

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ КЕРІВНИКА ЗАГАЛЬНООСВІТНЬОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ НА ЗАСАДАХ ІМІДЖЕЛОГІЇ

*У статті розкрито актуальність формування позитивного професійного іміджу керівника сучасної школи, дано визначення поняття "імідж" керівника, визначено механізми його формування. Обґрунтовано складники професійного іміджу та його вплив на розвиток організаційної культури керівника загальноосвітнього навчального закладу.*

**Ключові слова:** іміджологія, імідж, професійний імідж, функції іміджу керівника, імідж та організаційна культура керівника загальноосвітнього навчального закладу.

**Постановка проблеми.** В умовах посилення світового процесу культурної глобалізації, особливо помітним є те, що система професійної підготовки управлінців спрямована на розвиток високопрофесійних якостей менеджерів освіти, до когорти яких відносяться і керівники загальноосвітніх навчальних закладів (ЗНЗ), є далеко недосконалою в Україні. Сучасний керівник ЗНЗ має поєднувати в собі високий професіоналізм із широким світобаченням, готовий оволодівати основами менеджменту освіти, новими формами, методами, інтерактивними технологіями навчання і виховання, що дасть йому впевненість у завтрашньому дні та забезпечить конкурентоспроможність закладу. Управлінська компетентність керівника ЗНЗ має сприяти розвитку власного позитивного іміджу та іміджу навчального закладу, утверджувати оптимістичний підхід до дійсності, бути стійким у стресових ситуаціях, соціалізуватися в умовах кризи. Для нього характерним має бути високий рівень загальної та організаційної культури.

За своїми структурними ознаками і функціональними особливостями культура – це надзвичайно складне суспільне явище. Найбільш влучно трактує дане поняття Короткий глумачний довідник української мови: "Культура – це все, що створено людським суспільством й існує завдяки фізичній і розумовій праці людей, на відміну від явищ природи. Це ступінь досконалості, досягнутий в опануванні тієї чи іншої галузі знання або діяльності [6]. Культура охоплює сукупність суспільних досягнень суспільства в матеріальному та духовному житті людей, відображає певний рівень інтелектуального розвитку людини та людства, систему цінностей і норм, які регулюють діяльність індивідуальних, колективних та інституційних суб'єктів суспільного життя.

Сучасній культурі притаманні і нові, інноваційні вектори розвитку, які загалом обумовлюються процесами глобалізації. Зазначимо, що переважна більшість сучасних дослідників підкреслюють, що глобалізація сучасного культурного розвитку суттєво ускладнює завдання наукового розуміння як самого феномена культури, так і його функціональної специфіки. *На особливу увагу заслуговує важлива складова управлінської культури керівника – організаційна культура.* На організаційну культуру особистості впливають навички та схильності, потреби та інтереси, політичні погляди, професійні компетентності, моральні цінності, темперамент.

Більш глибокого усвідомлення сутності та умов розвитку організаційної культури керівника ЗНЗ можна досягти засобами розробки питань щодо структури іміджу керівника навчального закладу, функцій і методів дії на його соціальне оточення в процесі створення іміджу, умов і чинників, що впливають на ефективне формування іміджу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Джерелами вивчення організації як культурного феномена є традиції М. Вебера, Т. Парсонса, К. Левіна та інших вчених. Однак саме введення терміна "організаційна культура" і його детальна розробка датована кінцем 70-х – початком 80-х років ХХ століття. Відтоді й визначилися розбіжності в підході до дослідження організаційної культури.

Аналіз психолого-педагогічної та управлінської літератури свідчить, що проблема організаційної культури знайшла досить широке відображення в роботах, присвячених сутності організаційної культури (Т. Діл, А. Кеннеді, У. Оучі, Т. Пітерс, В. Сате, Р. Уотерман, Е. Шейн, К. Шольц та ін.), її ролі в діяльності організацій (А. Агеев, Т. Базаров, Б. Гаєвський, М. Грачов, Дж. Грейсон, В. Кнорінг, М. Мескон, Я. Радченко, Р. Рютінгер, В. Томілов, Л. Фаткін та ін.), методам її діагностики та формування (Р. Алєн, Р. Гласер, К. Камерон, Р. Кілман, Р. Куїнн, К. Лаферті, Г. Марасанов, М. Сакстон, П. Харіс, Дж. Хофштеде та ін.).

Особливості організаційної культури закладів освіти вивчали А. Моїсєєв, М. Поташнік, С. Рус, К. Ушаков, Р. Хувейк та ін. Проблема організації культури керівника ЗНЗ знайшла своє відображення в дисертаційних роботах з питань дослідження організаційної культури в галузі: педагогіки (В. Виноградова, М. Гедієва, Н. Йорданова, Г. Літовченко, Н. Стрижак та ін.); психології (В. Воронін, С. Липатов, Ж. Серкіс); соціології (Н. Зубрева, А. Капітонов, Є. Юр'єва та ін.). Це свідчить про те, що активізується робота з цієї проблеми, вона висвітлюється в серіях науково-популярних видань, в педагогічній і методичній практиках.

Впевнено представили свої наукові напрацювання щодо обґрунтування поняття і явища "організаційна культура керівника" представники Харківської наукової школи – В. Бабаєв і Н. Шаронова у навчальному посібнику "Організаційна культура керівника" [2]. Цікаві тенденції розвитку організаційної культури керівника підприємства запрезентовані у роботі Д. Брустинова "Формування і розвиток організаційної культури керівників промислових підприємств" (2009 р.). На думку І. Фруміна, структурні компоненти організаційної культури можуть мати два виміри: процес і результат. Перший представляє собою динамічну сукупність умов. Другий вимір – приховані складові та ефекти. [12, с. 3-11].

На наше глибоке переконання, формування індивідуального іміджу керівника ЗНЗ – один із шляхів гуманізації освіти, підвищення ефективності організаційної культури керівника, найбільш вагомий на сьогодні процес, що безпосередньо впливає на імідж навчального закладу, а значить сприяє його конкурентоспроможності в сучасному соціумі.

Проблема формування іміджу знайшла відображення в багатьох роботах сучасних науковців, зокрема М. Апраксина, В. Беніна, О. Бекетова, Л. Волович, О. Газмана, Н. Гузій, В. Горчакова, П. Гуревич, Л. Жарикова, О. Калюжного, Ф. Кузіна, Г. Почепцова, Г. Сагач, В. Слатьоніна, Л. Соколової, В. Шепеля, В. Черепанової, І. Щуркової та ін. Проте незважаючи на значну увагу вчених у галузі педагогіки до означеної проблеми, все ж окремі її кардинальні питання залишаються нерозв'язаними.

Розгляд професійного іміджу керівника школи як чинника ефективної професійної діяльності призводить до необхідності більш глибокого теоретичного аналізу.

**Мета статті** – розкрити тенденції розвитку організаційної культури керівника ЗНЗ на засадах іміджелогії як нового вектора модернізації внутрішньошкільного управління.

**Результати теоретичного дослідження.** У процесі нашого дослідження ми прийшли до висновку, що організаційна культура керівника загальноосвітнього навчального закладу – це поняття інтегративне, це сукупність (система) знань, умінь, навичок, цінностей, переконань, норм поведінки та синтез особистісних, громадянських, організаційних, педагогічних, культурологічних та професійних якостей і компетентностей керівника, необхідних для успішної організації управління школою, а значить для забезпечення якості шкільної освіти. У свою чергу, організаційна культура – це ідеологія управління яка примножує основні цінності і традиції організації засобами підвищення ефективності трудового потенціалу. Під ідеологією управління ми розуміємо систему поглядів, ідей, усвідомлених і реалізованих управліннями та колективом навчального закладу у процесі його стратегічного розвитку. Важливим вектором розвитку організаційної культури управління ЗНЗ є її розвиток на засадах іміджелогії.

У науковій літературі існує багато визначень іміджелогії як науки. На думку О. Холода, іміджелогія – це наука про функціонування, систематизацію й впровадження у свідомість споживача знакових замінників інформації про носіїв визначених атрибутів [13].

В. Шепель вважає, що іміджелогія – це звернений до кожного заклик бути привабливим і вміти нести світло людям. Вона сприяє зовнішньому прояву глибинної потреби людини бути гідною особистістю [14].

О. Межерицька зазначає, що іміджелогія – це система різних знань і умінь, а її інформаційний банк складає дані таких дисциплін, як психологія, педагогіка, етика, соціологія, риторика, театральна режисура, акторська майстерність, косметологія, дизайн одягу тощо. Головне призначення іміджелогії – науково обґрунтувати та створити привабливий імідж, збудувати моделі достойної поведінки в різних життєвих ситуаціях. Іміджелогія у загальному розумінні слова – це наука про імідж. Як наука про сприйняття людини іншими людьми, іміджелогія приваблює увагу до особистості. Головною її метою постає створення ефективного іміджу, тобто такого уявлення про людину в суспільстві, яке допомагає їй успішно вирішувати наступні завдання: досягати самоповаги та внутрішнього комфорту; просуватись угору соціальними та професійними сходами; покращувати професійні результати. При розробці ідеології іміджелогії як науково-практичного напрямку і навчального предмета необхідно звернутись до семантики поняття іміджу. Трактуювання поняття "імідж" тісно пов'язане з поняттями образу людини, враження або уявлення про нього, з тим, як він уявляє себе з усіх позицій сучасного соціуму. Імідж в перекладі з англійської "image" (від латинського "imago") означає "образ", "статуя" (ідол), "подоба", "метафора", "вікона". У розмовному мовленні найбільш уживаним є значення слова "image" – "образ". У психологічному тлумаченні термін "image" – це "образ", що розглядається як сукупність не лише "матеріальних" ("видимих") характеристик об'єкта, але й "ідеальних" ("невидимих") його характеристик [7, 76]. Проблема іміджу почала розроблятися в науці достатньо недавно, в середині ХХ століття, а саме поняття "імідж" імпортоване в педагогіку з галузей реклами, менеджменту і політології, в останні роки міцно увійшло до словника сучасної людини.

На думку вітчизняних учених І. Посохової та О. Казачінер, на ринку надання освітніх послуг між навчальними закладами України поступово з'являється та посилюється конкуренція. Найбільш жорстка конкуренція існує між так званими комерційними навчальними закладами, адже наявність достатньої кількості платоспроможних учнів є неодмінною умовою їх виживання. Проблема підвищення власної конкурентоспроможності є актуальною і для тих навчальних закладів, що фінансуються за рахунок державного бюджету. Навчальні заклади всіх типів та форм власності змушені докладати чимало зусиль для того, аби залучити до навчання у них якомога більше учнів. Серед них досить важливу роль мають

відігравати заходи зі створення та підтримання привабливого іміджу закладу до формування якого великих зусиль докладає його керівник із властивим йому позитивним іміджем.

Наявність іміджу – явище символічної природи, що містить та передає певну інформацію про людину з метою впливу на оточуючих, зокрема, інформацію про те, яка поведінка відносно носія іміджу прийнятна, якої поведінки можна чекати від нього самого та яку соціальну роль він виконує. Ця позиція знайшла підтвердження в працях П. Берда, який визначає імідж як "загальне враження, яке ви справляєте на оточуючих. Воно складається з того, як ви представляєте свої ідеї, як поводитися в суспільстві, як одягаєтеся, що говорите і що робите..." [5, 65-67].

Набагато більш широке розуміння іміджу можна побачити в книзі Д. Доті "Паблісити и паблік рилейшнз". Як пише автор імідж – це "все, що має хоч якийсь відношення до компанії і товарів, що пропонується нею і послуг"... Включення іміджу як вагомого чинника "паблік рилейшнз" зазначено у багатьох роботах вітчизняних і зарубіжних авторів [1, 2, 3].

Особливе значення у формуванні іміджу організації має імідж її першої особи – "лідера організації". Саме від першої особи в основному залежить прийняття важливих рішень, а також те, як буде сприйнята компанія громадськістю. Таким чином, *імідж керівника* є одним з основних чинників формування іміджу загальноосвітнього навчального закладу. Керівнику належить бути центром формування та підтримки гармонійних відносин у колективі. Це можливо лише в тому випадку, якщо йому притаманний високий рівень власної організаційної культури а саме:

поведінка в колективі та управлінські рішення не суперечать одне одному;

приваблива зовнішність та зібраність сприяє дотриманню ділового етикету, який у свою чергу, є проявом професіоналізму та толерантного відношення до підлеглих.

Прикладна іміджологія в системі освіти змістовно розкриває питання про те, якими якостями та ознаками повинні володіти учасники (керівники) педагогічного процесу для самоствердження в колективі. За результатами багатьох наукових досліджень професійного іміджу педагога, вихідною позицією при цьому постають реальні люди зі своїми потребами, цінностями, думками та прагненнями [9, 140-144; 10, 12-19; 13].

До найбільш значущих якостей для ефективної професійної педагогічної діяльності слід віднести: ввічливість, вдумливість, вихованість, ерудованість, передбачливість, уважність, витримку, гнучкість поведінки, гуманність, щирість, діловитість, дисциплінованість, скромність, тактовність, культуру мови, прагнення до самовдосконалення, почуття гумору та інші.

Враховуючи достатньо великий перелік якостей, ми зробили спробу їх систематизувати. До ознак *особистісного спрямування*, виходячи зі специфіки педагогічної діяльності та наших попередніх досліджень, можна віднести: інтелектуальний потенціал, цілеспрямованість, рішучість, емоційність, силу волі, відвертість, наявність почуття гумору, оптимізм, інтуїцію в ухваленні рішень; до ознак *професійно-спеціалізованих* відносимо володіння ораторським мистецтвом, уміння уникати конфлікти, уміння сперечатися, відповідність обіцянок вчинкам, хазяйновитість, працьовитість, відкритість в спілкуванні, вміння взаємодіяти з органами влади, вміння підбирати і керувати кадрами, професійний досвід; *соціально визначені* ознаки об'єднують популярність, репутабельність, частоту згадування в засобах масової інформації, правильний спосіб життя, прихильність до спорту, сімейність, зовнішній вигляд, матеріальне благополуччя; щодо *технологічних* ознак, які можуть відобразити різні прийоми та методи, то варто зазначити, що вони й до теперішнього часу залишаються недостатньо вивченими і є суто індивідуальними.

А. Панфілова презентує цілу плеяду *функцій іміджу* сучасної ділової людини та їх характеристики.

*Професійна функція* дозволяє діловій людині реалізуватись в конкретній галузі: менеджмент, бізнес, виробництво, політика, банківська справа, наука, освіта та ін.

*Адаптаційна функція* сприяє швидкому і комфортному пристосуванню до певної ситуації, форми комунікації (прес-конференція, публічний виступ, лекція, дебати тощо).

*Функція особистісної реалізації* дозволяє діловій людині максимально розкрити індивідуальні особливості і здійснити самореалізацію розвитку.

*Аксіологічна функція* орієнтує ділову людину на індивідуальні професійні цінності, особистісну мотивацію, що є підґрунтям для діяльності і поведінки в колективі.

*Комунікативна функція* дозволяє особистості позитивно організувати конструктивне, партнерське спілкування на всіх рівнях взаємодії, ефективно обмінюватись інформацією, досягати взаєморозуміння.

*Евристична функція* зосереджує увагу ділової людини на реалізації свого креативного потенціалу в професійній, науковій, комерційній діяльності.

*Психотерапевтична функція* полягає в усвідомленні своєї значущості, упевненості в своєму призначенні, оптимізмі [8, 80].

**Висновки.** Таким чином, імідж керівника в цілому, визначає його місце в структурі суспільних, професійних та міжособистісних стосунків. Професійний імідж сучасного керівника загальноосвітнього навчального закладу, як ділової людини, – це його зовнішній вигляд, прагнення і сповідування цінностей, управлінська ерудиція і педагогічна майстерність, комунікативні та організаторські уміння, освіченість, вихованість, компетентність та авторитетність у школі. Керівникові із високим рівнем організаційної культури властивий позитивний як особистий так і професійний імідж, в основі формування якого лежить саморозвиток, самовдосконалення, велика робота над собою, над своєю зовнішністю, котра залежить не лише від зовнішніх атрибутів, але й від стану здоров'я і працездатності

людини, її настрою і душевного комфорту, від уміння вдало розв'язувати педагогічні ситуації та ефективно діяти в умовах сучасних вимог до управління загальноосвітнім навчальним закладом.

### Використані джерела

1. Адлер А. Понять природу человека / А. Адлер. – СПб. : Академический проект, 1997.
2. Алехина И. Имидж и этика делового человека / И. Алехина. – М.: ЭНН, 1996.
3. Ананьев Б. Человек как предмет познания / Б. Ананьев. – Л. : Наука, 1989.
4. Бабаєв В. Організаційна культура керівника: [навчальний посібник для спеціальності "Адміністративний менеджмент"] / В. Бабаєв, Н. Шаронова. – Х.: НТУ "ХПІ", 2005. – 260 с.
5. Берд П. Подай себя! Эффективная тактика улучшения вашего имиджа / П. Берд; [пер. с англ. Т. А. Сиваковой]. – М.: Амалфея, 1997. – 208 с.
6. Шепель В. М. Имидж / В. М. Шепель // Воспитание школьников. – 1997. – № 1. – С. 40-44.
7. Гринчишин Д.Г. Короткий тлумачний довідник української мови / Д. Г. Гринчишин та ін. – К. : Рад. школа, 1988. – 320 с.
8. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа / А.Ю. Панасюк. – М.: Издательство "Омега-Л", 2009. – 266 с.
9. Панфилова А.П. Имидж делового человека: [учебное пособие] / А. П. Панфилова. – СПб. : ИВЭСЭП, Знание, 2007. – 490 с.
10. Пискунов М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования / М. С. Пискунов // Мониторинг и стандарты в образовании. – 1999. – № 5. – С. 5-9.
11. Русская Е.Н. Имидж современного педагога / Е.Н. Русская // Мир образования. – 1995. – № 10. – С. 90-159.
12. Сучасний словник іншомовних слів / [укл.: О.І. Скопенко, Т.В. Цимбалюк]. – К. : Довіра, 2006. – 789 с.
13. Фрумин И. Тайны школы / И. Фрумин // Директор школы. – 1999. – №7. – С. 3-11.
14. Холод А.М. Основы имиджологии / А.М.Холод. – К., 2001. – 172 с.
15. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям / В.М. Шепель. – М.: Народное образование, 2002. – 500 с.

Тymoshko H.

#### THE MODERN TENDENCIES OF DEVELOPMENT THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF THE HEAD OF GENERAL EDUCATIONAL INSTITUTION ON THE BASIS OF IMAGELOGY

*In the increasingly global process of cultural globalization, particularly notable is that the system of training managers focused on the development of highly quality management education to cohort which include heads of secondary schools is far deficient in Ukraine. The current head of the CEI should combine professionalism with a broad world view, ready to master the fundamentals of management education, new forms, methods, interactive educational technologies that will give him the confidence to compete and institutions. Managerial competence CEI heads should promote a positive image and the image of the institution, to maintain an optimistic approach to reality, be persistent in stressful situations socialize in a crisis. For it to be a high level of general and organizational culture.*

*In terms of structural features and functional features of culture – is extremely complex social phenomenon. Culture – is all that is created by human society exists due to physical and mental labor people, in spite of natural phenomena. This degree of excellence achieved in mastering of a field of knowledge or activity. Culture encompasses a set of social achievement of society in the material and spiritual life of the people reflects certain level of intellectual development of man and of humanity, of values and norms that regulate the activity of individual, collective and institutional actors of social life. Modern culture inherent in new, innovative development vectors, which are generally conditioned globalization processes. We note that the vast majority of modern researchers emphasize that globalization of modern cultural development greatly complicates the task of scientific understanding of the phenomenon of culture as well as its functional specificity. Of particular note is an important component of the management culture of the head – organizational culture. At the organizational culture affect individual skills and inclinations, needs and interests, political views, professional competence, moral values, temperament. A deeper understanding of the nature and conditions of organizational culture CEI heads can be achieved by means of the development on the structure, functions and methods in the process of creating an image of the head of the institution.*

**Key words:** *imagology, image, professional image, image manager functions, image and organizational culture of the head of general educational institution.*

*Стаття надійшла до редакції 06.11.2014*