

3. Климов Е. А. Тип профессий «человек – природа». *Мир профессий: в 4-х т.* Т. 1.: Человек-природа. Вып. 2. М. / РАГС при Президенте РФ; РГБ; МГУ им. М. В. Ломоносова; Изд. Моск. психолого-социального института; Воронеж : НПО «МОДЭК», 2008. С. 7–12.
4. Кулініч І. О. Психологія управління: навчальний посібник. К. : Знання, 2011. 415 с. URL: [https://tiphaman.top/book\\_teoretichni-osnovi-psihologii-upravlinnya\\_768/12\\_rozdil-11-psihologchna-pdgotovka-upravlnskih-kadrv-do-novovveden-v-organzaci](https://tiphaman.top/book_teoretichni-osnovi-psihologii-upravlinnya_768/12_rozdil-11-psihologchna-pdgotovka-upravlnskih-kadrv-do-novovveden-v-organzaci)

**Тихоненко Г. О.**, здобувач вищої освіти,  
*Донецький національний університет імені Василя Стуса,*  
*Україна*

### **УПРАВЛІНСЬКА КУЛЬТУРА ДИРЕКТОРА ШКОЛИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ЙОГО ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ**

Термін «імідж» означає громадську думку, уявлення про когось, щось або образ особи, спрямований на формування громадської думки чи уявлення про неї [1]. Тому, можна сказати, що імідж – це враження, яке керівник або організація справляють на людей. Поняття «імідж» виникло на Заході в 60-х рр. ХХ ст. у сфері підприємництва. Пізніше це поняття стало основним елементом у публікаціях з психології управління та соціальної психології організації.

Проблемі створення іміджу присвячені дослідження зарубіжних та вітчизняних авторів: Дж. Бергера, П. Берда, Л. Брауна, Г. Почепцова, І. Єрмакова, Л. Карамушки, О. Мармази, М. Поташника тощо.

Виділяють два основних поняття: імідж керівника (імідж ділової людини) та імідж організації (корпоративний імідж). Ситуація, що склалася на ринку освітніх послуг, висуває нові вимоги до закладів освіти та їх керівників. На перший план висувається позитивний імідж навчального закладу, який забезпечує надання якісних освітніх послуг та задовольняє потреби їх споживачів.

Школа – відкрита соціально-педагогічна система, про яку досить часто говорять як про сферу послуг. І батьки вибирають той навчальний заклад, імідж якого відповідає їхнім уявленням і потребам щодо забезпечення якісних освітніх послуг. Тому керівник має дбати як про особистий імідж, так і про створення позитивного іміджу навчального закладу.

С. Сушко виділяє такі основні напрями формування позитивного іміджу навчального закладу [6, с. 89–90]:

1) внутрішній – у процесі формування творчого середовища та соціально-психологічного настрою у колективі;

2) зовнішній – при взаємодії закладу освіти із соціальним середовищем, передусім у місті, районі, області.

Внутрішній імідж школи полягає у виробленні педагогічним колективом спільної мети, визначенні місії закладу, виявленні очікувань здобувачів освіти та їх батьків, формуванні шкільної культури з системою цінностей, зміцненні традицій закладу, налагодженні оптимальних міжособистісних стосунків у колективі та стимулюванні до інноваційної діяльності педагогів закладу.

Зовнішній імідж закладу освіти – це розробка символіки та атрибутики, створення та активне використання сайту школи, використання можливостей засобів масової інформації для пропаганди досягнень закладу, налагодження зв'язків з громадськістю (організація днів відкритих дверей, участь у різноманітних конкурсах, ярмарках, виставках освіти), ефективна співпраця навчального закладу та стейкхолдерів, постійна підтримка прямого й зворотного зв'язку зі споживачами освітніх послуг.

Отже, імідж навчального закладу – це складне явище, яке являє собою чітку систему взаємопов'язаних чинників. Він є своєрідним показником рівня розвитку навчального закладу та його конкурентоспроможності.

Вагомою складовою враження про навчальний заклад є й особистий імідж керівника. Директор навчального закладу є публічною особою. Адже він постійно активно спілкується з багатьма соціальними групами: учнями, педагогами, батьками, місцевим керівництвом освіти тощо. Сучасний директор повинен розуміти, що особистий імідж – це важлива складова професійного іміджу. І працювати над ним потрібно постійно та наполегливо. Керівник має володіти такими якостями: організаторські та комунікативні здібності, відповідальність, тактовність, уміння приймати рішення, здатність керувати, виявляти якості лідера.

На підставі вищевикладеного визначимо, що однією з ознак високого рівня професійної компетентності керівника та його діловим іміджем є управлінська культура. У зарубіжній та вітчизняній науковій літературі є багато визначень управлінської культури керівника. Найпоширеніше з них таке: управлінська культура – це сукупність норм, принципів, цінностей, поведінкових стандартів, якими керується керівник організації в процесі управлінської діяльності [2].

До основних напрямів діяльності директора закладу відносять: політичний, правовий, адміністративний, організаційний, менеджерський, соціально-психологічний, інформаційний, економічний та комунікативний. Кожен із напрямів діяльності директора розглядається через вид управлінської культури [5, с. 107–108].

Під політичною культурою розуміють знання основ політики у галузі освіти і культури, вміння налагоджувати внутрішні і зовнішні зв'язки та застосовувати державно-громадську модель управління навчальним закладом; під правовою – знання юридичних основ управління; адміністративною – вміння вести документацію, проводити контрольну звітність, приймати управлінські рішення; організаційною – знання організаційної структури управління; менеджерською – уміння здійснювати підбір кадрів, проводити атестацію, здійснювати управління професійним розвитком педагогів; соціально-психологічною – уміння формувати імідж організації, створювати сприятливий мікроклімат у колективі, знання основ конфліктології; інформаційною – володіння інформаційно-цифровою компетентністю; економічною – знання основ фінансової грамотності, уміння зміцнювати та підтримувати матеріальну базу закладу, знаходити додаткові надходження та контролювати розподіл фінансів; комунікативною – знання основ ефективного спілкування, уміння вести переговори.

Отже, управлінська культура директора школи є важливим чинником формування позитивного іміджу школи, підвищує ефективність діяльності закладу освіти та робить його конкурентоспроможним на ринку освітніх послуг.

### Список використаних джерел

1. Булатова О. Імідж педагога – мода или необхідність? *Директор школи*. Україна. 2003. № 2 С. 10–12.
2. Гошко А. О., Дмитренко Г. А., Кнізев В. М. Контури нового управлінського курсу трансформації України. К. : Вид-во НАДУ, 2004. 176 с.
3. Зуєвська І. Критерії ефективності позитивного іміджу школи. *Директор школи*. 2006. № 2. С. 10–13.
4. Карамушка Л. М. Психологія управління: навч. посібн. К. : Міленіум, 2003. 344 с.
5. Мармаза О. І. Використання потенційних можливостей іміджелогії в управлінні закладами освіти. *Управління школою*. 2009. № 19–21. С. 55–59. URL: <http://journal.osnova.com.ua/article/11046>
6. Підготовка керівника середнього закладу освіти: навч. посібн. / за ред. Л. І. Даниленко. К. : Міленіум, 2004. 212 с.
7. Сушко С. Сучасна модель управління гімназією. *Директор школи, ліцею, гімназії*. 2003. № 3 С. 85–100. URL: <https://www.director-ua.info/index.php/dslg/article/view/230/209>