УПРАВЛІНСЬКІ ТА ПЕДАГОГІКО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОСВІТИ

УДК 371.11:007.1
DOI: 10.32342/2522-4115-2020-2-20-37

О.О. ЛАВРЕНТЬЄВА,
доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри інноваційних технологій з педагогіки, психології та соціальної роботи Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

А.А. АРБУЗОВА,
аспірант кафедри інноваційних технологій з педагогіки, психології та соціальної роботи Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

ІМІДЖ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ОСВІТИ: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ

У статті проаналізовано значення і роль іміджу в професійній діяльності. Досліджено в історичній ретроспективі становлення змісту поняття «імідж», його семантичні зв'язки та відношення від Давнього світу й дотепер. Вивчено особливості трактування іміджу у сферах менеджменту, педагогіки, психології й соціології. Установлено, що імідж – це результат сприйняття особи різними соціальними групами, що складається під впливом ряду факторів і взаємовпливових дій. Сутність іміджу віддзеркалюють поняття «образ», «зображення», «репутація», «престиж», «уявлення (оцінка)», «символ». Водночас у соціальній свідомості імідж є цінністю, що впливає на успішність будь-якої діяльності.

З'ясовано актуальність формування іміджу керівника закладу освіти. Наголошено на тому, що керівнику закладу освіти притаманний складний професійний імідж, що служить інструментом управління задля досягнення стратегічних цілей і завдань закладу освіти. Такий імідж впливає на престижність закладу, формує позитивну думку та довіру до всього педагогічного колективу, забезпечує якість освітніх послуг.

Визначено, що професійний імідж керівника закладу освіти по-різному виявляється для батьків і здобувачів освіти, для підлеглих і колег, а також для державних органів.

Установлено, що іміджем керівника закладу освіти є динамічна характеристика його особистості, що сприяє вияву внутрішніх установок, особистісних якостей, життєвих позицій, педагогічної та управлінської майстерності й професіоналізму. Визначено, що до показників професійного іміджу належать такі як: зовнішній вигляд, поведінка, особливості спілкування й організації педагогічної взаємодії у професійній сфері, рівень професійної культури.

Зроблено висновок про те, що формування іміджу є процесом реалізації програми саморозвитку керівника закладу освіти шляхом наполегливої праці над собою, над підвищенням рівня власних професійних та особистісних компетентностей.

Ключові слова: імідж, професійний імідж, позитивний імідж, керівник закладу освіти.

В статье проанализированы значение и роль имиджа в профессиональной деятельности. Исследовано в исторической ретроспективе становление содержания понятия «имидж», его семантические связи и отношения от Древнего мира и до сих пор. Изучены особенности трактовки имиджа в сферах менеджмента, педагогики, психологии и социологии. Установлено, что имидж является результатом восприятия лица различными социальными группами, он складывается под влиянием ряда факторов и взаимовлияющих действий. Сущность имиджа отражают понятия «образ», «изображение», «репутация», «престиж», «представление (оценка)», «символ». В то же время в социальном сознании имидж является ценностью, влияющей на успешность любой деятельности.

Выяснена актуальность формирования имиджа руководителя образовательного учреждения. Отмечено, что руководителю образовательного учреждения присущ сложный профессиональный

© *О.О. Лаврентьєва, А.А. Арбузова, 2020*

имидж, который служит инструментом управления для достижения стратегических целей и задач учебного заведения. Такой имидж влияет на престижность заведения, формирует положительное мнение и доверие ко всему педагогическому коллективу, обеспечивает качество образовательных услуг.

Определено, что профессиональный имидж руководителя образовательного учреждения поразному проявляется для родителей и соискателей образования, для подчиненных и коллег, а также для государственных органов.

Установлено, что имидж руководителя учебного заведения является динамичной характеристикой его личности, способствует проявлению внутренних установок, личностных качеств, жизненных позиций, педагогического и управленческого мастерства и профессионализма. Определено, что к показателям профессионального имиджа относятся такие как: внешний вид, поведение, особенности общения и организации педагогического взаимодействия в профессиональной сфере, уровень профессиональной культуры.

Сделан вывод о том, что формирование имиджа является процессом реализации программы саморазвития руководителя образовательного учреждения путем упорного труда над собой, над повышением уровня собственных профессиональных и личностных компетенций.

Ключевые слова: имидж, профессиональный имидж, положительный имидж, руководитель учебного заведения.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Важливим аспектом оцінювання будь-якого явища, предмета або суб'єкта, особливо в професійній сфері, є імідж. Імідж фахівця презентує оточуючим риси його характеру, професійні та особисті якості, стиль життя, зовнішність та рівень вихованості.

Головним завданням керівника закладу освіти є формування та розвиток позитивного іміджу закладу, який він очолює. Такий імідж великою мірою корелює з його власним професійним іміджем, оскільки саме керівник є прикладом та взірцем для своїх колег, так би мовити «обличчям» закладу освіти. Формування іміджу керівника – це тривалий складний процес, що передбачає постійну роботу над собою, над удосконаленням своїх професійних навичок та якостей, підходів у роботі з педагогічним колективом тощо. Передусім, керівникові необхідно усвідомлювати, що імідж є динамічним особистісним утворенням, тож потрібно постійно працювати та оновлювати його зміст [23]. На жаль, на сьогоднішній день імідж керівників створюється стихійно, без чіткої структури та наявності глибоких теоретичних знань у даній галузі. Це впливає на успішність діяльності всього закладу освіти, на стосунки між колегами, загальне враження від особистості керівника та закладу освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд літератури показав, що проблема іміджу почала цікавити науковців із другої половини XX – початку XXI століття. У цей час почали з'являтися наукові праці з безпосереднім уживанням і тлумаченням поняття «імідж». Значущі здобутки в розробці поняття належать науковцям і дослідникам Європи та США (Б. Андерсон, К. Боулдінг, С. Вільямс, Дж. Груніг, Ф. Джефкінс, М. Моффіт та ін.), а також вітчизняним науковцям (Н. Барні, Л. Данильчук, Г. Дідух, О. Змановська, А. Калюжний, О. Панасюк, Г. Почепцов, В. Шепель, С. Яндарова та ін.). Різноманітні аспекти формування іміджу різних професійних груп займаються Н. Волкова, Т. Довга, В. Ісаченко, Р. Кравець, І. Лебідь, Л. Мітіна, О. Панасюк, Г. Почепцов, О. Резван, Д. Фельдштейн та ін.

Зовсім нещодавно від наукової іміджології відокремився новий напрям – педагогічна іміджологія, що займається впровадженням та застосуванням теоретичних та практичних основ формування позитивного іміджу педагогічних працівників та закладів освіти.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Імідж – це термін, що викликає сьогодні активне обговорення серед науковців у всьому світі. Вивчення питання побудови іміджу у сфері теорії і практики управління закладом освіти перебуває на стику менеджменту, педагогіки, психології й соціології. Водночас відзначимо, що дотепер відсутнє чітке визначення змісту й сутності поняття «імідж керівника закладу освіти», не обґрунтовані його характерні риси та педагогічні умови формування. Варто зауважити, що на формування позитивного іміджу впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори, тому дуже важливо окреслити науково-методичні основи створення та розвитку іміджу керівника закладу освіти.

Формулювання цілей статті. З'ясувати зміст досліджуваного поняття неможливо без розкриття змісту категорії «імідж», аналізу історії її становлення. Метою статті є визначення поняття «імідж керівника закладу освіти» та його специфічних характеристик крізь призму соціальних очікувань учасників освітнього процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Етимологія поняття «імідж» пов'язана з латинським словом «imago», що в перекладі означає «вигляд», «образ». Уважається, що вперше цей термін був застосований у 1955 р. американським дослідником Е. Бернейсом в книзі «Інженерія згоди». У 1978 р. Л. Браун припустила, що першим значенням терміна імідж було «копія або репліка». Науковець знайшла зв'язок сучасного бачення цього терміна з елементами ментальних структур у працях Арістотеля, Дж. Локка, Д. Юма і Дж. Мілля [2]. У 1995 р. Ф. Котлер і К. Фокс визначили імідж як сукупність ідей, переконань і вражень, які людина має про представлений їй об'єкт [6].

Уважний розгляд праць мислителів минулого переконує в тому, що цей феномен має глибоке коріння. Зокрема у стародавньому Римі іміджем називали статуї богоподібних істот, яких наділяли лише позитивними характеристиками. Вони мали вагоме значення для життя як кожної людини, так і всього народу загалом. Уже з тих давніх часів імідж був певним елементом культури, у тому числі й невід'ємною складовою обрядів [11, с. 90].

Поняття «імідж» вивчали й науковці та мислителі епохи Середньовіччя та Відродження. М. Цицерон став першим, хто заснував іміджологію як вчення про те, як людині легше здаватися такою, якою вона є насправді. Він вважав, що задля впливу на людей необхідно вивчати їх поведінку, психологію, уподобання та інтереси і уособлювати це бачення в певному репрезентативному образі [16, с. 246].

Н. Макіавеллі є одним з перших теоретиків іміджу в контексті політичної філософії та політології, де образ людини має вирішальне значення в тому, як її сприймають оточуючі [14]. Науковець Г. Лебон у праці «Психологія мас» (1895) наголошував на важливості формування власного образу для досягнення успіхів у політичній кар'єрі [22].

До початку введення в науковий обіг власне поняття «імідж» досить часто застосовувався близький за значенням до нього термін «образ». Англо-американський психолог-експериментатор Е. Тітченер (1867–1927) виокремлював важливі ознаки образу як закріплену в символах і нормах програму соціальної поведінки особи, серед них: інтенсивність, тривалість, якість і виразність [19, с.112].

Згодом фундатор теорії психоаналізу З. Фрейд наголошував, що саме образи, які перебувають між свідомим та несвідомим, пов'язують людину з її внутрішнім світом та формують уявлення про неї [14]. Його послідовник К. Юнг вважав, що людина живе у світі образів, що виконують активну творчу функцію [20, с. 352].

Разом із процесом розвитку наукових уявлень про імідж варто наголосити на його давньому корінні. За оцінками фахівців, людей віддавна цікавило, як їх сприймають інші люди. Не вкладаючи в термін «імідж» глибокого сенсу, людина замислювалися, як краще презентувати себе на загальних зборах чи урочистих подіях. Так, стародавні люди розфарбовували собі обличчя, носили масивні прикраси, обирали одяг залежно від статусу. У той час поняття «іміджу» формувалося несвідомо та стихійно. Ніхто не замислювався над тим, яким чином можна формати власний імідж. Етимологія поняття «імідж» розвивалося протягом багатьох століть. Представники різних верств населення: вожді, громадські діячі, релігійні особи створювали для себе образ, за допомогою якого могли впливати на думки людей з допомогою форми одягу, прикрас, міміки, жестів, технік розмовного впливу.

Наприклад, В. Чабаненко вважає, що основи іміджу були закладені в народній педагогіці – у піснях, билинах, казках, міфах, легендах, прислів'ях, приказках тощо. Досліджуючи стародавній фольклор, можна дізнатися про тих, хто завжди був носієм позитивного іміджу – авторитетом, провідником народу, хто захищав народ та дбав про збереження народних традицій [17, с. 261].

Науковці по-різному трактують етимологію поняття «імідж». Найбільш розповсюджені підходи подано в табл. 1.

З табл. 1 пересвідчуємося, що поняття іміджу в різних наукових напрямах майже не відрізняється та пов'язується з поняттями «образ», «зображення», «репутація», «престиж», «уявлення (оцінка)», «символ». Отже, імідж особистості – це результат її сприйняття різними соціальними групами окремої людини, що складається під впливом ряду факторів і взаємовпливових дій. Імідж взаємопов'язаний з такими соціальними категоріями, як «людина», «група людей», «організація» і результатами їх діяльності. Водночас у соціальній свідомості все сильніше зміцнюється уявлення про імідж як про цінність, що впливає на успішність будь-якої діяльності. Із цієї точки зору розглянемо зміст поняття «імідж керівника закладу освіти».

Таблиця 1

Трактування поняття «імідж»

Учені / науковий напрям	Трактування поняття
М. Кондратьєв, В. Ільїн (соціологія)	Емоційно забарвлений схематизований образ соціального об'єкта, представлений у свідомості його оточення. Імідж формується з урахуванням особистісних характеристик кожної людини, а також переконань, що визначають провідні вчинки носія іміджу [5]
В. Маценко (психологія)	Це людина очима інших, або те, якими її бачать інші [9]
П. Берд (менеджмент)	Це повне зображення людини, якими її бачать інші люди. Поняття «імідж» охоплює те, як людина розмовляє, як виглядає, яку зачіску робить, як поводить себе серед інших людей тощо [21]
Г. Андреєва (педагогіка)	Це специфічний «образ» предмета, що сприймається, коли ракурс сприймання навмисне зміщений і акцентує лише на певних сторонах об'єкта [1]
А. Панасюк (психологія)	Думка про об'єкт (людину, предмет), що виникла в психіці групи людей на основі образу, який був сформований цілеспрямовано [12]
С. Наумова (політичні науки)	Результат складної боротьби визначень та оцінок, що виникають у аудиторії іміджу [10]
О. Лисікова, Н. Лисікова (соціологія)	Образ, який особистість презентує перед іншими та в якому підкреслюються сильні сторони особистості й приховуються вади [8]
А. Калюжний (педагогічна психологія)	Емоційно забарвлений образ, що формується суб'єктами спільної практики для досягнення політичних, економічних, соціальних та інших результатів пізнання [3]
А. Панфілова (менеджмент)	Засіб емоційно-психологічного впливу на оточення з метою формування репутації [13]
В. Шепель (соціологія)	Різновид образу, прообразом якого може бути не будь-яке явище, а суб'єкт – носій іміджу [18]
І. Ладанов (менеджмент)	Образ авторитетної людини, яка має високий соціальний статус [7]

Виходимо з того, що формування іміджу керівника закладу освіти є процесом, в ході якого на основі наявних ресурсів створюється певний спланований образ. Імідж значно впливає на попит освітніх послуг конкретного закладу освіти.

Цільові аудиторії можуть по-різному сприймати одну й ту ж людину та створювати на цій основі її образ. Розглянемо суб'єктів взаємодії, які формують імідж керівника закладу освіти на основі власних очікувань у професійному середовищі (див. табл. 2).

Таблиця 2

Суб'єкти взаємодії професійного середовища та їх очікування від керівника закладу освіти

Суб'єкти взаємодії	Очікування
Державні органи	Дотримання норм законодавства у сфері освіти, забезпечення функціонування закладу відповідно до встановлених норм, формування спектру освітніх пропозицій, вчасне подання звітної документації, участь у розробці змісту освіти
Батьки учнівської молоді, які відвідують заклад освіти	Отримання якісних освітніх послуг для своїх дітей, створення належного виховного середовища
Педагоги, вихователі, викладачі та інші працівники закладу освіти	Забезпечення зайнятості, створення комфортного середовища для здійснення педагогічної діяльності, належне управління персоналом та розвитком педагогічного колективу, виплата зарплати, підвищення кваліфікації, кар'єрна робота, кадрова робота
Здобувачі освіти	Отримання якості освітніх послуг, комфортного середовища перебування, створення позитивного мікроклімату в закладі, соціальний захист

У табл. 2 зауважено про те, що кожна з вищеописаних груп вимагає від керівника закладу освіти високого рівня активності. Тож керівникові закладу освіти притаманний склад-

ний професійний імідж, він по-різному виявляється для батьків і здобувачів освіти, для підлеглих і колег, а також для державних органів. Отже, цілком слушною є думка М. Колоскової, яка визначає імідж керівника закладу освіти як цілісній образ керівника у свідомості підлеглих, який відповідає високим цінностям, нормам, цілям закладу освіти, а також очікуванням, що пред'являються до керівника з боку всіх суб'єктів взаємодії в професійному середовищі [4, с. 25].

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших розвідок. Проаналізувавши різні підходи сучасних науковців до визначення поняття «імідж» а також «імідж керівника закладу освіти» робимо висновок про те, що більшість експертів розглядають імідж керівника як інструмент управління задля досягнення стратегічних цілей і завдань закладу освіти. Під іміджем керівника закладу освіти маємо на увазі якісну динамічну характеристику його особистості, що сприяє вияву внутрішніх установок, особистісних якостей, життєвих позицій, педагогічної та управлінської майстерності й професіоналізму за допомогою зовнішніх і внутрішніх показників, серед них: зовнішній вигляд, поведінка, особливості спілкування й організації педагогічної взаємодії у професійній сфері, рівень професійної культури.

Формування іміджу є процесом реалізації програми саморозвитку [15]. Імідж керівника закладу освіти формується та розвивається лише за допомогою наполегливої праці над собою, над підвищенням рівня власних професійних та особистісних компетентностей. Вважаємо, що тема іміджу керівника закладу освіти є надзвичайно важливою та потребує подальших досліджень, оскільки правильно сформований імідж керівника та його професійні якості є засобом досягнення стратегічних цілей закладу освіти, впливає на престижність закладу, формує позитивну думку та довіру до всього педагогічного колективу, забезпечує якість освітніх послуг.

Список використаної літератури

1. Андрєєва О.М. Формування професійного іміджу педагога в процесі підготовки студентів педколеджу. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія : Педагогічні науки*. 2013. Вип. 1 (272), Ч. І. С. 220–226.

2. Браун Л. Имидж – путь к успеху : [пер. с англ.]. Санкт-Петербург: Питер, 1996. 283 с.

3. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя. Москва: Владос, 2004. 456 с.

4. Колоскова М.И. Внутренний имидж руководителя компании. *Персонал Микс*. 2001. №6. С. 23–27.

5. Кондратьев М.Ю., Ильин В.А. Азбука социального психолога-практика. Москва: ПЕР СЭ, 2007. 464 с.

6. Котлер Ф., Фокс К. Стратегічний маркетинг для начальних закладів: пер. з англ.: Київ: Українська асоціація маркетингу, Хімджест, 2011. 580 с.

7. Ладанов И.Д. Практический менеджмент. Москва: Владос, 2005. 491 с.

8. Лысикова О.В., Лысикова Н.П. Имиджеология и паблик рилейшнз в социокультурной сфере. Москва: Флинта, 2006. 168 с.

9. Маценко В.Ф. Технологія іміджу: психологічний інструментарій. Київ: Главник, 2005. 91 с.

10. Наумова С.А. Имеджелогия: учеб. пособие. Томск, 2004. 119 с.

11. Ніколаєску І.О. Імідж як презентаційна складова особистісних проявів соціального педагога. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2007. № 3. С. 88–92.

12. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. Москва: Омега-Л, 2009. 266 с.

13. Панфилова А.В. Имидж делового человека. Санкт-Петербург: ИВЭСЭП, 2007. 490 с.

14. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Хрестоматия. Киев: Ваклер, 2002. 700 с.

15. Резван О.О., Кравець Р.Е. Стратегії організації іміджеформувальної діяльності майбутніх політологів. *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки*. 2020. № 1 (19). С. 264–270.

16. Цицерон М.Т. О старости. О дружбе. Об обязанностях. Москва, 1974. 246 с.

17. Чабаненко А.В. Легенди та перекази Нижньої Наддніпрянщини. Дніпро, 1990. 261 с.

18. Шепель В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. Москва, 1994. 230 с.

19. Шпалинский В.В., Распопов И.В. Методы в работе педагога : учеб. пособие. Днепропетровск: ДГУ, 1992. 112 с.

20. Юнг К.Г. Проблемы души нашего времени. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 352 с.

21. Bird P. Sell yourself. Persuasive tactics to boost your image. London: Groom Helm, 1999. 398 p.

22. Le Bon G. Psychologie der Massen. Leinen: Kröners Taschenausgabe 99, 1982, 198 s.

23. Volkova N.P., Tarnopolsky O.B., Olyinik I.V. The individual style of speech of teachers from higher education institutions as an indicator of pedagogical professionalism. *Revista Espacios digital*. Vol. 40 (Number 17) Year 2019. Page 20. URL: http://www.revistaespacios.com/a19v40n17/19401720.html.