

ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА ОСВІТИ

Сучасними тенденціями освіти є модернізація її змісту, форм і методів, розробка та апробація нових освітньо-психологічних технологій, появою нових типів закладів освіти. Ці зміни, у свою чергу, вимагають постійної роботи керівника закладу освіти над іміджем своєї установи та власним іміджем. У межах статті розглянуто найбільш вагомні складові, без яких формування позитивного іміджу менеджера освіти не вбачається можливим. Це, зокрема, професійна компетентність, загальнолюдські цінності, норми моралі, управлінська культура та технологія самопрезентації.

Ключові слова: менеджер освіти, імідж, функції іміджу, складові іміджу, самопрезентація.

Формування і подальший розвиток управлінця як менеджера освіти сьогодні можливі лише на засадах спеціальної професійної підготовки, поєднання в ній науково-теоретичних досягнень вітчизняної педагогічної науки, організаційно-технологічних розробок, передової практики, здобутків провідних світових шкіл менеджменту, що забезпечить високий рівень компетентності керівника освіти та неперервність його підготовки й розвитку як менеджера – висококваліфікованого професіонала, освітнього лідера світового рівня. Діяльність такого менеджера потребує й іміджевої підтримки, цілеспрямованої роботи щодо формування його іміджу.

Актуалізується це питання й у зв'язку з тим, що певна установка на особистість завжди переноситься на продукт її діяльності ("Закон генералізації установки" за О. Панасюком), особливої значущості набуває проблема створення позитивного іміджу керівника навчального закладу освіти як віддзеркалення іміджу самої освітньої установи, а також вражень, думок, суджень усіх учасників навчально-виховного процесу.

Серед зарубіжних авторів, що займаються дослідженнями і практичними розробками в галузі формування іміджу особистості, слід назвати таких фахівців, як П. Берд, С. Блек, Ф. Буар, П. Вейл, Т.Д. Сван, М. Спіллейн, Р. Хофф, П. Чісхольм, Б. Швальбе та ін. Серед вітчизняних досліджень це роботи, які виявляють роль і значення іміджу в різних сферах соціального життя (Є. М. Богданов, А. В. Гармонова, У. Г. Зазикін, З. М. Зотова, Є. В. Егорова-Гантма, А. Ю. Панасюк, Ю. В. Снягинин та ін.), учителя (О. О. Деркач, Н. В. Кузьміна, А. К. Маркова, А. А. Реан та ін.).

Дослідження іміджу збагачується шляхом осмислення результатів вивчення ефекту самопрезентації та стратегій самоподачі, аналізу міжособистісного зворотного зв'язку, розробки ефективних психотехнологій (О. С. Анісімов, Р. Баумейстер, Дж. Готлі, Є. Гоффман, Е. Джонс, Є. Л. Доценко, В. Г. Зазикін, С. Карвер, А. В. Кириченко, А. Ю. Панасюк, Л. А. Петровська, О. В. Соловйова, С. Уортман та ін.)

Мета статті - визначити функції та складові іміджу менеджера освіти.

Початкове поняття, що відображає сутність предмета наукового дослідження, виступає пізнавальною основою для вибудовування логіки процесу. Ось чому особливе значення слід надати обґрунтуванню семантики поняття іміджу. Імідж це безпосередньо або навмисно створюване візуальне враження про особу або соціальну структуру. Саме враження, а не оцінка як раціональний факт діяльності свідомості. Якщо про імідж говорити як про конкретну психологічну продукцію, то він виступає як соціальна установка, як ціннісний стереотип, як модний символ.

У зовнішності особистості головне значення мають не візуально фіксовані характеристики, а душевна краса, гранями якої, за словами російського книжника XVI століття Максима Грека є такі чесноти, як правда і добродієність, розум і мужність, благостність і людинолюбство. Ось чому імідж – це не психологічний засіб для досягнення певних прагматичних завдань, а етична змістовність особистості, яка зовні представлена відповідними засобами.

Імідж виникає тільки тоді, коли об'єкт-носії іміджу стає "публічним", тобто коли є суб'єкти його безпосереднього або опосередкованого сприйняття. Імідж - категорія, універсальна, яка застосовується до будь-якого об'єкта, що стає предметом соціального пізнання. Імідж виконує певні функції, які поділяються на ціннісні і технологічні. Розглянемо ці функції.

До ціннісних функцій іміджу відносяться:

- *особистісне піднесення*. Завдяки створенню навколо особистості ореолу привабливості, вона стає соціально затребуваною, розкутою в прояві своїх кращих якостей;
- *комфортизація міжособистісних відносин*. Суть цієї функції полягає в тому, що привабливість людей об'єктивно привносить в їх спілкування симпатію і доброзичливість, а тому моральну міру терпимості і такту;
- *психотерапевтична*. Суть функції в тому, що особистість, завдяки усвідомленню своєї індивідуальної непересічності і підвищеної комунікабельності, знаходить стійкий мажорний настрій і впевненість у собі.

Отже, за допомогою іміджу найбільш помітно проявляється внутрішній світ конкретної особистості.

До технологічних функцій іміджу відносяться:

- *міжособистісна адаптація*. Завдяки правильно обраному іміджу можна швидко увійти в конкретне соціальне середовище, привернути до себе увагу, оперативно встановити доброзичливі стосунки;
- *висвітлення кращих особистісно-ділових якостей*. Сприятливий імідж дає можливість візуально представити найбільш привабливі якості людини, надаючи можливість людям пізнавати саме ті риси, які викликають симпатію;
- *забульовування негативних особистісних характеристик*. За допомогою макіяжу, дизайну одягу, аксесуарів, зачіски і т.п. можна відвернути увагу від недоліків, які має людина;
- *організація уваги*. Привабливий імідж мимоволі притягує до себе людей, він імponує їм, а тому психологічно легше налаштувати їх на комунікацію;
- *подолання вікових бар'єрів*. Майстерно володіючи технологією самопрезентації, що конкретно проявляється у вдалому виборі моделей поведінки і виконанні різних ролей, можна комфортно себе почувати, спілкуючись з людьми різного соціального та професійного статусу, не комплексуючи з приводу власного віку.

Знання технологічних функцій іміджу надає можливість його широкого практичного використання.

Таким чином, імідж - це поліметричне явище, різноманітне за функціональністю. Головне його призначення - досягати ефекту особистої привабливості.

Кінець XX століття в Україні відзначений вагомими політичними, економічними та соціальними змінами. Ринкова

система взаємовідносин кардинально змінила психологію суспільства, зміст суспільних потреб та систему цінностей і вплинула на всі сфери життя суспільства, у тому числі й освіту. Це характеризується в сьогоденні модернізацією змісту освіти, форм і методів, розробкою та апробацією нових освітньо-психологічних технологій, появою нових типів закладів освіти. Ці зміни, у свою чергу, вимагають постійної роботи керівника закладу освіти над власним іміджем та іміджем своєї установи.

Специфіка управління у галузі освіти, зокрема іміджевий аспект, знайшла відображення в працях Г. Єльнікової, Т. Волобуєва, Л. Кравченко, Т. Шамова, П. Третьякова, М. Поташник, В. Лазарева, В. Крижко, О. Мармаза, В. Симонова, Є. Павлутенкова, Г. Єльнікова, Т. Десятова та ін.

Будь-який навчальний заклад – це відкрита соціально-педагогічна система, що взаємодіє з багатьма соціальними інститутами. Проблема її зовнішнього представництва існувала завжди, але в сучасних соціокультурних умовах вона проявляється більш чітко [1].

Пов'язано це, на наш погляд, по-перше, з процесами становлення й розвитку різних типів і видів навчальних закладів – державних і недержавних, що мають різні напрями діяльності, що прагнуть до максимального розкриття особистості вихованця, але реалізуючи свої цілі різними методами й засобами в неоднакових умовах. Тобто з тим, що виступає сьогодні як характеристика системи освіти – його варіативністю.

По-друге, проблема зовнішнього представництва освітньої установи обумовлюється скороченням чисельності вихованців. Така тенденція прослідковується й у ВНЗ. У подібній демографічній ситуації проблема набору вихованців постає досить гостро й стосується вона усіх освітянських рівнів.

По-третє, дослідження, проведені науковцями (Шквир О., Лазаренко І.), показують, що мета, зміст, результати інноваційних процесів, окремих педагогічних нововведень не завжди зрозумілі батькам та вихованцями, а їхні очікування, сформовані на основі загального уявлення про навчальний заклад у потенційних споживачів освітніх послуг, не завжди співвідносяться з тим, що вони та їхні діти реально одержують [3].

У зв'язку з цим виникла необхідність формування іміджу освітньої установи та іміджу його керівника, інших менеджерів освітянської установи.

Сьогодні поняття "імідж менеджера освіти" стає характеристикою освітнього середовища та самих керівників.

Імідж керівника має багато складових, які стосуються усіх сфер його діяльності та особистості. Надамо характеристику найбільш значимим складовим, без яких формування позитивного іміджу менеджера освіти не вбачається можливим.

Персональна складова. Це тип особистості, якості характеру, якості особистості, фізичні здібності.

Соціальна складова. До цієї складової відносяться: біографія керівника, здобута освіта, стиль життя, система цінностей, суспільний статус.

Професійна складова. Тип керівника за стилем мислення, поведінкою, його статус у колективі. Ступінь володіння методами і технологіями управління колективом. Наявність навиків стратегічного планування. Організаторські вміння. Здіяльність до незалежної оцінки, до професійного зростання.

Розглянемо визначальну складову іміджу менеджера освіти - його *професійну компетентність* [1]. Радою Європи прийнято визначення п'яти ключових компетенцій, якими повинні володіти менеджери освіти:

1) політичні та соціальні компетенції: здатність брати на себе відповідальність, брати участь у прийнятті групових рішень, вирішувати конфлікти без насильства, підтримання демократичних інститутів;

2) компетенції, пов'язані з життям у полікультурному суспільстві (прийняття несхожості, повага та здатність жити у злагоді з людьми інших культур, релігій, мов);

3) компетенції щодо оволодіння усною та писемною комунікацією з метою запобігання соціальної ізоляції. Оволодіння кількома мовами;

4) компетенції щодо інформатизації суспільства, оволодіння цими технологіями, розуміння їх використання;

5) здатність навчатися упродовж життя в контексті як особистого, професійного так і соціального життя.

Ця модель не є універсальною, але, на нашу думку, вона ставить перед менеджером освіти об'єктивні вимоги, які є необхідними для відповідності іміджу успішного освітнього менеджера.

Визначимо, професіоналізм менеджера – це та основа технології самопрезентації, яка потребує постійної роботи над собою, самостережень і самоконтролю поведінки. У педагогічній діяльності, крім стереотипних уявлень про образ учителя та образ директора школи це питання не є опрацьованим. У зв'язку з вищезазначеним, стосовно діяльності менеджера освіти вбачаємо можливим використати напрацювання сучасної управлінської іміджології, де створено технології самопрезентації, орієнтовані на молодих керівників, менеджерів з досвідом роботи та ін.

Комплекс індивідуально-рефлексивних технологій самопрезентації менеджера освіти у процесі педагогічної й управлінської професійної діяльності забезпечить послідовність виконання дій і процедур самовдосконалення, виявлення кращих особистісно-ділових рис, потенційних можливостей організму для перетворення праці в джерело реалізації честолюбних планів та амбіцій, зростання її антропологічної зорієнтованості, формування стійкого інтересу до підвищення своєї людинознавчої компетентності [1]. Це є ефективним засобом формування аксіологічних орієнтирів особистості педагога і технологій реалізації владних повноважень менеджера в інтегрованому педагогічному середовищі.

Висновки. У межах статті розглянуто найбільш вагомий складові, без яких формування позитивного іміджу менеджера освіти не вбачається можливим. Це, зокрема, професійна компетентність, загальнолюдські цінності, норми моралі, управлінська культура та технологія самопрезентації.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Берека В.Є.* Формування професійної компетентності майбутнього менеджера освіти / В.Є. Берека // Педагогічний дискурс. Зб. наукових праць. – 2007. – №2. – С. 49-54.

2. *Даниленко Л.І.* Модернізація змісту, форм та методів управлінської діяльності директора загальноосвітньої школи : [монографія] / Л. І. Даниленко. – [2-е вид.] – К. : Логос, 2002. – 140 с.

3. *Шквир О.Л.* Професіограма менеджера освіти/О. Шквир // Науковий вісник Чернівецького університету. – Чернівці: Рута, 2005. – Вип. 258: Педагогіка та психологія. – С.196-199.

Подано до редакції 29.07.11
