

УПРАВЛІНСЬКІ ТА ПЕДАГОГІКО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОСВІТИ

УДК: 37.016.43:005.951.4

DOI: 10.32342/2522-4115-2023-2-26-20

В.І. КОВАЛЬЧУК,

доктор педагогічних наук, професор,

*професор кафедри методики професійної освіти та соціально-гуманітарних дисциплін,
Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти
ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України (м. Біла Церква)*

ВПЛИВ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ КЕРІВНИКА НА РОЗВИТОК ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

У статті здійснено огляд та проведено аналіз наукових досліджень щодо ролі іміджу керівника та його впливу на імідж закладу освіти й позиціонування його в суспільстві. Встановлено, що роль директора визначальна, його лідерські якості та стратегічне планування впливають на сприйняття школи та формують позитивне враження про заклад освіти в цілому.

Проаналізовано поняття «імідж» за дослідженнями економіста К. Боулдінга, який вважав його ключем до розуміння суспільства. Зазначається, що імідж ґрунтується на вірі, на відміну від об'єктивних знань, і формує поведінку на основі уявлення про світ. На підставі концепції С. Вільямс та М. Моффіт іміджування розкрито як двосторонній процес, що включає створення і споживання іміджу, охоплюючи всі комунікативні процеси та їх впливи. Споживання іміджу поділяється на рівні сприйняття, осмислення й оцінювання, що впливає на формування уявлень та ставлення до носія іміджу. Імідж розглядається як фактор успіху в професійній діяльності та конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

Акцентовано увагу на значущості іміджу організації в сучасному ринковому середовищі та його впливу на стабільність та тривалість існування. Висвітлено аспекти управлінського іміджу, професійного іміджу та іміджу керівника. Виявлено універсальні функції іміджу, які охоплюють комунікативну, інформаційну, когнітивну, емотивну та інші функції, кожна з яких визначає аспекти впливу іміджу на професійний розвиток та сприяє позитивному сприйняттю в суспільстві.

Проаналізовано Професійний стандарт «Керівник (директор) закладу загальної середньої освіти» й виокремлено перелік трудових функцій директора школи й відповідні їм професійні компетентності. Визначено провідні структурні складники професійного іміджу директора школи. До них належать експертність та професійна компетентність, лідерські якості, комунікативні навички, етика та інтегритет, інноваційність та стратегічне мислення, техніки взаємодії з громадськістю та репутація.

Зроблено висновок про те, що задля досягнення сталості та стратегічного розвитку закладу освіти, директор повинен бути не лише ефективним лідером, але й носієм позитивного іміджу для всієї шкільної спільноти, управління освітою, громадськістю.

Ключові слова: імідж, професійний імідж, зміст професійного іміджу, заклад освіти, керівник закладу освіти, функції іміджу керівника закладу освіти.

Постановка проблеми. У сучасній соціокультурній ситуації спостерігається зростаюча тенденція до селективного вибору закладу освіти, що породжує завдання неабиякої конкуренції між ними. У цьому контексті заклади освіти мають активно демонструвати свою ефективність та раціоналізувати своє існування як постачальники освітніх послуг. Процес вибору закладу освіти стає визначальним для батьків та учнів, і, отже, на заклади освіти покладається великий запит відповідати високим стандартам.

З боку шкіл великою мірою акцентується увага на якості навчання. Висока якість освіти розглядається як детермінант, що привертає увагу батьків та учнів, становлячи необхідний аспект для забезпечення конкурентоспроможності школи. Тому заклади освіти мають систематично відслідковувати та адаптуватися до сучасних педагогічних тенденцій, інтегрувати передові технології та забезпечувати глибокі й комплексні знання.

Важливим складником успішності закладу освіти є реалізація індивідуалізованого підходу до навчання, стимулювання творчого мислення та формування навичок, які визнаються ключовими для конкурентоспроможності в сучасному суспільстві. Надто важливою є активна взаємодія закладу освіти з громадськістю, що ураховує її потреби та вимоги, з метою визначення та реалізації ефективних стратегій розвитку.

У ситуації зростаючої конкуренції заклади освіти мають не лише гарантувати якісну освіту, але й активно продемонструвати успішність своїх випускників. Такий підхід сприяє формуванню позитивного іміджу школи та забезпеченню її конкурентоспроможності в умовах сучасного освітнього середовища.

Директор виступає у ролі лідера, і його стиль управління, відданість освітнім цілям, комунікативні навички та етична поведінка формують сприйняття закладу в громадськості. Результати навчання учнів та здатність директора до стратегічного планування і розвитку школи також впливають на загальний імідж. Успіх директора та успіх школи взаємопов'язані між собою і можуть створювати позитивне враження про заклад освіти в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін «імідж» був уперше введений у науковий обіг американським економістом К. Боулдінгом. Він розглядав це поняття як ключ до розуміння суспільства та людської поведінки, що, своєю чергою, є основою для когнітивної структури, яка моделює поведінку людини. У своїх дослідженнях К. Боулдінг акцентував на необхідності вивчення іміджу і навіть пропонував створення нової науки, яку він назвав «іко-нікою».

К. Боулдінг розробив концепцію, відповідно до якої імідж є свого роду поведінковим стереотипом, що впливає на вчинки конкретної особистості, групи людей або навіть цілої нації [M. Vorrego, E.P. Douglas, C.T. Amelink, 2009]. Згідно з його думкою, поняття «імідж» є протилежним до «знань». Якщо знання базується на об'єктивних фактах, то імідж ґрунтується на вірі. Його визначення іміджу базоване не на безпристрасних фактах реальності, а на престижі, уявленнях та ілюзіях, які люди створюють про себе, враховуючи їхні уявлення про минуле і майбутнє.

За П. Шереметом, поведінка індивідів формується на основі того, як вони уявляють світ, а не на основі об'єктивної реальності [П.М. Шеремет, 2018].

Серед теоретиків іміджу слід також відзначити С. Вільямса та М. Моффіта, які пропонують концепцію іміджування як двосторонній процес, що включає в себе як створення, так і споживання іміджу. За їхніми теоретичними поглядами, імідж є результатом формування різноманітних вражень аудиторії, яка взаємодіє з факторами, пов'язаними з організацією навколишнього середовища і особистими якостями реципієнтів. Дослідники визначають імідж як феномен, що охоплює всі комунікативні процеси та їх впливи, які виникають у взаємодії між об'єктом, що є носієм іміджу, і суспільством [UNESCO, 1986].

Процес споживання іміджу поділяється на три рівні: сприйняття, осмислення й оцінювання. Після цього «надісланий носієм іміджу символ доходить до адресата і посідає певне місце в його ціннісній системі». Такий процес формує відповідне ставлення реципієнта до носія іміджу, сприяючи виробленню певного уявлення про об'єкт і його роль у суспільстві [M.A. Martinet, D. Raymond, 2001].

Н. Ткаченко розглядає імідж «як фактор успіху в професійній діяльності, як інструмент, який допомагає будувати стосунки з оточуючими людьми, як елемент конкурентоспроможності й просування на ринку освітніх послуг» [Н.М. Ткаченко, 2020, с. 25].

Професійний імідж – це складне міжнаукове явище, що включає в себе формування образу конкретної професії, розвивається у процесі виконання відповідної професійної діяльності та є важливим фактором, що сприяє підвищенню її ефективності. Однак в умовах інформаційного суспільства виникають нові вимоги до фахівців, які повинні бути здатні адаптуватися до соціально-економічних змін [О.О. Лаврентьева, А.А. Арбузова, 2020]. Це підкреслює важливість іміджу в глобальному інформаційному просторі та необхідність

конкретизації поняття «професійний імідж», а також характеристики його структурних компонентів [О.С. Митцева, 2018].

Метою статті є аналіз функцій керівника закладу освіти та вивчення впливу його іміджу на розвиток школи; виокремлення складників іміджу директора школи, які впливають на його ефективність на освітянському ринку праці.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах стабільність та тривалість існування організації, її діяльність на ринку послуг стають усе більш залежними від інтересу різних цільових груп. У цьому контексті відзначається зростання уваги до формування позитивного іміджу організації, який виступає ключовим інструментом та «візитною картою» компанії, спрямованою на створення необхідного враження на учасників ринку. У сучасних умовах імідж розглядається як значущий інтелектуальний капітал організації, а успішність організації в багатьох аспектах визначається іміджем її керівника. У динамічних умовах конкуренції, створення успішного іміджу потребує від підприємства постійного вдосконалення сприйняття споживачами компанії, що сприяє формуванню лояльності клієнтів та розширенню цільової аудиторії [І.А. Якімова, 2020].

Із погляду управлінської іміджології, управлінський імідж включає різноманітні компоненти, що об'єднуються у такі категорії: особисті характеристики лідера (які включають тип особистості, психофізіологічні особливості, методи прийняття рішень та інші аспекти); соціальні характеристики лідера (з урахуванням його статусу, моделі рольової поведінки, додержання норм і цінностей); символічну значущість лідера, коли він стає втіленням певної ідеології чи визначених стратегій дій.

О. Митцева розглядає професійний імідж як «багатогранне, міждисциплінарне поняття, суть якого синтезує соціальний образ характеристик представників певної соціально-професійної групи відповідно до очікування суспільства» [О.С. Митцева, 2018].

В. Шевченко визначає три ключові блоки у структурі іміджу керівника. Перший із них пов'язаний з особистістю лідера та включає комплекс характеристик його якостей. Другий блок відображає стан і поведінку лідера в соціальному оточенні. Третій блок описує застосування цих якостей у професійній сфері діяльності керівника [В.С. Шевченко, 2016].

Останнім часом проблема іміджу набула значущості й в педагогічній науці, внаслідок чого з'явився новий науковий напрям – педагогічна іміджологія. Головною метою цього напрямку є розробка теорії та практики формування іміджу педагогічних працівників, педагогічних установ, а також іміджу системи освіти в країні. Поява феномену іміджу в педагогічній науці пояснюється активною державною політикою в галузі освіти та необхідністю підвищення престижу педагогічних професій.

Відзначимо, що це проникнення іміджології в педагогічний контекст також зумовлене висвітленням та розгляданням різних аспектів формування професійного іміджу фахівців освітньої сфери в межах ряду дисертаційних досліджень протягом останніх десятиліть [Н.М. Ткаченко, 2020].

В. Маркова та В. Князева розглядають формування іміджу керівника освітньої установи як процес, у ході якого створюється певний спланований образ на основі наявних ресурсів. Імідж впливає на підвищення конкурентоспроможності, залучення інвестицій, встановлення та розширення партнерських зв'язків в закладі освіти [В. Маркова, В. Князева, 2022].

Універсальні функції іміджу включають комунікативну, інформаційну, когнітивну, емотивну, конатативну, креативну, професійну, мотиваційну, адаптаційну, розвивальну, функцію особистої самореалізації, аксіологічну, психотерапевтичну та ідентифікаційну функції. Кожна з них визначає різні аспекти впливу іміджу на професійний розвиток фахівця та сприяє формуванню позитивного сприйняття в суспільстві [О.С. Митцева, 2018].

У Професійному стандарті «Керівник (директор) закладу загальної середньої освіти» визначено загальні компетентності, перелік трудових функцій директора школи й відповідні їм професійні компетентності (за трудовою дією або групою трудових дій) [«Професійний стандарт керівника (директора) закладу загальної середньої освіти», 2021] (рис. 1.).



Рис. 1. Перелік трудових функцій директора школи

Із цього переліку видно, що директор закладу освіти виконує низку функцій, визначених не лише професійним стандартом, а й його професійним іміджем.

Відзначаючи ключові функції директора школи, можемо констатувати, що його роль у формуванні та втіленні професійного іміджу надзвичайно важлива. Директор є не лише керівником, а й лідером, стратегом та інноватором, чий внесок формує основу для успішного функціонування та розвитку закладу освіти. Таким чином, актуалізується проблема формування позитивного іміджу директора школи [О.О. Лаврентьева, А.А. Арбузова, 2020].

Імідж директора школи визначається сприйняттям іншими учасниками освітнього процесу (вчителями, учнями, батьками, громадою та ін.). Імідж може включати в себе такі аспекти, як авторитет, комунікаційні навички, лідерські якості, відданість освіті, етичні норми тощо. Концепція іміджу охоплює комплексну систему уявлень, вражень і асоціацій, які

виникають у людей стосовно певного об'єкта чи особи. У випадку директора школи імідж відіграє важливу роль у взаємодії з педагогічним колективом, учнями, батьками, соціальними партнерами, керівництвом.

Будь-який імідж має визначену структуру, яка передбачає наявність конкретних властивостей чи якостей, рівень їх вираженості та їх взаєморозташування за ступенем важливості [О.І. Опрелянська, 2015].

Професійний імідж керівника закладу освіти може включати різні складники, які визначаються його особистістю, стилем керівництва, а також способами спілкування та взаємодії з різними зацікавленими сторонами. Структура професійного іміджу керівника закладу освіти містить такі складники:

– *Експертність та професійна компетентність*, що визначаються глибокими знаннями та розумінням особливостей функціонування сфери освіти. Керівник повинен не лише мати вищу освіту, але й володіти високим рівнем знань щодо актуальних педагогічних та методичних питань. Експертність та стратегічне мислення директора визначають успіх впровадження інновацій, адаптованих до вимог сучасності. Розуміння сучасних тенденцій в освіті та інноваційних підходів до навчання є ключем до створення ефективних стратегій розвитку закладу освіти.

– *Лідерські якості*, у т. ч. здатність до мотивації та інспірації команди. Керівник повинен вести свою команду до досягнення спільних цілей, розвиваючи в них віру у власні сили та творчий підхід до роботи. Ефективне лідерство створює атмосферу взаєморозуміння, довіри та сприяє позитивній динаміці в закладі освіти. Лідерство охоплює також такі аспекти, як здатність приймати важливі рішення, ефективне керівництво, визнання та підтримка індивідуальних та колективних досягнень. Позитивний імідж може бути стимулом для вчителів та іншого персоналу впроваджувати нові технології та методики, сприяючи тим самим розвитку закладу освіти.

– *Комунікативні навички* як критичний елемент успішного керівництва. Сучасний директор виступає каталізатором партнерства та співпраці. Комунікативні навички та здатність ефективно взаємодіяти з різними зацікавленими сторонами створюють основу для позитивного іміджу закладу освіти та його успішної інтеграції в громадськість. Керівник повинен ефективно спілкуватися з різними групами – від педагогічного персоналу до батьків та здобувачів освіти. Здатність пояснити важливі концепції, слухати та враховувати думки інших є основою для побудови позитивних стосунків та ефективної роботи всієї шкільної спільноти.

– *Етика та інтегритет*, що формують основу для довіри та поваги. Дотримання високих стандартів моралі та етики є необхідним для побудови стійких стосунків із співробітниками, здобувачами освіти та батьками. Чесність та прозорість у прийнятті рішень забезпечують сталість та довіру в шкільній спільноті. Збереження високих етичних стандартів допомагає директору школи формувати позитивний імідж.

– *Інноваційність та стратегічне мислення*. Інноваційність передбачає здатність впроваджувати нові ідеї та технології для вдосконалення освітнього процесу. Стратегічне мислення, своєю чергою, дозволяє розробляти та реалізовувати ефективні стратегії розвитку закладу освіти. Керівник повинен бути відкритим до новаторських рішень та готовим до впровадження змін задля поліпшення якості навчання. Імідж керівника впливає й на готовність вчителів сприймати і впроваджувати нові педагогічні інновації. Якщо вони вірять у високий професійний рівень свого керівника, вони вдосконалюватимуть свою роботу.

– *Взаємодія з громадськістю та репутація*. Здатність ефективно взаємодіяти з громадськістю, місцевою владою, бізнес-середовищем та іншими зацікавленими сторонами визначає успішність директора школи. Репутація, що формується на основі вражень від діяльності керівника, має велике значення в процесі спілкування та співпраці з різними партнерами. Довіра до керівника може впливати на можливість отримання фінансової підтримки, грантів та інших ресурсів. Добре побудований імідж керівника позитивно впливає на здобувачів освіти та їх батьків, що може призвести до збільшення контингенту учнів і створення позитивної атмосфери в освітньому середовищі.

Успішний розвиток професійного іміджу директора школи тісно пов'язаний із суспільно-культурними впливами, головними серед яких є власна цілеспрямованість та активна партіципація в професійних ініціативах. Його здатність навчатися та впроваджувати нові підходи сприяє культурі постійного вдосконалення закладу освіти. Важливо враховувати, що імідж будується не тільки на зовнішньому вигляді, але й на вчинках та результативності директора. Забезпечення безпечності та здоров'я учасників освітнього процесу є однією з найважливіших функцій директора. Його дії мають бути спрямовані на створення оптимальних умов для розвитку фізичного та психічного благополуччя учнів і вчителів. Консистентність, довіра та взаємодія є важливими елементами успішного іміджу директора школи.

Висновки. Професійний імідж розглядається як складний міжнауковий феномен, який включає в себе створення уявлення про конкретну професію, формується в ході здійснення певної професійної діяльності та виступає важливим фактором для підвищення її ефективності. Однак інформаційне суспільство встановлює нові вимоги до фахівця, його здатності адаптуватися в умовах соціально-економічних трансформацій. Це підкреслює значущість іміджу в глобальному інформаційному просторі і потребує уточнення концепції «професійний імідж», визначення його структурних компонентів.

Імідж закладу освіти, зокрема школи, є важливим елементом взаємодії з педагогічним персоналом, учнями, батьками та громадськістю. Однак необхідно розглядати імідж школи як комплексний феномен, що включає в себе імідж його лідера – директора. Позитивний імідж директора школи є основою для формування довіри серед педагогічного персоналу, учнів і батьків. Компетентність, відданість та відкритість у спілкуванні створюють атмосферу відкритості, що є ключовим фактором успіху школи. Лідерські якості директора безпосередньо визначають стратегічний розвиток школи. Його здатність вести, надихати та створювати сприятливі умови для освітнього процесу відіграють визначальну роль у формуванні загального іміджу школи. Директор формує організаційну культуру школи, яка визначає ставлення до інновацій та здатність адаптуватися до змін. Позитивна культура сприяє розвитку школи, створюючи позитивний внутрішній імідж. Участь директора в громадських заходах та ефективна комунікація з місцевою громадою визначають сприйняття школи зовнішньою громадськістю. Його публічний образ безпосередньо впливає на зовнішній імідж закладу освіти. Доброзичливий та активний директор створює сприятливі умови для взаємодії з батьками та учнями. Він визначає атмосферу взаєморозуміння та підтримки, що впливає на зовнішній імідж закладу освіти. Для досягнення сталості та стратегічного розвитку школи, директор повинен бути не лише ефективним лідером, але й носієм позитивного образу для всієї шкільної спільноти.

Зміни у суспільстві та зростаюча роль технологій у навчанні потребують від керівників закладів освіти гнучкості та готовності до інновацій. Їхній імідж визначає, наскільки успішно вони можуть адаптуватися до нових викликів.

Перспективи подальших досліджень виходять із необхідності розробки й апробації технології формування іміджу майбутніх керівників закладів освіти.

Список використаної літератури

Лаврентьева, О.О., Арбузова, А.А. (2020). Імідж керівника закладу освіти: ретроспективний аналіз змісту поняття. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія»*, 2 (20), 321–327. doi: 10.32342/2522-4115-2020-2-20-37

Маркова, В., Князева, В. (2022). Імідж керівника освітньої установи. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*, 76, 49–57. doi: 10.32820/2074-8922-2022-76-49-57

Митцева, О.С. (2018). Професійний імідж фахівця: суть, функції, структура. *Педагогіка та психологія*, 59, 191–200. doi: 10.5281/zenodo.1227102

Опрелянська, О.І. (2015). Особливості формування етичних засад управлінської діяльності менеджера навчального закладу. *Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Наукові підходи в управлінні навчальними закладами»* (с. 296–301). Житомир: ЖДУ ім. І. Франка.

Професійний стандарт «Керівник (директор) закладу загальної середньої освіти». № 568-21. (2021). Відновлено з <https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2021/09/22/Nakaz-568-zatverdzh.standartu.keriv.22.09.pdf>

Ткаченко, Н.М. (2020). *Формування професійного іміджу майбутніх учителів іноземних мов: теорія та методика: монографія*. Суми: ФОР Цьома С.П.

Шевченко, В.С. (2016). Роль і місце іміджу керівника в ефективному управлінні сучасної організації. *Соціальна економіка*, 2 (52), 157–161. doi: 10.26565/2524-2547-2016-52-24

Шеремет, П.М. (2018). *Розвиток професійного іміджу вчителя історії в системі післядипломної освіти* (Автореф. дис. канд. пед. наук). Льотна академія Національного авіаційного університету. Кропивницький.

Якімова, І.А. (2020). Управління іміджем керівника. *Сучасний менеджмент : моделі, стратегії, технології : матеріали XXI Всеукр. щоріч. студент. наук.-практ. конф. за міжнарод. участю. (Одеса, 23 квіт. 2020 р.)*. (с. 254–256). Одеса: ОРІДУ НАДУ. Відновлено з <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/30097>

Borrego, M., Douglas, E. P., Amelink, C.T. (2009). Quantitative, qualitative, and mixed research methods in engineering education. *Journal of Engineering Education*, 98 (1), 53–56. doi: 10.1002/j.2168-9830.2009.tb01005.x

Martinet, M.A., Raymond, D. (2001). *Teacher training: orientations, professional competencies*. Québec: Ministère de l'Éducation.

UNESCO. (1986). *Glossary of educational technology terms*. Geneva: Imprimerie Steffen SA.

References

Lavrentieva, O.O., Arbuzova, A.A. The image of the head of an educational institution: a retrospective content analysis of the concept. *Bulletin of Alfred Nobel University. Series: Pedagogy and Psychology*, 2020, no. 2(20), pp. 321–327. doi: 10.32342/2522-4115-2020-2-20-37 (In Ukrainian).

Markova, V., Kniazieva, V. (2022). *Imidzh kerivnyka osvitnoi ustanovy*. [Image of the head of an education institution]. *Problems of Engineering Pedagogic Education*, no. 76, pp. 49–57. doi: 10.32820/2074-8922-2022-76-49-57 (In Ukrainian).

Myttseva, O.S. *Profesiyni imidzh fakhivtsia: sut, funktsii, struktura* [Professional image of the factor: soft, functions, structure], *Pedahohika ta psykholohiia* [Pedagogy and Psychology], 2018, no. 59, pp. 191-200. doi: 10.5281/zenodo.1227102 (In Ukrainian).

Oprelianska, O. (2015). *Osoblyvosti formuvannia etychnykh zasad upravlinskoj diialnosti menezhnera navchalnoho zakladu* [Peculiarities of forming ethical principles of administrative activity of the manager of an educational institution]. *Materialy naukovo-praktychnoi konferentsii "Naukovi pidkhody v upravlinni navchalnykh zakladamy"* [Proc. Scien. and Pract. Conf. "Scientific approaches to the management of educational institutions"]. Zhytymir, pp. 296–301. (In Ukrainian).

Ministry of Economy of Ukraine. (2021). Professional Standard "Head (director) of general secondary education institution". Available at: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2021/09/22/Nakaz-568-zatverdzh.standartu.keriv.22.09.pdf> (Accessed 10 September 2023). (In Ukrainian).

Tkachenko, N.M. (2020). *Formuvannia profesiinoho imidzhu maibutnikh uchyteliv inozemnykh mov: teoriia ta metodyka* [Formation of the professional image of future foreign language teachers: theory and method]. Sumy, FOP Tsoma S.P. Publ., 454 p. (In Ukrainian).

Shevchenko, V.S. Role and place of leader image in the effective management of modern organizations. *Social Economics*, vol. 52, no. 2, pp. 157–161. doi: 10.26565/2524-2547-2016-52-24 (In Ukrainian).

Sheremet, P.M. (2018). *Rozvytok profesiinoho imidzhu vchytelia istorii systemy pislyadyplomnoi osvity*. Avtoref. diss. kand. pед. nauk [Development of professional image of history teacher in the system of postgraduate studying. Abstract cand. ped. sci. diss.]. Kropyvnytskyi, 20 p. (In Ukrainian).

Yakimova, I.A. (2020). *Upravlinnya imidzhem kerivnyka* [Head's image management]. *Materialy naukovo-praktychnoi konferentsii "Suchasnyi menezhment: modeli, stratehii,*

tekhnohii” [Proc. Scien. and Pract. Conf. “Current management: models, strategies, technologies]. Odessa, pp. 254–256. Available at: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/30097> (Accessed 10 September 2023). (In Ukrainian).

Borrego, M., Douglas, E. P., Amelink, C. T. Quantitative, qualitative, and mixed research methods in engineering education. *Journal of Engineering Education*, 2009, vol. 98, issue 1, pp. 53–56. doi: 10.1002/j.2168-9830.2009.tb01005.x

Martinet, M.A., Raymond, D. (2001). *Teacher training: orientations, professional competencies*. Québec, Ministère de l'Éducation, 235 p.

UNESCO. (1986). *Glossary of educational technology terms*. Geneva, Imprimerie Steffen SA, 243 p.

IMPACT OF THE PROFESSIONAL IMAGE OF THE LEADER ON THE DEVELOPMENT OF THE EDUCATIONAL INSTITUTION

Kovalchuk Vasyl, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Professor of the Department of Professional Education Methods, Social and Humanitarian Disciplines, Bila Tserkva Institute of Continuous Professional Education SIHE «University of Education Management» NAPS of Ukraine, Bila Tserkva.

E-mail: v.i_kovalchuk@ukr.net

ORCID: 0000-0002-5006-573

DOI: 10.32342/2522-4115-2023-2-26-20

Keywords: *image, professional image, content of professional image, educational institution, head of an educational institution, image functions of the head of an educational institution.*

This article provides a comprehensive review and analysis of scientific research on the role of the leader's image in shaping the image of an educational institution and its positioning in society.

The article aims to analyse the functions of the head of an educational institution and study the influence of their image on the development of the school, underlining the components of the school director's image that influence its effectiveness in the educational labour market.

It highlights the increasing competition faced by modern educational institutions, necessitating active demonstration of their effectiveness and rationalization of their existence. The quality of education and the achievements of graduates emerge as decisive factors in attracting the attention of parents and students. Educational institutions must adapt to pedagogical trends, integrate advanced technologies, and implement an individualized approach to learning. The interaction with the community and the formation of a positive school image are crucial. The director's role is pivotal, with their leadership qualities and strategic planning influencing the perception of the school and shaping a positive impression of the entire institution.

The article analyses the concept of “image” based on the studies of economist K. Boulding, who considered it a key to understanding society. It emphasizes that image is grounded in belief, unlike objective knowledge, and shapes behaviour based on the perception of the world. Theoretical frameworks proposed by S. Williams and M. Moffit introduce the concept of imaging as a two-way process involving the creation and consumption of an image, encompassing all communicative processes and their influences. Image consumption is categorized into levels of perception, comprehension, and evaluation, impacting the formation of perceptions and attitudes toward the image bearer. The article views image as a success factor in professional activities and competitiveness in the educational services market. It underscores the importance of image in the global information space and the need to specify the concept of “professional image” in the conditions of an information society.

The article focuses on the significance of the organization's image in the contemporary market environment and its influence on stability and longevity. It explores aspects of managerial image, professional image, and leader image. The structural components of the leader's image include personal characteristics, social characteristics, and symbolic significance. A new direction, pedagogical imageology, aimed at forming the image of educators and educational institutions, is discussed. Universal functions of image encompass communicative, informational, cognitive, emotional, and other aspects, which are defining aspects of the impact of image on professional development and contributing to positive societal perception.

The study analyses the Professional Standard “Head (Director) of General Secondary Education Institution”, outlining a list of job functions and professional competencies. The identified structural com-

ponents of the school director's professional image include expertise, leadership qualities, communication skills, ethics and integrity, innovativeness and strategic thinking, community interaction, and reputation.

It has been concluded that to achieve stability and strategic development of the educational institution, the director must be not only an effective leader, but also a bearer of a positive image for the entire school community, education management, and the public.

Одержано 06.08.2023.