

УДК 378.046-021.68

DOI <https://doi.org/10.37915/pa.vi59.671>

Навроцька М. М.,
orcid.org/0009-0006-0870-5365

ІМІДЖ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

У статті здійснено комплексний аналіз процесу розвитку позитивного іміджу керівника закладу загальної середньої освіти як важливого чинника ефективного управління освітньою установою в умовах сучасних соціокультурних трансформацій. Імідж керівника розглядається як багатогранне явище, що поєднує професійну компетентність, морально-етичні якості, культуру спілкування, зовнішню презентабельність та здатність до стратегічного мислення. Підкреслено, що позитивний імідж управлінця є не лише елементом особистісного самовираження, а й потужним інструментом впливу на мотивацію, довіру та згуртованість педагогічного колективу.

Розкрито зміст основних компонентів іміджу сучасного керівника: професіоналізм і компетентність, культура поведінки, дотримання ділового етикету, охайність зовнішнього вигляду, культура мовлення, вміння контролювати емоції та ефективно діяти у стресових ситуаціях. Важливе місце займає комунікативна культура, що забезпечує гармонійні відносини в колективі, конструктивну взаємодію з учнями, батьками, громадськістю та органами влади. Підкреслено роль публічної активності керівника, його участі у професійних конференціях, форумах, освітніх і громадських ініціативах як засобу формування позитивного суспільного іміджу та підвищення авторитету закладу.

Особливу увагу приділено феномену цифрової репутації, що в сучасному інформаційному середовищі є новим виміром професійного іміджу. Указано, що присутність керівника в соціальних мережах, ведення офіційних сторінок закладу освіти, прозорість управлінських процесів і відкритість комунікації сприяють зміцненню довіри громадськості та підвищенню конкурентоспроможності закладу. Наголошено на значенні формування команди однодумців, адже лідерський потенціал керівника розкривається через його здатність надихати, мотивувати, делегувати повноваження та створювати атмосферу співпраці.

Зроблено висновок, що позитивний імідж керівника – це стратегічний ресурс управління, який забезпечує ефективну комунікацію, високий рівень довіри, підвищення престижу школи та реалізацію стратегічних освітніх цілей. Подальші наукові дослідження доцільно спрямувати на вивчення впливу цифрової комунікації на професійний імідж керівника, гендерних особливостей управлінського стилю, а також взаємозв'язку між лідерською поведінкою та рівнем авторитету керівника в педагогічному колективі.

Ключові слова: імідж, імідж керівника, управління, комунікація, мотивація, навчальний заклад.

Постановлення проблеми. Сучасна система освіти в Україні переживає період трансформацій, що вимагає від керівників закладів загальної середньої освіти не лише високого рівня професіоналізму, а й вміння формувати позитивний імідж, який сприяє підвищенню авторитету школи, мотивації педагогічного колективу та довірі з боку батьківської громади. Імідж керівника сьогодні розглядається як один із важливих інструментів ефективного управління, який інтегрує особистісні, моральні, комунікативні та організаційні якості лідера.

Аналіз досліджень. Проблема формування професійного іміджу керівника закладу загальної середньої освіти набула особливої актуальності в сучасних умовах реформування української освіти. Одним із провідних дослідників цієї проблеми

*© Навроцька М. М.

є О. Мармаза, який у своїх працях розкриває зміст професійного іміджу керівника, визначає його структурні компоненти та підкреслює роль іміджу як інструменту соціального впливу й управлінського авторитету. Питання співвідношення іміджу керівника та іміджу навчального закладу досліджували М. Ховрич і Н. Ховрич, які наголошують на важливості гармонійного поєднання особистісних якостей, професійної компетентності та етичних принципів керівника у створенні сприятливого іміджевого поля закладу. Дослідження А. Браєвської, С. Браєвського та Л. Артеменко зосереджене на формуванні успішного іміджу керівника в умовах дистанційної роботи. Дослідження цифрових аспектів іміджу здійснили Г. Германсон, Г. Кравченко та З. Рябова, показавши, що імідж сучасного керівника формується не лише через традиційні соціальні канали, а й через цифрову присутність – активність у соціальних мережах, комунікацію з громадою, звіти онлайн і відкритість інформації про діяльність школи. Значний внесок у розуміння управлінської поведінки як частини іміджу зробила В. Гладкова, яка наголошує, що стиль лідерства, здатність до адаптації, емоційна врівноваженість і стресостійкість – важливі компоненти позитивного іміджу, особливо в умовах кризових ситуацій. У низці праць М. Бойко зазначає, що імідж має базуватися на внутрішній цілісності особистості, відповідності слова і дії, що забезпечує довіру та стабільність у педагогічному колективі. Попри різні підходи, дослідники єдині у висновку, що позитивний імідж керівника є стратегічним інструментом ефективного управління, який забезпечує високий рівень довіри, стабільність роботи колективу та позитивний імідж самого навчального закладу.

Мета статті полягає у визначенні сутності іміджу керівника закладу загальної середньої освіти та обґрунтуванні його ролі як інструменту ефективного управління.

Виклад основного матеріалу. Поняття «імідж» має латинське походження й зустрічається в різних європейських мовах із близьким семантичним значенням: у французькій (image) – «картина», у німецькій (imaginar) – «уявний образ», в англійській (image) – «ікона», «ідол», «образне уявлення».

На сьогодні в науковій літературі існує значна кількість визначень терміна «імідж», проте, на нашу думку, найбільш повно сутність цього поняття розкриває В. Маценко, який зазначає, що «імідж – це емоційно забарвлений стереотип сприйняття масовою, пересічною свідомістю явища чи особи. Імідж – це Ви очима інших, або те, якими Вас бачать інші» [5, с. 4].

С. Павлова розглядала професійний педагогічний імідж учителя як форму самовираження цілісного індивідуального образу педагога – реалізатора соціальних потреб у сфері освіти. На думку дослідниці, через імідж виявляються найхарактерніші ділові й особистісні якості, що відповідають статусу та соціальній ролі педагога в освітньому середовищі [6, с. 35].

Поняття «імідж» має давнє походження. Як зазначає О. Чебикін, у його розвитку можна виокремити два основні періоди – донауковий та науковий.

Донауковий етап характеризується як період непрямих і прямих спроб осмислення феномену іміджу. Непрямі дослідження виявляються в художніх творах, описах соціальних подій та змін статусу особистості, тоді як прямі – у працях античних істориків і філософів, які аналізували образи та авторитет лідерів.

Науковий період пов'язують із формуванням системного підходу до пізнання іміджу. Існує думка, що термін «імідж» увійшов у науковий обіг 1913 року, коли Ганс Шах та Отто Ранк започаткували журнал «Imago». Дослідники виокремлюють два підетапи в межах цього періоду:

- 1) фрагментарні дослідження (початок ХХ століття), коли увага приділялася окремим аспектам іміджу;
- 2) комплексні дослідження (кінець ХХ століття), що розглядали імідж як системне соціально-психологічне явище [13].

У науковому середовищі вже досить давно сформувався окремий напрямок

досліджень, присвячений вивченню феномену іміджу. У 90-х роках ХХ століття він набув статусу самостійної наукової дисципліни, що отримала назву іміджологія.

Під терміном «іміджологія» розуміють науку, яка вивчає закономірності створення, формування та сприйняття іміджу особистості чи організації. Як зазначає С. Садовенко, «іміджологія (від англ. image – «образ, зображення» та грец. logos – «поняття, думка, розум») – це мистецтво подобатися людям, наука про функціонування, систематизацію та впровадження у свідомість людини знакових замінників інформації про певні об'єкти (людину, явище, предмет), наука про формування іміджу» [9, с. 4].

С. Болсун зазначає, що імідж керівника освіти – це «професійно й етично виважений образ, що сприяє ефективному впливу на педагогічний колектив» [1]. На думку Л. Даниленко, імідж є засобом управлінської комунікації, оскільки відображає цінності, стиль керівництва та здатність створювати позитивний емоційний клімат [3].

Імідж курівника освіти не розвивається сам по собі, а є результатом цілеспрямованої роботи людини над собою щодо побудови взаємопов'язаних складових. Деякі вчені виокремлюють три основні складові іміджу:

- 1) особисту привабливість;
- 2) етичні характеристики;
- 3) техніку самопрезентації.

Одні вчені вважають, що у структурі професійного іміджу доцільно виокремлювати зовнішній, процесуальний і внутрішній компоненти. Зовнішній компонент, за їх підходом, охоплює міміку, жести, тембр і силу голосу, манеру одягатися, ходу, тобто ті елементи, що формують перше враження. Процесуальний компонент відображає професійну діяльність і реалізується через професіоналізм, виразність, пластичність та інші форми комунікативної взаємодії.

С. Болсун пов'язує імідж зі статусним образом особистості, виокремлюючи такі його складові:

- візуальна привабливість;
- вербальна та невербальна поведінка;
- манери, етикет;
- відповідність очікуваному соціальному образу;
- чарівність [1].

Деякі вчені зосереджують увагу на визначенні структурних компонентів професійного іміджу керівника, що дозволяє розглядати це поняття як багатовимірну систему. Так, Адам Дрейер виділяє основні складові професійного іміджу керівника – багатий словниковий запас, відсутність шкідливих звичок, самодисципліну, знання особливостей учнів, поставлений голос, комунікативні вміння та дотримання професійної етики [14]. Натомість А. Коркішко визначає, що професійний імідж формується через такі чинники, як зовнішній вигляд; використання вербальних і невербальних засобів спілкування; внутрішня відповідність образу професії (внутрішнє «Я»); стильові особливості педагогічної діяльності; професійна спрямованість [4].

На думку О. Горovenко, структура іміджу є полікомпонентною і охоплює кілька ключових складових:

- внутрішнє «Я» – внутрішній образ педагога, що відображає його професійну культуру, емоційність, творче налаштування, гідність і внутрішню стійкість;
- візуальний образ учителя, який свідчить про ціннісні орієнтири особистості та сприяє створенню позитивної репутації педагога через гармонійне поєднання зовнішньої привабливості й професійного артистизму;
- комунікативність, яка виявляється у володінні вербальними та невербальними засобами спілкування – мімікою, жестами, інтонацією, пантомімікою, темпом і тембром мовлення, що забезпечують довіру та активну взаємодію з учнями [2, с. 26].

С. Садовенко пропонує розглядати позитивний імідж педагога через зовнішню і внутрішню привабливість. До зовнішньої складової вона відносить уміння добирати

одяг і зачіску, володіння гарними манерами, виразною мімікою, вміння використовувати простір спілкування. Внутрішня привабливість, на її думку, полягає у мистецтві подобатися людям, умінні будувати привабливу комунікацію, здатності розуміти інших і впливати на них позитивним чином [9, с. 4].

Імідж керівника, за твердженням О. Туриніної, є соціально-психологічною категорією, що відображає систему уявлень про особистість лідера у свідомості підлеглих і громадськості. Дослідниця підкреслює, що позитивний імідж керівника посилює його управлінську ефективність, сприяє легітимізації рішень і підвищує рівень довіри до інституції [11].

Важливою складовою іміджу керівника є професійно-комунікативна компетентність. За результатами досліджень Н. Подлевської, А. Шейко, М. Губи, І. Товми, саме володіння вербальними й невербальними навичками, уміння переконувати, чітко формулювати думки та підтримувати емоційний контакт визначає успішність управлінця і формує його позитивний імідж [7].

Позитивний імідж у сфері управління освітою не лише виконує естетичну чи етичну функцію, але й стає стратегічним ресурсом організаційного розвитку. Як зазначає Л. Пшенична, імідж керівника формує довіру до управлінських рішень, мотивує колектив, створює атмосферу взаємоповаги й ефективної комунікації. Науковиця вважає, що управлінський імідж є невід’ємною складовою кар’єрного зростання керівника [8].

Узагальнюючи підходи різних науковців, можна зробити висновок, що імідж керівника формується й розвивається в межах його професійної діяльності та є відображенням бажаних для особистості аспектів її життєдіяльності. Цей імідж є інтеграцією зовнішніх і внутрішніх характеристик – професійних компетенцій, моральних якостей, комунікативної культури та зовнішнього вигляду.

Як слушно зауважив відомий дослідник, «у людині все має бути прекрасним...», і ця теза цілком стосується педагога, для якого гармонійне поєднання професійних і зовнішніх рис (стиль одягу, манера мовлення, поведінка, жести, міміка, погляди) є невід’ємною умовою формування позитивного іміджу.

Позитивний імідж керівника сприяє створенню в колективі атмосфери довіри, підвищує рівень мотивації педагогів і позитивно впливає на результати навчального процесу.

Імідж керівника закладу загальної середньої освіти є не лише відображенням його особистісних і професійних якостей, а й важливим управлінським інструментом, що забезпечує ефективність управлінського процесу, формує довіру колективу, позитивне ставлення громадськості й партнерів до діяльності закладу освіти.

На думку сучасних дослідників, імідж керівника є ресурсом соціального впливу, який дозволяє підвищити результативність управління через формування позитивного емоційного фону в колективі, зміцнення авторитету та створення сприятливого психологічного клімату.

Позитивний імідж керівника виконує низку функцій управління:

- мотиваційну – через особистий приклад, моральні орієнтири та професійну культуру керівник стимулює колектив до саморозвитку;
- комунікативну – забезпечує ефективну взаємодію з педагогічним колективом, учнями, батьками та органами управління освітою;
- організаційну – сприяє згуртуванню колективу навколо спільних цілей і підвищує довіру до управлінських рішень;
- репутаційну – формує престиж закладу освіти, його впізнаваність у громадському середовищі;
- інноваційну – за рахунок сучасного, відкритого та креативного образу керівника, який підтримує зміни й інноваційні підходи у навчанні.

Імідж керівника є інтегративним показником ефективності управлінської діяльності, адже поєднує професійну компетентність, моральну культуру, емоційний інтелект, комунікативну грамотність і вміння самопрезентації.

Позитивне сприйняття керівника з боку педагогів, учнів і громади підсилює його управлінський вплив і забезпечує стабільність у реалізації освітньої політики.

Також імідж керівника відіграє символічну роль, оскільки стає своєрідним «обличчям» закладу освіти, від якого залежить його соціальний рейтинг, конкурентоспроможність і привабливість для батьківської спільноти. Як зазначає Т. Сорочан, «позитивний імідж керівника підвищує індекс довіри до закладу освіти і стає чинником його стійкого розвитку» [10].

Отже, імідж керівника у сфері освіти є важливим стратегічним ресурсом управління, що сприяє ефективному досягненню цілей освітньої політики, формуванню позитивного соціального капіталу колективу та забезпеченню високої репутації закладу в освітньому середовищі.

Розвиток позитивного іміджу керівника – це цілеспрямований, системний процес, який передбачає розвиток як зовнішніх, так і внутрішніх складових професійного образу.

Науковці О. Чебикін, С. Садовенко, В. Маценко, І. Гринько пропонують низку підходів до вдосконалення іміджу управлінця в освітньому середовищі.

До основних шляхів розвитку позитивного іміджу керівника належать:

1. Самопізнання та рефлексія. Керівник має усвідомлювати власні сильні й слабкі сторони, визначати цінності, мотиви діяльності, стиль спілкування. Рефлексивна позиція дозволяє коригувати поведінку, адаптувати управлінські стратегії, уникати емоційного вигорання та зберігати психологічну стабільність.

2. Професійне самовдосконалення. Підвищення кваліфікації, участь у тренінгах лідерства, управлінських семінарах, освітніх форумах – це шлях до формування компетентного та сучасного керівника, який володіє сучасними технологіями менеджменту й педагогічного лідерства.

3. Розвиток комунікаційної культури. Успішний керівник має демонструвати відкритість, толерантність, вміння слухати, переконувати, вести конструктивний діалог. Культура спілкування формує довіру, запобігає конфліктам і підвищує ефективність управлінських рішень.

4. Формування позитивного емоційного фону в колективі. Емоційний інтелект і емпатійність керівника є запорукою здорового психологічного клімату. Уміння підтримати працівників, надихнути їх на спільну діяльність сприяє формуванню сприятливого іміджу «лідера-об'єднувача».

5. Зовнішня презентабельність і культура поведінки. Охайний зовнішній вигляд, дотримання ділового етикету, культура мовлення, вміння володіти собою у стресових ситуаціях – усе це створює образ упевненого, врівноваженого та компетентного керівника.

6. Публічна активність і комунікація з громадськістю. Виступи на конференціях, участь у громадських заходах, взаємодія з місцевими органами влади, засобами масової інформації формують позитивний суспільний імідж керівника та підвищують репутацію закладу освіти.

7. Цифрова репутація. У сучасних умовах важливим є створення позитивного цифрового іміджу: грамотна присутність у соціальних мережах, професійна комунікація в онлайн-просторі, прозорість діяльності через офіційні сайти та сторінки закладу.

8. Формування команди однодумців. Справжній імідж керівника виявляється через його команду, яку він створює. Уміння делегувати повноваження, довіряти, мотивувати колектив до спільного успіху забезпечує стійкий позитивний образ лідера.

Отже, позитивний імідж керівника закладу освіти – це результат постійної роботи над собою, поєднання професійної майстерності, моральної зрілості, емоційного інтелекту та культури спілкування. Його формування сприяє підвищенню ефективності

управління, зростанню авторитету керівника й конкурентоспроможності освітнього закладу в сучасному соціокультурному просторі.

Висновки. Імідж керівника закладу загальної середньої освіти – це не лише зовнішній образ, а стратегічний ресурс управління, що забезпечує ефективну комунікацію, довіру та лідерство. Позитивний імідж сприяє підвищенню престижу школи, зміцненню корпоративної культури та реалізації стратегічних освітніх цілей.

Подальший науковий пошук у сфері розвитку іміджу керівника закладів загальної середньої освіти як інструменту ефективного управління може бути пов'язаний із дослідженням впливу цифрової комунікації та соціальних мереж на формування професійного іміджу керівника, вивченням гендерних особливостей управлінського іміджу, а також виявленням кореляції між стилем лідерства та сприйняттям авторитету керівника педагогічним колективом.

Список використаних джерел:

1. Болсун С. А. Професійний імідж керівника навчального закладу. *Управління школою*. 2013. № 7–9 (379–381), березень. 2013. С. 51–55.
2. Горовенко О. А. Формування особистісно-професійного іміджу вчителя засобами самопрезентації. Харків: Основа, 2013. 112 с.
3. Даниленко Л. І., Швець Т. Е., Балакшина О. М. Інноваційна модель управління закладом загальної середньої освіти на засадах змішаного навчання та тьюторингу: результати експерименту. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5: Педагогічні науки : реалії та перспективи*: зб. наук. праць. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2020. Вип. 75 (т. 1) С. 62–67. URL: <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2020.75.13>
4. Коркішко А. В. Сутнісна характеристика категорії «імідж»: історико-педагогічний аспект (IX – XVIII ст.). *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2016. Вип. 2. С. 88–96.
5. Маценко В. Ф. Технологія іміджу: психологічний інструментарій. Київ: Главник, 2005. 96 с.
6. Павлова С. П. Імідж учителя як компонент культури педагогічної діяльності. *Класному керівнику*. 2010. № 9 (21), вересень. С. 35.
7. Подлевська Н. В., Шейко А. О., Губа М. І., Товма І. М. Професійно-комунікативна компетентність та її вплив на формування іміджу керівника. *Перспективи та інновації науки*. 2024. № 11 (45). С. 1544–1552. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2024-11\(45\)-1544-1552](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2024-11(45)-1544-1552)
8. Пшенична Л. В. Імідж керівника – важлива складова кар'єри управлінця. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*: науковий журнал / редкол.: А. А. Сбруєва, М. А. Бойченко, О. Є. Антонова та ін. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2018. № 6 (80). С. 233–250.
9. Садовенко С. М. Імідж музичного керівника та вчителя музичного мистецтва. *Музичний керівник*. 2012. № 2. С. 4.
10. Сорочан Т. М. Підготовка керівників шкіл до управлінської діяльності: теорія та практика: монографія. Луганськ: Знання, 2005. 384 с.
11. Туриніна О. Л. Психологія травмуючих ситуацій: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал»», 2017. 160 с.
12. Чебикін О. Я., Ковальова О. О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу: монографія. Одеса: Півд. наук. центр АПН України, 2009. 223 с.
13. American Pedagogics in the Present Times. N.Y.: Pantheon, 1989. 434 p.

References:

1. Bolsun, S. A. (2013). Profesiyniy imidzh kerivnyka navchalnoho zakladu [The professional image of the head of an educational institution]. *School Management*, 7–99 (379-381), 51–55 [in Ukrainian].
2. Horovenko, O. A. (2013). Formuvannia osobystisno-profesiinoho imidzhu vchytelia zasobamy samoprezentatsii [Formation of the personal and professional image of a teacher through self-presentation]. Kharkiv: Osнова [in Ukrainian].
3. Danylenko, L. I., Shvets, T. E., & Balakshyna, O. M. (2020). Innovatsiina model upravlinnia zakladom zahalnoi serednoi osvity na zasadakh zmishanoho navchannia ta tiutorynhu: rezultaty eksperymentu [An innovative model of management of a general secondary education institution

- based on blended learning and tutoring: Experiment results]. *Scientific Journal of the National Pedagogical Dragomanov University. Series 5: Pedagogical Sciences: Realities and Prospects*, 75(1), 62–67. doi: <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2020.75.13> [in Ukrainian].
4. Korkishko, A. V. (2016). Sutnisna kharakterystyka katehorii «imidzh»: istoryko-pedahohichnyi aspekt (IX – XVIII st.) [The essential characteristics of the category “image”: Historical and pedagogical aspect (9th–18th centuries)]. *Personality Spirituality: Methodology, Theory and Practice*, (2), 88–96 [in Ukrainian].
 5. Matsenko, V. F. (2005). Tekhnolohiia imidzhu: psykhologichnyi instrumentarii [Image technology: Psychological tools]. Kyiv: Hlavnyk [in Ukrainian].
 6. Pavlova, S. P. (2010). Imidzh uchytelia yak komponent kultury pedahohichnoi diialnosti [The image of a teacher as a component of pedagogical activity culture]. *Klasnomu kerivnyku*, 9(21), 35 [in Ukrainian].
 7. Podlevska, N. V., Sheiko, A. O., Huba, M. I., & Tovma, I. M. (2024). Profesiino-komunikatyvna kompetentnist ta yii vplyv na formuvannia imidzhu kerivnyka [Professional and communicative competence and its influence on the formation of a manager’s image]. *Perspectives and Innovations of Science*, 11 (45), 1544–1552. doi: [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2024-11\(45\)-1544-1552](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2024-11(45)-1544-1552) [in Ukrainian].
 8. Pshenychna, L. V. (2018). Imidzh kerivnyka – vazhlyva skladova kariery upravlintsia [The image of a manager as an important component of a leader’s career]. *Pedagogical Sciences: Theory, History, Innovative Technologies, Makarenko Sumy State Pedagogical University*, 6 (80), 233–250 [in Ukrainian].
 9. Sadovenko, S. M. (2012). Imidzh muzychnoho kerivnyka ta vchytelia muzychnoho mystetstva [The image of a music director and a music teacher]. *Muzychnyi kerivnyk*, (2), 4 [in Ukrainian].
 10. Sorochan, T. M. (2005). Pidhotovka kerivnykiv shkil do upravlinskoï diialnosti: teoriia ta praktyka [Training school leaders for managerial activities: Theory and practice]. Luhansk: Znannia [in Ukrainian].
 11. Turykina, O. L. (2017). Psykholohiia travmuiuchykh sytuatsii [Psychology of traumatic situations]. Kyiv [in Ukrainian].
 12. Chebykin, O. Ya., & Kovalova, O. O. (2009). Psykholohichni osoblyvosti formuvannia osnov profesiinoho imidzhu [Psychological features of the formation of the basics of a professional image]. Odesa: Southern Scientific Center of the Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine [in Ukrainian].
 13. American Pedagogics in the Present Times. (1989). N.Y.: Pantheon [in English].

Navrotska M. M.,
orcid.org/0009-0006-0870-5365

IMAGE OF THE HEAD OF A GENERAL SECONDARY EDUCATION INSTITUTION AS A TOOL FOR EFFECTIVE MANAGEMENT

The article provides a comprehensive analysis of the process of developing a positive image of the head of a general secondary education institution as an important factor in effective management of an educational organization under conditions of modern socio-cultural transformations. The image of the head is viewed as a multifaceted phenomenon that combines professional competence, moral and ethical qualities, communication culture, external presentability, and the ability for strategic thinking. It is emphasized that a positive managerial image is not only an element of personal self-expression but also a powerful tool for influencing the motivation, trust, and cohesion of the teaching staff.

The content of the main components of a modern leader’s image is revealed: professionalism and competence, culture of behavior, observance of business etiquette, neat appearance, speech culture, ability to control emotions, and act effectively in stressful situations. Particular attention is paid to communication culture as a means of ensuring harmonious relations within the team and constructive interaction with students, parents, the community, and local authorities. The role of the leader’s public activity – participation in professional conferences, forums, educational and civic initiatives – is emphasized as a means of shaping a positive public image and enhancing the reputation of the educational institution.

Special attention is devoted to the phenomenon of digital reputation, which in the modern information environment represents a new dimension of professional image. It is noted that the leader’s presence on social networks, maintaining official school pages, transparency of management processes,

and openness in communication contribute to strengthening public trust and increasing the competitiveness of the institution. The importance of forming a team of like-minded people is highlighted, since the leader's potential is revealed through their ability to inspire, motivate, delegate authority, and create an atmosphere of cooperation.

It is concluded that a positive image of the head is a strategic management resource that ensures effective communication, a high level of trust, increased school prestige, and the achievement of strategic educational goals. Further scientific research should focus on studying the influence of digital communication on the professional image of the head, gender aspects of management style, as well as the relationship between leadership behavior and the level of authority of the head within the teaching staff.

Key words: image, leader's image, management, communication, motivation, educational institution.

Дата надходження статті: 08.05.2025 р.

Прийнято до публікації: 03.06.2025 р.

Рецензентка: доктор педагогічних наук, професор Примакова В. В.