Нова українська школа: поради для вчителя / Під заг. ред. Бібік Н.М. К.: ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2017. 206 с

УДК 371.111:17.22.1

О. В. Сорока

доктор педагогічних наук, доцент, професор кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, sorokaolga175@gmail.com

ІМІДЖ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ

Необхідність формування іміджу керівника закладу освіти пов'язана з тим, що в складних соціально-економічних умовах імідж дає можливість фахівцю бути конкурентоспроможним; забезпечує взаємодію з об'єктами впливу в процесі професійної діяльності; сприяє саморозвитку й самовдосконаленню; зменшує професійні стреси. Окрім цього, образ керівника закладу загальної середньої освіти (ЗЗСО) необхідно формувати з урахуванням специфіки його діяльності, при цьому варто пам'ятати, що кожен керівник є своєрідною рекламою для освітньої установи, бо саме через його образ у людей складається враження про організацію, яку він представляє.

Однією з важливих характеристик іміджу є його подвійна спрямованість, оскільки він має відповідати як можливостям носія,

так і потребам аудиторії. Маючи психотерапевтичний ефект, імідж наділяє керівника дипломатичністю, професійною впевненістю, соціальною активністю, відповідальністю, рефлексивністю тощо.

Слід зазначити, що поняття «імідж» активно використовують у менеджменті, соціології, соціальній психології, журналістиці, публік рилейшнз тощо. Щодо терміну «імідж керівника ЗЗСО», останнім часом його пов'язують із педагогічною іміджеологією – новою галуззю педагогічної науки, в рамках якої імідж розглядається як фактор успіху у професійній діяльності, як інструмент, що допомагає будувати відносини зі всіма учасниками навчально-виховного процесу в освітній установі, як елемент конкурентоздатності й просування на ринку освітніх послуг.

В загальному, імідж (від лат. «*imago*» – образ, вид) – це образ, який формується цілеспрямовано та здійснює емоційно-психологічний вплив на будь-кого з метою створення враження, думки оточуючих про носія створеного іміджу [1]. Зарубіжні психологи вважають, що імідж – це емоційно забарвлений образ людини чи організації, що склався в масовій свідомості та має характер стереотипу [2, с. 36]. У розумінні А. Калюжного, імідж – це спеціально сконструйований образ, який повинен відповідати очікуванням і потребам різних людей. В іміджі спочатку задається схематичність і неповнота, а також позитивна спрямованість емоційного оцінювання [3]. На переконання Г. Почепцова, імідж – це враження, яке справляє людина на одну або групу людей. Він не малюнок, не калька, не точне зображення, розроблене в найдрібніших деталях, а кілька деталей, які емоційно впливають на оточення [4, с. 20].

Аналіз різноманітних підходів до визначення феномену «імідж» дав змогу представити його ключові характеристики:

- 1) імідж – це образ-стереотип, який створюється у свідомості людей;
- 2) цілеспрямовано формується, має адресну та кінцеву мету створення;
- 3) є «діловим» образом – виявляється в ході професійної активності й формується в процесі практичної діяльності;
- 4) важливою є зовнішня складова, елементи презентації та самопрезентації;

5) містить риси, конкретні для визначеного фаху, й універсальні, для спеціаліста будь-якого профілю – привабливість, інтелігентність, активність, ініціативність, професіоналізм.

Аналіз наукових підходів дав нам змогу трактувати поняття імідж керівника ЗЗСО як складне комплексне утворення в структурі особистості керівника, в якому гармонійно поєднані зовнішні й внутрішні складові, що формуються завдяки інтеграції професійних та особистісних характеристик, відповідаючи вимогам освітнього простору. Вважаємо, що свій імідж керівник ЗЗСО формує й відшліфовує не тільки протягом професійної діяльності, а й упродовж усього життя, опираючись при цьому на отриману спеціальну підготовку у закладі вищої освіти та власний практичний досвід.

Спираючись на наукові доробки вчених [1; 4], подамо власне бачення складових іміджу керівника ЗЗСО, а саме:

1) зовнішній вигляд, за допомогою якого керівник закладу освіти привертає увагу й створює позитивне враження про себе у інших людей;

2) позитивна взаємодія з іншими людьми, що дасть змогу висловлювати власне відношення, оцінювати, спонукати або домовлятися з колегами та іншими людьми;

3) внутрішня відповідність професії, що передбачає самоповагу, своєрідну оригінальність і неповторність, експресію, наявність уміння подібатись іншим, що сприятиме налагодженню професійних та особистісних контактів – внутрішнє «Я».

Повністю підтримуємо В. Шепель, який виокремлює етапи формування іміджу, а саме:

1) вивчення особових характеристик, рис, складання «Я-концепції» за допомогою тестів, технологій. Роботу над іміджем треба розпочинати з формування духовно-етичних рис, підпорядкування загальнолюдським цінностям і законам суспільного розвитку. На початковому етапі здійснюється збір інформації про ідеальний образ, який вибрали як еталон у процесі іміджування;

2) підбір характеристик, що розкривають особливості професійної діяльності, наприклад при формуванні іміджу керівника, необхідно культивувати риси лідера – відповідальність,

неординарність, дисциплінованість, організованість, сміливість тощо. Опрацьовуються такі сфери, як оточення, друзі, сім'я, спорт, здоров'я;

3) робота над зовнішнім виглядом – одяг, зачіска, макіяж, власний стиль в одязі. Привабливий зовнішній вигляд, невимушені манери поведінки, гармонія в статурі, благородні звички, приваблива усмішка суттєво впливають на людей. Усе це вимагає клопіткої праці над створенням себе, своєї зовнішності, правил поведінки;

4) вдосконалення комунікативних характеристик – мови, вміння спілкуватися, виступати перед аудиторією [5].

Формування іміджу керівника ЗЗСО має відбуватися за допомогою методів і технік : візуалізації, деталізації, позиціонування, маніпулювання, метафоризації, емоціоналізації, вербалізації тощо.

Отже, імідж керівника ЗЗСО є унікальним феноменом, який не може бути розроблений достеменно в усіх деталях і бути універсальним за своєю природою. Формування скоріше додає до іміджу декілька штрихів, які підкреслюють його позитивні аспекти й підсилюють емоційний вплив на інших людей.

Використана література

1. Абрамович Т. Імідж як презентаційна складова професійного становлення соціального педагога. *Нова педагогічна думка*. 2014. № 4 (80). С. 34–37.
2. Богданов Е. Н. Зазыкин В. Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз». СПб. : Питер, 2003. 208 с.
3. Калюжный А. А. Психология формирования имиджа учителя. – М., 2004. 94 с.
4. Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство вообразяемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. К. : АДЕФ-Украина, 1997. 328 с.
5. Шепель В. М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. М. : Культура и спорт, ЮНИТИ, 1994. – 320 с.