

Імідж директора як складова частина іміджу навчального закладу

У статті розкрито значення іміджу директора у процесі формування загального іміджу загальноосвітньої школи. Визначено основні критерії іміджу директора школи.

Ключові слова: імідж загальноосвітньої школи, імідж директора, критерії іміджу, формування іміджу директора школи.

Актуальність дослідження. Сучасні реалії показують, що керівники всіх ланок приділяють пильну увагу іміджу як особистого так і ввіреної їм установи. Але дослідження свідчать, що наробки іміджелогії використовуються стихійно, не мають певного змісту, часто втрачаються методики та технології їх втілення в практику.

Саме тому метою нашого дослідження є визначення складових іміджу директора школи.

Виклад матеріалу. Сучасний словник трактує поняття «імідж» як цілеспрямовано сформований образ, покликаний надати емоційно-психологічну дію на кого-небудь з метою популяризації, реклами [1].

Звернемо увагу на деякі ключові слова:

- «цілеспрямовано» – тобто, імідж – це те, що можна планувати і створювати;
- «емоційно-психологічна дія» – тобто, він «працює» з відчуттями, а не тільки з логікою;
- «дія на кого-небудь» – тобто, необхідно побачити тих суб'єктів, для яких буде проходити даний процес.

Під іміджем навчального закладу ми розуміємо емоційно забарвлений образ, який утворився у масовій свідомості, і який визначається співвідношенням між різними сторонами його діяльності та транслюється у зовнішнє середовище.

Метою створення іміджу є підвищення конкурентноздатності, залучення інвестицій, встановлення та розширення партнерських зв'язків.

Наукові дослідження свідчать [2,3], що головною функцією іміджу є формування позитивного відношення до кого-небудь.

Якщо позитивне відношення сформовано, то за ним, як результат впливу соціальних зв'язків, обов'язково слідує довіра і, у свою чергу, – високі оцінки і упевнений вибір. До того ж позитивний імідж, як правило, сприяє підвищенню престижу, а отже, авторитету і впливу. Позитивний імідж є також важливим чинником високого рейтингу, що дуже важливо в насиченій різноманітній інформації.

Формування іміджу навчальної установи – це процес, у ході якого створюється спланований образ на основі наявних ресурсів і зв'язків.

Необхідність формування іміджу освітньої установи визначається:

1. Складною демографічною ситуацією в системі загальної середньої освіти.
2. Диференціацією і варіативністю системи загальної середньої освіти.
3. Складністю вибору напрямків і перспектив самовизначення школярів.
4. Численними запитамі соціальної практики.
5. Потребою освітньої і управлінської практики у формуванні уявлень про школу.

Досвід роботи свідчить, що мета, зміст, результати інноваційних процесів в окремих школах не завжди зрозумілі батькам, а їх очікування, сформовані на основі загального уявлення про учбовий заклад у потенційних споживачів освітніх послуг, не завжди співвідносяться з тим, що вони і їх діти реально одержать.

Тому створений сильний позитивний імідж школи сприяє наступному:

- полегшує доступ освітнього закладу до кращих ресурсів: фінансових, інформаційних, людських;
- маючи сформований позитивний імідж, освітній заклад за рівних умов стає привабливішим для педагогів;
- дає ефект придбання освітнім закладом певної сили, тобто створює запас довіри.

В умовах ринкової економіки життєздатними виявляються тільки конкурентоздатні установи. Конкурентоздатна освітня установа – це установа, яка забезпечує стійкий рівень якості освітніх послуг. Коли освітня установа, пропонує освітні послуги і забезпечує стійкий рівень їх якості, то вона починає працювати над створенням власного іміджу.

Аналіз досліджень з даного питання свідчить [4, 5], що імідж школи складається із наступних уявлень оточуючих:

1. Про образ керівника: соціальні та професійні характеристики.
2. Про якість освіти.
3. Про стиль навчального закладу (візуальна самобутність школи, традиції, стиль взаємодії між учасниками освітнього процесу, стиль роботи).
4. Про зовнішню атрибутику.
5. Про образ персоналу.
6. Про ціну на освітні послуги.
7. Про рівень психологічного комфорту.

Як бачимо, думка оточуючих про навчальний заклад формується на основі багатьох факторів, але першим є образ директора школи. Керівник навчального закладу здійснює управлінську діяльність через систему стосунків з дітьми, батьками, колективом працівників, адміністративними та контролюючими інстанціями, різними громадськими організаціями. Зрозуміло, що всі ці люди так чи інакше аналізують і оцінюють роботу керівника.

Сучасному директору школи необхідно знати, що особистий імідж не призначають, а працюють над ним.

Ми визначаємо цей термін як публічне «Я» людини, що складається з комплексу цілісних, узгоджених між собою характеристик різного змісту: зовнішніх (вербальних - що говорить, як говорить, що і як пише; кінетичних - як володіє рухами тіла, рук, голови), середовищних (створених людиною в середовищі - його житло, кабінет, автомобіль, по яких складається думка про нього) та внутрішніх (темперамент, характер, здібності, мотивація, спрямованість, інтереси, самооцінка тощо).

Як бачимо, імідж побудований не тільки на зовнішньому вираженні, а й на особистісних якостях. Причому, особистий імідж у педагогічній сфері роботи виступає як база, а зовнішній - як надбудова.

Це пов'язано з тим, що на відміну від політичної сфери діяльності, сфери шоу-бізнесу тощо, які не мають постійної аудиторії, керівник освітньої установи задіяний у довготривалому безпосередньому контакті з відносно стабільним колективом, який має постійну можливість співвідносити відповідність зовнішнього образу та внутрішніх якостей керівника, вимагає від нього як педагога, високих моральних та психічних характеристик.

Як показує досвід, кращі сучасні керівники вже сьогодні приділяють пильну увагу цьому питанню, але використовують наробки іміджології стихійно, не знають чітко її змісту, не володіють методиками та технологіями втілення в практику роботи.

Займаючись проблемою піднесення престижу управлінської діяльності директора школи, ми намагались визначити, які чинники працюють на створення його позитивного іміджу як керівника. Значну увагу в нашому дослідженні було приділено бесідам з директорами шкіл, учителями, батьками, а також спостереженням за поведінкою, манерою спілкування «директор-вчитель». В результаті експерименту ми дійшли висновку, що імідж директора школи доцільно визначати за такими критеріями: 1. Рівень професійності. 2. Спілкування керівника та підлеглих. 3. Особистісно-ділові якості директора школи. 4. Володіння технологією попередження і подолання конфліктів. 5. Зовнішній вигляд. 6. Мова, вміння спілкуватися. 7. Мікросередовище (кабінет).

В процесі експерименту було помічено, що директори шкіл проявляють схильність до завищення своєї самооцінки як професійних управлінців: існує різниця між самооцінкою керівників та оцінкою їх педагогічним колективом.

На думку директорів шкіл, вони постійно спілкуються з педагогами, проте тільки третина педагогів підтвердили цю думку своїх керівників. Якщо взяти до уваги, що школа по своєму формату – це компактна установа, а «Вчительська» є місцем постійного збору педагогів, то можна припустити, що керівники шкіл всупереч очікуванням педагогів більше «засиджуються» в своїх кабінетах і менше приділяють часу «ходінню в народ».

Критеріями оцінки особистісно-ділових якостей директора школи, на наш погляд, повинні бути: справедливість, благородність, професійність, комунікативність, ерудиція, культура спілкування, вміння долати труднощі.

Дослідження виявили дещо завищену самооцінку керівників шкіл відносно своїх особистісно-ділових якостей. Що проявилось в наявності розбіжності думок директорів шкіл і педагогів по двох таких етичних показниках ділового і особистого спілкування як «справедливість» і «благородність» (хоча результати відповідей з цих критеріїв досить дискусійні).

Результати дослідження показали необхідність серйозної систематичної роботи по наданню допомоги директору школи з формування привабливого особистого іміджу, тому що ні в університеті, ні поза ним цьому питанню не приділяється належна увага.

Велике значення має зовнішність лідера. «По одягу зустрічають», — говорить відоме прислів'я, і значення його в даному випадку в тому, що сприйняття зовнішнього вигляду є дуже істотним при першому враженні про людину. Якщо це сприйняття виявилось позитивним, то вся подальша інформація нашаровуватиметься на цей так званий «скелет», незалежно від того, буде вона надавати позитивну або негативну дію. Головне, що основа вже створена, «перше враження — воно найяскравіше». Але якщо сприйняття виявилось негативним, то все, що буде сказано і зроблено згодом, сприйматиметься через призму вже створеного негативного іміджу.

Діловий стиль одягу керівника важливий з наступних позицій: формує у батьків відчуття стабільності, надійності та репутабельності закладу; демонструє рівень культури персоналу організації; дозволяє відвідувачу бачити й чути саме керівника, а не те, що на ньому вдягнене.

Культура одягу має не менше значення, аніж культура поведінки. В одязі завжди мають бути присутні чистота й охайність. «Я не допускав у клас учителя, якщо він був неохайно вдягнений. Тому в нас стало звичкою ходити на роботу у кращому костюмі. І я сам виходив на роботу в найкращому своєму костюмі, який тільки в мене був», - писав А. Макаренко. [6].

Іншими словами, одяг є певною візитною карткою вчителя. «Одяг і одягає, й відкриває людину», стверджує відомий афоризм.

Велике значення для керівника має мова, оскільки вона демонструє інтелект людини, тому працює на її імідж. А в нашому випадку і на імідж освітньої установи. Від того, наскільки великим є активний словник керівника, наскільки він уміє використовувати всі мовні засоби в залежності від мети спілкування, змісту й умов, буде зроблено висновок відносно рівня культури і освіти закладу.

Не слід забувати і про те, що голос також виступає невід'ємною складовою іміджу. Він здатний: розповісти про ваші відчуття, здоров'я, походження; підвищити, або навпаки значно зменшити вплив зовнішнього вигляду на співбесідника.

Психологи кажуть: «Покажіть мені свій кабінет, і я скажу, що ви за керівник». Дійсно, оточуюче середовище кабінету, створене самим керівником, є мікромоделлю всього закладу. Кабінет керівника може розповісти про: систему цінностей закладу; рівень культури; охайність та порядок у роботі; рівень матеріальної бази.

Для цього досить враховувати декілька простих правил: кабінет повинен розповідати про заклад, а не про особисті таланти та захоплення керівника.

Очевидно, що сформоване керівником кабінетне середовище залежить від багатьох факторів, які не завжди підвладні його бажанням. Необхідно дотримуватись правила «золотої середини». Підозріло для батьків виглядає шикарний кабінет на фоні низького рівня розвитку матеріальної бази всієї школи. Подальший хід думок відносно керівника і самого закладу передбачити не складно. І навпаки, гарна матеріальна база школи і бідний кабінет керівника навіть роздуми про низьку самооцінку керівника та всі можливі проблеми, що з цього випливають для школи.

Безперечно, важко без спеціальної підготовки створити ідеальний кабінет. Та в силах кожного зробити своє робоче середовище приємним і практичним і для себе і для відвідувачів.

Виходячи з вище наведеного, стає зрозумілим, що важливе, а часто і вирішальне значення при прийнятті батьками рішення про вибір навчального закладу для дитини відіграє зовнішній вигляд не тільки кабінету директора, а й школи взагалі.

Висновок. В процесі дослідження ми дійшли висновку, що імідж школи та імідж директора взаємопов'язані між собою. Переважна більшість керівників шкіл мають позитивний імідж, але формування його проходило спонтанно без відповідної стратегічної лінії. Тому доцільно на базі інститутів підвищення кваліфікацій та перепідготовки педагогічних кадрів проводити теоретико-практичні семінари, які б сприяли формуванню у керівників основи знань та вмінь по створенню як особистого іміджу, так і іміджу очолюваного ними начального закладу. Імідж керівника доцільно визначати за такими критеріями: рівень професійності, спілкування керівника та підлеглих, особистісно-ділові якості директора школи, володіння технологією попередження і подолання конфліктів, зовнішній вигляд, мова, вміння спілкуватися, мікросередовище (кабінет).

Література

1. Панасюк А. Ю. Имидж. Энциклопедический словарь. — М.: РИПОЛ классик, 2007. — 768 с.
2. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа. Стратегия, психотехнологии, психотехники. — М.: ОМЕГА-Л, 2008.—266 с.
3. Политическая имиджелогия /Под ред. А. А. Деркача, Е. Б. Перельгиной и др. —М.: Аспект Пресс, 2006. С.367-377.
4. Пискунова Т.Н. Условия и факторы формирования позитивного имиджа общеобразовательного учреждения: Диссертация кандидата психологических наук. Москва, 1998, С.11

5. Пискунов М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования // Мониторинг и стандарты в образовании. 1999, № 5, С. 45.

6. Макаренко А.С. Педагогическая поэма. – М.: Педагогика, 1981.

M.O. Hovrich, N.Y. Hovrich

Image of director how component part of image of educational establishment is

In the article the value of image of director is exposed in the process of forming of general image of general school. The basic criteria of image of head master are definite.

Keywords: image of general school, image of director, criteria of image, forming of image of head master.