

ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ КЕРІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ

Шолох О. А.

*Національний університет «Чернігівський колегіум» ім. Т. Г. Шевченка,
м. Чернігів, вул. Гетьмана Полуботка, 53, email: osholoh72@gmail.com*

Розвиток професійного іміджу майбутнього керівника закладу освіти є його багатограним, творчим здобутком у фаховій діяльності. Для кожної особистості керівника характерний свій індивідуальний шлях формування, розвитку і вдосконалення його професійного іміджу. Сьогодні, коли освіта сприймається суспільством як одна з високих цінностей життя, зростає значимість професійної діяльності, а також імідж самого педагога-керівника.

Професійний позитивний імідж може формуватися на основі даних зовнішності людини, психологічних характеристик, професійної компетентності як за першим уявленням, так і в процесі взаємодії. Вектори розвитку іміджу педагога-керівника проявляються у процесі соціальних комунікацій, де відображені основні психологічні процеси його професійного становлення. Розвиток позитивного іміджу оцінюють різні групи людей, які висловлюють суперечні вимоги, тому імідж має бути гнучким, самостійним, толерантним; він має індивідуальні особливості з погляду на конкретні характеристики; формується і розвивається імідж під впливом соціуму і залежить від культури майбутнього керівника ЗО і позиціонування його професійної компетентності.

Професійний позитивний імідж сучасного педагога – одна з малодосліджених проблем. Окремі аспекти проблеми формування професійно-педагогічного іміджу викладача вищої школи були висвітлені науковцями, які досліджували: особливості становлення «Я-концепції» особистості (Р. Бернс, А. Маслоу); концептуальні засади та практичний інструментарій іміджеології (П. Берд, Л. Браун, Ф. Джефкінс, А. Панасюк, В. Шепель); імідж як складова особистісної культури – В. Шепель; сутність професійного іміджу фахівця та особливості його ефективної самопрезентації (І. Альохіна, Ф. Кузін, Д. Френсіс); закономірності становлення педагогічної майстерності освітянських кадрів та формування професійно важливих якостей майбутніх керівників ЗО (І. Зязюн, Н. Кузьміна, В. Сухомлинський). Серед українських учених, які досліджували проблему формування іміджу закладу освіти, слід відзначити М. Гриньову, Т. Живаєву, Л. Карамушку, А. Омельченко, Н. Приходькіну, Г. Тимошко, В. Усатенко, О. Шолох.

Позитивний професійний імідж є важливим аргументом для прийняття безлічі управлінських рішень. Опанувати володіння імідже-

вим механізмом управління важливо, насамперед, для людей педагогічних професій, особливо майбутніх керівників закладів освіти.

Актуальними для розвитку професійного іміджу майбутніх керівників ЗО є наступні характеристики:

- соціальні, що відповідають вимогам того суспільства, в якому навчаються і виховуються майбутні представники українського народу;
- символічні, що визначаються традиційною культурою;
- персональні, які виражають індивідуальність іміджу [7].

Позиціонування іміджу керівника закладу освіти завжди вибіркове. Завдяки цьому відбувається відбір, фільтрація, угруповання інформації про особу, чий імідж позиціонується.

Найбільш прийнятними є три рівні позитивного іміджу: біологічний, коли істотну роль надає стать, вік, стан здоров'я, темперамент, фізичні дані; психологічний, коли на прийняття іміджу впливають ті якості або риси характеру, які приписуються пред'явнику іміджу: воля, пам'ять, мислення, характер, здібності; соціальний, який являє собою систему фактів, чуток, пліток, легенд, які формують в цілому готовність сприймаючого до прийняття пропонованого іміджу [1].

В сучасних умовах військового стану в Україні самовдосконалення керівника ЗО виступає незаперечною цінністю як основний шлях досягнення ним вершини професійного розвитку та високої якості професійної діяльності. Утвердження професійного іміджу керівника закладу освіти здійснюється за допомогою різних компонентів. В свою чергу, рушієм формування позитивного іміджу майбутнього керівника є мотивація, в результаті якої професійна діяльність набуває особистого сенсу, створює стійкість його інтересів і перетворює зовнішню мету його діяльності у внутрішню потребу [5].

Мотив і мета, на думку Б. Ломова, утворюють свого роду «вектор» розвитку, визначають напрям, а також величину зусиль, які розвиває особистість у процесі професійної діяльності. Цей вектор виступає в ролі системоутворюючого фактора, що організовує всю систему психічних процесів і станів, які формуються і розкриваються у процесі іміджевої діяльності. Основна функція мотивації, за С. Рубінштейном – **саморегуляція** активності людини на окремих фазах діяльності, передусім до і після виконання дії. Серед мотивів, які сприяють рівня підвищенню професійної діяльності керівника є і мотиви зміни його іміджу. Різниця між тими хто досяг успіху та тими, хто цього не зміг зробити, полягає не в таланті, а в наполегливості, яка проявляється через мотивацію. Внутрішня мотивація спонукає до дій, підтримує людину у хвилини подолання труднощів та невдач, це мрія – самореалізація, ідеї – творчість, самоствердження – впевненість, потрібність – особисте зростання, потреба спілкуванні та здоров'я [6].

Натомість, мотивації розвитку іміджу, його класифікація будується на основі людських потреб (за Дж. Роттером): визнання (потреба відчувати себе компетентним); захисту (захист та допомога у здійсненні мети); домінування (потреба вплинути на інших людей); незалежності (прийняття незалежних рішень); любові і прив'язаності (потреба, щоб вас розуміли і любили); фізичного комфорту (потреба в хорошому здоров'ї та безпеці).

Зазначимо, що особистий імідж майбутнього керівника закладу освіти – це форма професійної життєдіяльності особистості, завдяки якій позиціонуються його особистісно-ділові характеристики. У процесі зміни себе до бажаного образу Д. Скотт виокремлює три головні стадії і пропонує технологію їх упровадження (рис. 1):

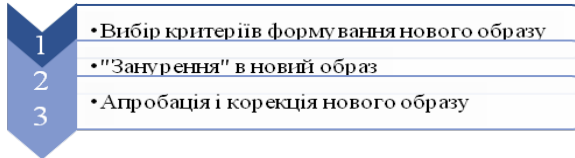


Рис. 1. Схема формування привабливого іміджу особистості

Зазначимо, що напрацювання науковців, які досліджували проблеми формування професійного іміджу у педагогів та лінії їхньої педагогічної поведінки можемо успішно адаптувати до процесу визначення етапів розвитку професійного іміджу майбутніх керівників ЗО:

Перший етап передбачає сприйняття образу на основі якого буде формуватися позитивний імідж керівника; другий – включає аналіз інформації та уявну корекцію сприйнятого образу керівника у відповідності до ідеального; третій – прогнозує використання (примірювання, програвання) окремих елементів бажаного іміджу: стилю спілкування, техніки володіння жестами, одягу тощо; четвертий – дозволяє здійснити «вживання» в образ; п'ятий – позиціонує індивідуалізацію сформованого образу.

Таким чином, формування та розвиток професійного іміджу майбутнього керівника ЗО відбувається поетапно і кожний етап віддзеркалює певний процес у житті, професійній діяльності керівника та прогнозований на успіх. В свою чергу, на основі самооцінки професійної діяльності, майбутній керівник освітнього закладу робить висновки щодо рис свого характеру які слід було б вилучити, а які розвивати.

Наукові доробки вітчизняних і зарубіжних вчених щодо іміджевої діяльності, засвідчують, що зміст, основні поняття, форми і методи розвитку професійного іміджу лише за останні роки склали ос-

нову окремої наукової галузі – іміджології. Ознайомлення із особливостями педагогічної іміджології, дало можливість усвідомити, що імідж як педагога, так керівника ЗО виконує ряд різних функцій: професійну, адаптаційну, функцію особистісної реалізації, аксіомогічну, комунікативну, евристичну, психотерапевтичну.

Серед важливих компонентів, що формують імідж майбутнього керівника, вирізняють його професійну компетентність і ерудицію, педагогічну рефлексію, педагогічне мислення та імпровізацію, мобільність, критичне мислення, педагогічне спілкування та управління техніку прийняття рішень. В свою чергу, формування іміджу керівника ЗО у кожному закладі освіти чи в умовах навчання в магистратурі має свою специфіку та особливості.

Висновки. Розвиток позитивного професійного іміджу майбутнього керівника – лідера закладу освіти є однією із важливих складових ситуації успіху функціонування освітньої інституції. З одного боку, – це конкурентоспроможність закладу освіти на ринку освітніх послуг; з іншого – реформування старих методів управління освітніми закладами, які в більшій мірі себе вже вичерпали і не відповідають вимогам сьогодення, а тим більше майбутнього повоєнного періоду розбудови галузі освіти в Україні.

Список використаних джерел

1. Гайворонська О. М. До питання про імідж та технології його формування / О. М. Гайворонська // Наука і освіта. – 2004. – № 3. – С. 29–30.
2. Горчакова В. Г. Прикладна іміджології : навч. посіб. / В. Г. Горчакова. – М. : Академічний Проект, 2007. – 400 с.
3. Маслоу А. Самоактуалізація / А. Маслоу // Психологія личности. Тексты. – М., 1982.
4. Скрипник М. Імідж педагога: технологія управління / М. Скрипник // Управління освітою. – 2002. – № 15–16. – С. 3–6.
5. Шепель В. М. Іміджологія. Як подібатися людям / В. М. Шепель. – М. : Народна освіта, 2002. – 576 с.
6. Тимошко Г. М. Проблеми формування та розвитку організаційної культури суб'єктів педагогічного менеджменту в загальноосвітньому навчальному закладі / Г. М. Тимошко // Імідж сучасного педагога. – 2015. – № 8. – С. 10–14.
7. Тимошко Г. М. Професійна компетентність – основа організаційної культури керівника загальноосвітнього навчального закладу/ Г. М. Тимошко // Науковий журнал "ScienceRise" : спецвип. «Педагогічні науки». – 2015. – № 10/5(15). – С. 10–15.