

**Міністерство освіти і науки України
Західноукраїнський національний університет
Факультет фінансів та обліку
Кафедра фінансів ім. С.І. Юрія**

Скаляк Роман Васильович

Соціально-психологічні аспекти формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери / Socio-psychological aspects of forming a positive image of a modern social institution manager

Спеціальність: 015.39 Професійна освіта (015.39 Цифрові технології)

освітньо-професійна програма – Фінансова грамотність

кваліфікаційна робота за освітнім ступенем «магістр»

Виконав студент
групи ПОСРм-21
Скаляк Р.В.

підпис

Науковий керівник:
д.пед.н., професор
Щербяк Юрій Адамович

підпис

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 2025 р.
Завідувач кафедри

_____ А.І. Крисоватий

підпис

Тернопіль – 2025

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ	7
1.1. Поняття, сутність та значення іміджу як психосоціального феномену..	7
1.2. Професійно-психологічні передумови формування іміджу сучасного керівника	17
1.3. Соціально-психологічні чинники формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери	25
Висновок до розділу 1.....	33
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ.....	35
2.1. Критерії, показники та діагностичний інструментарій для вивчення іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери	35
2.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери.....	41
Висновок до розділу 2.....	46

РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ47

3.1. Програма формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери47

3.2. Результативність програми формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери.....62

Висновок до розділу 3.....69

ВИСНОВКИ.....71

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....74

ДОДАТКИ.....71

ВСТУП

Актуальність дослідження проблеми формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери полягає в тому, що успіх та ефективність функціонування таких установ залежить від багатьох факторів, серед яких важливе місце займає управлінський аспект. В умовах сучасного соціального середовища, яке характеризується динамічними змінами, високою конкуренцією та постійними викликами, роль керівника є надзвичайно важливою. Саме від його здатності сформувати позитивний імідж залежить, як буде сприйматися заклад соціальної сфери громадськістю, його працівниками та клієнтами. Імідж керівника в свою чергу є основою для створення позитивного клімату в колективі, підвищення мотивації співробітників та забезпечення високого рівня довіри з боку підопічних осіб.

Зазначимо, що важливість проблеми формування іміджу керівника соціальної сфери стає ще очевиднішою в контексті змін, що відбуваються в суспільстві, в тому числі в процесах реформування системи соціальних послуг. На сучасному етапі розвитку України, зокрема в умовах децентралізації, великі

виклики постають перед керівниками соціальних установ. Вони мають не лише ефективно управляти організацією, але й брати на себе відповідальність за соціальні зміни, взаємодіяти з різними державними та недержавними структурами, налагоджувати діалог із громадськістю. Усе це потребує від керівника соціальної сфери високих професійних, управлінських і особистісних якостей, які сприяють створенню позитивного іміджу.

Аналіз наукової літератури та соціальної практики показує, що позитивний імідж сучасного керівника соціальної сфери визначається не тільки його професіоналізмом, але й особистими рисами, здатністю до ефективної комунікації, емоційного інтелекту, здатністю до лідерства і стресостійкості. Крім того, керівник соціальної установи має бути здатним до розв'язання конфліктів, ефективного управління змінами та підтримки соціальних ініціатив, які відповідають вимогам часу. У цьому контексті імідж керівника є важливим інструментом, що дозволяє не тільки налагоджувати взаємодію з колективом, а й формувати позитивне ставлення до організації в цілому.

Значущість проблеми формування іміджу керівника закладу соціальної сфери проблеми обумовлена й тим, що соціальні установи безпосередньо взаємодіють з різними категоріями населення, у тому числі з найуразливішими верствами – людьми похилого віку, інвалідами, дітьми-сиротами, безхатченками тощо. У цих умовах дуже важливо, щоб керівник закладу соціальної сфери мав здатність до емпатії, розуміння потреб своїх підопічних і активно працював над створенням умов для їхньої соціалізації та розвитку. Завдяки позитивному іміджу можна не тільки привернути увагу соціального довкілля до соціальної проблематики, але й зміцнити довіру до роботи соціальних установ, що, в свою чергу, сприяє ефективному впровадженню соціальних програм і ініціатив.

Крім того, підвищення значущості іміджу керівника закладу соціальної сфери обумовлене потребою в залученні ресурсів для функціонування таких установ. Керівник закладу соціальної сфери, який має хороший імідж, здатний ефективно взаємодіяти з державними структурами, бізнесом, громадськими організаціями, що дає можливість залучати додаткові фінансові та людські

ресурси для реалізації соціальних проєктів і програм. Адже для соціальних установ часто бракує коштів і матеріальних засобів, тому важливою є здатність керівника закладу соціальної сфери переконати зовнішніх партнерів у важливості та доцільності інвестицій у розвиток соціальної сфери.

Також варто зазначити, що в умовах глобалізації та розвитку цифрових технологій, соціальні установи все частіше стикаються з необхідністю комунікації через інтернет-платформи, соціальні мережі та інші канали комунікації. Керівник закладу соціальної сфери, який формує свій імідж через ці канали, має можливість не лише поширювати інформацію про діяльність організації, але й створювати позитивне враження про себе як лідера, що сприяє формуванню довіри серед різних верств населення. Така відкритість і прозорість є важливими складовими сучасного іміджу керівника закладу соціальної сфери.

Отож проблема формування позитивного іміджу керівника соціальної установи є надзвичайно актуальною в умовах сучасних соціально-економічних і політичних реалій. Від цього залежить не тільки ефективність функціонування конкретних закладів соціальної сфери, але й загальний рівень розвитку соціальних послуг, соціальної інтеграції та підтримки вразливих категорій населення. Проте соціально-психологічні аспекти формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери не досліджено. Відтак, актуальність та недостатня опрацьованість вказаних питань й зумовили вибір теми кваліфікаційної роботи – **«Соціально-психологічні аспекти формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери»**.

Об'єктом дослідження є багаторівневий та поліаспектний процес формування позитивного іміджу сучасного керівника.

Предметом дослідження є соціально-психологічні особливості формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери.

Мета дослідження – теоретичне обґрунтування соціально-психологічних аспектів формування позитивного іміджу та емпіричне апробування програми формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери

Завдання дослідження:

1. Розкрити суть поняття та значення іміджу як психосоціального феномену.

2. Охарактеризувати професійно-психологічні передумови формування іміджу сучасного керівника.

3. Визначити соціально-психологічні чинники формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери.

4. Організувати і провести емпіричне дослідження іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери.

5. Обґрунтувати й апробувати програму формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери.

Методи дослідження: аналіз, синтез, класифікація, систематизація та узагальнення даних соціально-психологічної та спеціальної наукової літератури – дали змогу визначити теоретичні основи дослідження іміджу керівника закладу соціальної сфери, педагогічний експеримент (констатувальний, формувальний, контрольний етапи) – дав змогу обґрунтувати шляхи формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери, психолого-діагностичний метод, представлений спеціальними анкетами) – дали змогу емпірично дослідити особливості іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери, методи кількісного і якісного аналізу – дали змогу довести результативність програми формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери.

Теоретичне значення дослідження полягає комплексному обґрунтуванні соціально-психологічних аспектів формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери. Зокрема, описано поняття, сутність та значення іміджу як психосоціального феномену, охарактеризовано професійно-психологічні передумови формування іміджу сучасного керівника, визначено соціально-психологічні чинники формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери, запропоновано дієві шляхи формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери.

Практичне значення дослідження. Основні положення, рекомендації, а також апробована програма можуть бути використані у процесі формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери, а також при підготовці керівників закладів соціальної сфери спеціальностей «Психологія», «Соціальна робота», «Професійна освіта», у практичній роботі іміджмейкерів, соціальних психологів та соціальних працівників.

Структура та обсяг дослідження. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, а також списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи складає 82 сторінки. Список використаних джерел і літератури налічує 86 найменувань. Кількість додатків – 1.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

1.1. Поняття, сутність та значення іміджу як психосоціального феномену

Імідж як психосоціальний феномен є багатограним і складним утворенням, яке визначає, яким чином індивіди або організації сприймаються оточенням. Він не лише відображає зовнішні характеристики або фактичний стан об'єкта, а й передає внутрішні якості, емоційні настрої та соціальні ролі, які впливають на взаємодію з іншими людьми. У сучасному суспільстві імідж став важливим інструментом у процесах комунікації, оскільки він формується

на основі уявлень, оцінок і ставлень, які мають соціальні групи або індивіди до того чи іншого об'єкта, будь то особистість, організація чи соціальний інститут.

Імідж є одним з ключових соціальних феноменів, що відображає те, як особистість, організація чи навіть ціла країна сприймається оточенням. Він формує враження про людину або структуру на основі візуальних, поведінкових та інформаційних характеристик. Імідж не є лише зовнішнім проявом, це цілісне уявлення, яке складається з об'єктивних фактів, емоційних реакцій і соціальних оцінок, що виникають у процесі взаємодії з іншими. У сучасному суспільстві імідж стає потужним інструментом впливу, який визначає, як буде сприйнята людина чи організація в різних соціальних контекстах. Здатність створити позитивний імідж може бути вирішальним фактором у досягненні успіху, будь то у професійному житті, у бізнесі чи в особистих стосунках [24].

Значення іміджу полягає не лише в тому, як він сприяє соціальній інтеграції, але й у тому, як він впливає на формування довіри та взаєморозуміння. Позитивний імідж створює атмосферу довіри, яка є основою для ефективних комунікацій і співпраці, тоді як негативний імідж може призвести до відчуження і невдач. Важливо зазначити, що імідж не є постійним і змінюється під впливом нових обставин або дій, тому його формування потребує постійної уваги та управління. Відтак імідж є не лише результатом об'єктивних характеристик, а й соціально сконструйованим явищем, яке залежить від того, як людина чи організація комунікує з оточенням. Від того, які повідомлення вона передає, яким чином її сприймають інші, залежить, чи буде імідж позитивним. У сучасному світі, де інформаційний простір настільки насичений, здатність управляти своїм іміджем стає необхідною для досягнення поставлених цілей.

Аналіз наукової літератури показує, що імідж переважно трактується як образ, що формується в свідомості людей і визначає, як сприймається певна особистість, організація або об'єкт. Це сукупність вражень і уявлень, які виникають у соціумі на основі зовнішніх ознак, поведінки та комунікацій. Імідж можна розглядати як соціально сконструйоване уявлення, що є

результатом взаємодії між індивідом та його оточенням, яке визначає, як інші сприймають його цінності, якості та поведінку. У більш широкому сенсі імідж є візуальним та психологічним відображенням внутрішніх і зовнішніх характеристик особи чи організації, яке через комунікацію передається оточуючим [47].

Визначення іміджу включає також його роль як інструменту впливу на громадську думку та соціальну взаємодію. Це відображення того, як об'єкт, будь то індивід чи організація, взаємодіє з іншими і які соціальні ролі він виконує у процесі цих взаємодій. Імідж можна трактувати як систему символів і ознак, що використовуються для формування уявлення про конкретну особу чи установу в суспільстві. Більш того, імідж є динамічним явищем, яке постійно змінюється залежно від змін у поведінці, зовнішньому вигляді або зовнішніх обставинах. Водночас імідж можна трактувати як механізм самоідентифікації особистості або організації, що дозволяє відрізнити їх від інших, підкреслюючи унікальність та значущість у соціальному середовищі. Імідж також є основою для побудови довіри та встановлення ефективних комунікаційних зв'язків, що має вирішальне значення для досягнення успіху в різних сферах життя, будь-то бізнес, політика або соціальні відносини [14; 49 та ін.].

Імідж як психосоціальний феномен визначає, як особистість чи організація сприймається соціальним середовищем. Це не лише зовнішнє враження, а й глибокий психологічний процес, який включає в себе як свідомі, так і підсвідомі механізми сприйняття. Імідж впливає на соціальні взаємодії, на формування довіри, на взаєморозуміння між людьми, а також визначає, яким чином відбувається комунікація в різних соціальних контекстах. Він є результатом поєднання реальних фактів, особистих якостей і соціальних уявлень, що створюють певне уявлення про людину чи організацію [20].

Значення іміджу, як психосоціального феномену, полягає в тому, що він є інструментом, за допомогою якого людина чи організація може виражати свою ідентичність, належність до певної соціальної групи, класу або культурної спільноти. Через імідж передається не тільки інформація про соціальний статус, але й про внутрішні переконання, цінності та ідеали, що важливі для

оточуючих. Імідж формується під впливом різних факторів – зовнішнього вигляду, манери поведінки, мовлення, а також через медіа та інші канали комунікації, які активно формують образ як окремих людей, так і цілих соціальних груп [3].

Імідж має вирішальне значення в процесах соціалізації. Від нього залежить, наскільки ефективно людина чи організація зможе інтегруватися в суспільство, як її будуть сприймати оточуючі та яка буде реакція на її діяльність. Позитивний імідж сприяє встановленню контактів, розвитку довіри, що в свою чергу веде до кращих можливостей у професійній та соціальній сферах. І навпаки, негативний імідж може призвести до соціальної ізоляції або викликати неприязнь, що значно обмежує можливості для подальшого розвитку. Також імідж може виступати як захисний механізм. Добре розвинутий імідж дозволяє людині чи організації створювати позитивне враження про себе, навіть якщо насправді є певні проблеми чи недоліки. Імідж, що ґрунтується на справедливих досягненнях та відповідальних діях, допомагає подолати негативні стереотипи і зміцнити соціальні зв'язки. Він дозволяє зберігати соціальну підтримку навіть у складних ситуаціях [15].

Імідж також виконує роль інструмента самоідентифікації. Люди, що формують свій імідж, можуть краще визначати свою позицію в суспільстві, чітко розуміти свої соціальні ролі та цілі. Імідж може бути важливим для внутрішнього самовизначення, оскільки через нього індивід або організація усвідомлює своє місце в соціумі, що допомагає в подальшій самореалізації. Важливою є також роль іміджу в процесах самопізнання, адже саме через відзеркалення зовнішніх оцінок індивід може краще розуміти себе і коригувати свою поведінку.

У соціальному контексті імідж може виступати як засіб маніпулювання. У політиці, бізнесі та навіть у побуті люди та організації часто використовують свій імідж для досягнення певних цілей. Наприклад, політичні діячі активно працюють над створенням позитивного іміджу, що допомагає їм здобути популярність серед виборців, а компанії часто змінюють свій імідж для того, щоб залучити нових клієнтів чи інвесторів. Через маніпулювання іміджем

можна коригувати сприйняття і переконання суспільства, створюючи позитивні чи негативні уявлення про певні явища або осіб [2].

Імідж як психосоціальний феномен має важливе значення у формуванні громадської думки. Через медіа, рекламу та соціальні мережі, імідж може бути спрямований на масову аудиторію, що дозволяє створювати певні уявлення, які впливають на суспільні процеси та соціальні орієнтири. Імідж може допомогти змінити громадські переконання, вплинути на поведінку людей і навіть стати основою для соціальних рухів [66].

Загалом констатуємо, що імідж як психосоціальний феномен є не лише зовнішнім образом, але й глибоким процесом, що включає в себе численні психологічні і соціальні аспекти. Він впливає на всі рівні соціальних взаємодій – від особистісних до міжособистісних і навіть до суспільних відносин. Імідж є важливим інструментом для формування довіри, створення соціальних зв'язків та успішної адаптації в різних соціальних контекстах. Його значення важко переоцінити, адже в умовах глобалізації і швидких змін імідж став одним із основних механізмів впливу на соціальні групи та суспільство в цілому.

Зазначимо, що імідж виконує безліч важливих функцій, що охоплюють комунікацію, захист, оцінку, маніпуляцію та адаптацію до змін, а також самовираження. Від якості та ефективності цих функцій залежить не лише соціальна інтеграція особистості або організації, а й їхня здатність досягати успіху в сучасному мінливому світі. Зокрема, одна з головних функцій іміджу – це функція комунікації. Завдяки іміджу ми можемо передавати інформацію оточуючим про себе, свої цінності, переконання та соціальний статус. Імідж допомагає сформувати певне враження про особистість або організацію ще до того, як відбудеться безпосередня комунікація. Це дозволяє заощадити час і енергію в соціальних взаємодіях, адже люди вже мають уявлення про те, чого можна очікувати від того чи іншого суб'єкта [4].

Іншою важливою функцією іміджу є його роль у формуванні соціальної ідентичності. Імідж допомагає людині або організації визначити своє місце в суспільстві, що, у свою чергу, впливає на сприйняття ними своїх можливостей і ролі. Зміна іміджу може бути необхідною для коригування соціального статусу

або для досягнення певних цілей. Імідж може виступати як важливий інструмент для подолання бар'єрів між різними соціальними групами та верствами населення, адже через імідж можна продемонструвати належність до певних цінностей чи групи. Також імідж виконує функцію мотивації. Люди, спостерігаючи за іміджем успішних особистостей або організацій, можуть відчувати стимул до самовдосконалення або змін. Зокрема, в бізнесі імідж компанії або її керівника може слугувати джерелом мотивації для працівників, адже позитивний імідж не тільки сприяє залученню клієнтів, а й підвищує рівень довіри і лояльності серед співробітників. Водночас імідж дає змогу особистості або організації встановлювати високі стандарти для себе та оточення [23].

Один із важливих аспектів функцій іміджу полягає в його здатності до маніпуляції соціальними уявленнями. Сучасний імідж може бути використаний для того, щоб змінити або посилити певні стереотипи і переконання. Політики, знаменитості або організації активно працюють над створенням певних образів, які допомагають їм досягати поставлених цілей, таких як підтримка виборців, залучення клієнтів чи створення позитивного громадського іміджу. У цьому контексті імідж є інструментом впливу на масову свідомість [49].

Функція захисту також є важливою у контексті іміджу. Імідж може служити бар'єром від негативних оцінок і критики, що може виникнути через помилки або недоліки. Коли особа або організація має добре розвинений імідж, який підкріплений реальними досягненнями, це допомагає їй захистити свою репутацію і зберегти позитивне сприйняття у суспільстві навіть у ситуаціях, коли виникають труднощі або проблеми. Імідж створює захисний механізм, який дозволяє зберігати довіру оточуючих [4].

Імідж виконує також функцію оцінки та сортування. Через імідж соціум визначає, чи відповідає особистість або організація певним вимогам, стандартам або цінностям. Це важливо в різних сферах – від бізнесу до політики – де імідж може стати критерієм для вибору партнера або керівника, а також для встановлення стандартів поведінки та очікувань від тих, хто займає

певні позиції. Таким чином, функція оцінки через імідж забезпечує елементи відбору у різних соціальних контекстах [69].

Важливою є також функція адаптації іміджу до змін навколишнього середовища. Імідж не є статичним, він постійно змінюється в залежності від соціальних, культурних або економічних обставин. Тому одна з функцій іміджу полягає в тому, щоб своєчасно адаптуватися до нових умов і змінюватися відповідно до запитів і потреб часу. Зміна іміджу може стати необхідною для того, щоб залишатися актуальним і конкурентоспроможним у сучасному світі.

Імідж також виконує функцію зв'язку. Від нього залежить, наскільки ефективно особистість чи організація зможе налагодити контакти з іншими людьми, налагодити партнерства або вийти на нові ринки. У бізнес-сфері, наприклад, імідж компанії може стати вирішальним чинником для укладання контрактів або залучення інвестицій. Це показує, як імідж може служити важливим зв'язком між різними соціальними групами та об'єктами [23].

І, нарешті, важлива функція іміджу – самовираження. Імідж є способом виразити себе, свої переконання та цінності через зовнішній вигляд, поведінку або комунікацію. Ця функція важлива як для окремих осіб, так і для організацій, які через імідж можуть продемонструвати свою ідентичність, культурні особливості, унікальність та прагнення до досягнення певних цілей. Через імідж можна не лише створити враження, але й активно формувати власне оточення та впливати на його сприйняття [75].

В сучасній іміджелогії виділяють різні види іміджу. Так, види іміджу можуть бути різноманітними, оскільки вони охоплюють різні аспекти соціальної взаємодії та самопрезентації. Один з основних видів іміджу – це особистісний імідж, який визначає, як індивід сприймається оточенням. Цей імідж включає в себе зовнішній вигляд, манеру поведінки, стиль комунікації та інші особистісні характеристики, що допомагають створити цілісне враження про людину. Важливою складовою особистісного іміджу є соціальна репутація, яка може бути сформована на основі попередніх дій, досягнень або відносин з іншими людьми.

Існує також професійний імідж, який визначає, як індивід або фахівець сприймається в контексті його професійної діяльності. Професійний імідж залежить від знань, навичок, досвіду, а також від способу виконання робочих завдань і комунікацій з колегами та клієнтами. Наприклад, лікар, адвокат чи бізнесмен формує свій імідж через свою компетентність, відповідальність і етичні норми роботи. У професійному іміджі важливими є не тільки успіхи в кар'єрі, але й здатність до співпраці, комунікабельність та лідерські якості [6].

Корпоративний імідж відноситься до того, як організація сприймається своїми клієнтами, партнерами та громадськістю. Це образ компанії, який створюється через її продукцію, маркетингові стратегії, корпоративну культуру та взаємодію з іншими організаціями та споживачами. Корпоративний імідж є важливим для залучення клієнтів, підвищення лояльності до бренду та створення конкурентних переваг на ринку. Позитивний корпоративний імідж дозволяє компанії зміцнити свої позиції на ринку, забезпечити стабільний фінансовий стан і розширювати сферу впливу [5].

Також виділяють публічний імідж, який має особливе значення для політичних діячів, публічних осіб та лідерів думок. Публічний імідж визначає, як ці особистості сприймаються громадськістю через їхні політичні погляди, публічні виступи, соціальну активність і поведінку. Створення позитивного публічного іміджу є важливим для політиків, оскільки він безпосередньо впливає на їхній успіх на виборах, здатність заручитися підтримкою виборців та досягнення політичних цілей. У цьому контексті важливо, щоб імідж відповідав реальним діям і переконанням, адже неприязнь до публічної особи може виникнути в разі невідповідності іміджу та реальності [52].

Цікавим є медіаімідж, сформований через засоби масової інформації та сучасні медіаплатформи, зокрема соціальні мережі. Медіаімідж особливо важливий у сучасному світі, коли люди отримують більшість інформації через новини, інтернет і соцмережі. Від того, як представлена особа чи організація в медіа, залежить її популярність, публічне сприйняття і вплив на громадську думку. Медіаімідж може бути як позитивним, так і негативним, залежно від того, як особа або організація виступає в медіапросторі [32].

Важливим є також емоційний імідж, що відображає те, як особа чи організація викликає емоційні реакції у своїх оточуючих. Це може бути імідж, який формує відчуття безпеки, радості, натхнення або, навпаки, тривоги чи агресії. Наприклад, деякі бренди створюють імідж, який викликає відчуття надійності, а інші – емоційне піднесення через інноваційність і креативність. Емоційний імідж є особливо важливим для споживчого ринку, оскільки він безпосередньо впливає на емоційну прив'язаність до бренду чи особи.

Стратегічний імідж є свідомо сформованим іміджем, який створюється з метою досягнення певних довгострокових цілей. Це може бути імідж, який розвивається для зміцнення позицій на ринку, поліпшення професійної репутації чи підвищення популярності в суспільстві. Стратегічний імідж зазвичай включає в себе ретельно продуману комунікаційну політику, управління брендом і активну роботу з громадською думкою [11].

Важливими є персональний імідж та сімейний імідж. Персональний імідж визначає те, як сприймається конкретна особа в особистому чи професійному контексті, в той час як сімейний імідж включає в себе загальний образ родини, її соціальний статус та відносини з іншими людьми. Створення сімейного іміджу є важливим для організацій, де родинні стосунки мають значення для розвитку бізнесу або соціальної діяльності [54].

Окремо можна виділити позитивний та негативний імідж. Позитивний імідж створюється через досягнення, успіхи, хорошу репутацію та поведінку, що відповідає соціальним стандартам та очікуванням. Негативний імідж формується через помилки, скандали, порушення норм і невиконання обіцянок. Кожен з цих типів іміджів має великий вплив на життя людини чи організації. Негативний імідж може обмежити можливості для розвитку та соціального просування, тоді як позитивний імідж відкриває нові горизонти і можливості.

Негативний і позитивний імідж є двома основними видами іміджу, які визначають, як особистість чи організація сприймається в суспільстві, на основі чого формуються оцінки та реакції оточуючих. Ці види іміджу можуть мати значний вплив на кар'єру, соціальні відносини, успіхи в бізнесі та публічне визнання. Позитивний імідж – це імідж, який формує в оточуючих позитивне

враження про людину чи організацію. Це результат поєднання різних факторів: поведінки, зовнішнього вигляду, професіоналізму, досягнень, чесності, відповідальності та соціальної активності. Позитивний імідж часто пов'язаний з високими моральними і етичними стандартами, що створюють враження надійності, компетентності та відкритості. Для організацій позитивний імідж може бути основою для встановлення довіри серед клієнтів і партнерів, підвищення лояльності споживачів, залучення нових інвестицій і досягнення високих позицій на ринку. У випадку політиків чи публічних осіб позитивний імідж є ключовим для здобуття підтримки виборців, оскільки він визначає рівень довіри та авторитету серед громадськості [7].

Основними ознаками позитивного іміджу є: відкритість, чесність, компетентність, надійність, доброзичливість, професіоналізм, відповідальність, а також здатність до конструктивної комунікації та взаємодії з іншими. Коли людина чи організація має позитивний імідж, її сприймають як того, хто здатен досягати результатів, вирішувати проблеми та виконувати обіцянки, що створює передумови для подальшого розвитку [18].

Негативний імідж, у свою чергу, формується через неправильні вчинки, неетичну поведінку, порушення обіцянок або соціальних норм. Це імідж, який викликає у людей недовіру, сумніви або навіть неприязнь. Причиною негативного іміджу можуть бути різноманітні фактори: некомпетентність, агресивна або неприязна поведінка, відсутність відповідальності, порушення етики та моральних стандартів. Негативний імідж також може виникнути через непрофесіоналізм або невиконання обов'язків, що призводить до розчарувань серед клієнтів чи партнерів [70].

Негативний імідж може мати серйозні наслідки для кар'єри або репутації організації. Наприклад, компанія, яка не дотримується своїх обіцянок або не відповідає вимогам клієнтів, може втратити споживачів та знизити свою конкурентоспроможність на ринку. У політиці негативний імідж може призвести до втрати етренеральної підтримки та поразки на виборах, а в бізнесі – до зниження прибутків і руйнування довіри з боку партнерів і споживачів. Це

також може впливати на моральний стан співробітників і атмосферу в організації [5].

Негативний імідж можна змінити, але для цього необхідно провести серйозну роботу: усунути причини, що його створюють, виправити помилки, змінити поведінку, показати реальні зміни та відновити довіру. Часто це потребує часу і послідовних дій, спрямованих на поліпшення образу через взаємодію з громадськістю, публічні вибачення, демонстрацію позитивних змін у діяльності. В результаті, позитивний імідж є основою для довгострокового успіху, розвитку та підтримки стабільних відносин з оточуючими. Негативний імідж є бар'єром для досягнення бажаних результатів і може стати причиною втрати можливостей. Створення і підтримка позитивного іміджу є важливою складовою для досягнення соціальних, професійних та бізнесових цілей, в той час як негативний імідж потребує активних зусиль для виправлення і подолання.

Отже, імідж, як психосоціальний феномен є важливим інструментом у процесах соціальної взаємодії та самовираження. Він представляє собою не тільки зовнішній образ особистості або організації, а й відображає глибші психічні та соціальні механізми, що впливають на сприйняття і взаємодію з оточуючими. Імідж формується через комунікацію, поведінку, вигляд і емоційні реакції, створюючи цілісне враження, яке сприймається іншими людьми. Значення іміджу полягає в його здатності впливати на відносини між індивідами та їхніми соціальними групами. Він виступає важливим чинником у формуванні соціальних ролей, самоідентифікації та інтеграції особистості в суспільство. Позитивний імідж сприяє розвитку довіри, взаєморозуміння та ефективної комунікації, що є основою для успішної соціальної взаємодії, професійного зростання і досягнення особистісних цілей. Негативний імідж, у свою чергу, може призвести до соціальної ізоляції та відчуження.

1.2. Професійно-психологічні передумови формування іміджу сучасного керівника

Формування іміджу сучасного керівника є складним і багатоаспектним процесом, який базується на поєднанні професійних навичок, особистісних якостей і соціально-психологічних факторів. Професійно-психологічні передумови формування іміджу керівника охоплюють цілу низку аспектів, серед яких важливими є комунікаційні здібності, емоційний інтелект, лідерські якості, здатність до прийняття рішень, а також вміння справлятися зі стресом і адаптуватися до змін. Психологічний аспект іміджу сучасного керівника включає в себе не лише його внутрішню самосвідомість, а й те, як він здатний впливати на оточуючих, створюючи атмосферу довіри і співпраці.

Здатність до самопрезентації, управління іміджем, а також підтримання позитивного психологічного клімату в колективі має важливе значення для досягнення ефективного управління. Психологічні аспекти іміджу допомагають керівнику не лише в успішному виконанні професійних обов'язків, але й у створенні позитивного образу, який є важливою складовою його лідерської ролі в організації. Професійно-психологічні передумови формування іміджу керівника включають низку важливих аспектів, які забезпечують ефективне управління та сприяють позитивному сприйняттю керівника оточуючими [3].

Так, емоційний інтелект та лідерські якості є важливими професійно-психологічними передумовами формування іміджу сучасного керівника. Перш за все, емоційний інтелект визначається як здатність керівника не тільки розпізнавати та розуміти свої емоції, але й контролювати їх, а також ефективно реагувати на емоції інших людей. Це важливий аспект, оскільки емоції можуть значно впливати на прийняття рішень, комунікацію та взаємодію з командою. Керівник з високим рівнем емоційного інтелекту здатний створювати атмосферу довіри та підтримки в колективі, що є необхідною умовою для ефективної роботи. Він вміє тонко відчувати емоційний стан своїх співробітників і вчасно реагувати на їхні потреби, мотивуючи їх на досягнення високих результатів.

Емоційний інтелект допомагає керівникові не тільки підтримувати позитивний мікроклімат в колективі, але й ефективно вирішувати конфлікти. У будь-якій команді можуть виникати суперечки чи непорозуміння, і важливо,

щоб керівник вмів оперативно залагоджувати ці ситуації, використовуючи емоційно зрілий підхід. Це дозволяє уникнути ескалації конфліктів і сприяє створенню здорових, професійних стосунків між співробітниками. Крім того, емоційний інтелект дає керівникові можливість краще розуміти своїх підлеглих, підтримувати їх у важкі моменти, а також адекватно оцінювати атмосферу в колективі, своєчасно вживаючи заходів для покращення ситуації [25].

Лідерські якості є ще однією ключовою передумовою для формування позитивного іміджу керівника. Лідерство вимагає здатності не тільки приймати обґрунтовані рішення, а й бути прикладом для інших. Керівник, який проявляє лідерські якості, надихає свою команду на досягнення спільних цілей і мотивацію до високих результатів. Він розуміє, що успіх колективу залежить від його власного вміння організувати роботу, поставити чіткі завдання і, найголовніше, підтримувати кожного члена команди на шляху до досягнення цих цілей. Лідер не боїться брати на себе відповідальність за результати роботи колективу, що дозволяє зберігати стабільність і впевненість у своїх силах [5].

Справжній лідер є не тільки стратегом, який визначає напрямки розвитку організації, але й психологом, який розуміє потреби своєї команди. Його здатність мотивувати підлеглих і залучати їх до процесу прийняття рішень створює атмосферу спільного прагнення до успіху. Керівник, який проявляє лідерські якості, викликає повагу серед колег та підлеглих, оскільки вони бачать в ньому не тільки людину, яка ставить завдання, але й того, хто готовий підтримати на кожному етапі роботи. Це дозволяє створювати атмосферу співпраці, а не конкуренції, що є необхідною умовою для розвитку організації.

Комунікаційні навички та стресостійкість є важливими професійно-психологічними передумовами для формування іміджу сучасного керівника. Сьогодні успішний керівник повинен мати не лише високий рівень професіоналізму, але й уміння ефективно взаємодіяти з людьми на різних рівнях – від підлеглих до партнерів і клієнтів. Однією з основних складових успішної взаємодії є комунікаційні навички, які дозволяють керівнику чітко і зрозуміло передавати інформацію, слухати та враховувати думки інших.

Уміння донести свої ідеї так, щоб вони були зрозумілі і сприйняті, є важливою складовою ефективного управління та прийняття рішень. Керівник з високими комунікаційними навичками здатний організувати конструктивний діалог, що сприяє кращому розумінню і співпраці в команді [63].

Правильна комунікація дає змогу не лише передавати інформацію, але й налаштовувати позитивні взаєностосунки між членами колективу. Важливо, щоб керівник вмів не тільки говорити, але й слухати своїх співробітників. Активне слухання допомагає краще розуміти потреби, думки та проблеми підлеглих, що дозволяє коригувати стратегії управління та забезпечувати більш ефективну роботу команди. Керівник, який не ігнорує думки своїх співробітників, створює атмосферу довіри, де кожен почувається важливим і залученим до процесу. Це підвищує мотивацію та залученість співробітників до роботи, сприяє поліпшенню морального клімату в колективі [31].

Вміння вести переговори є ключовою складовою комунікаційних навичок керівника. У процесі переговорів важливо зберігати професіоналізм і бути здатним досягати компромісів, не втрачаючи при цьому авторитету. Переговори можуть мати різний контекст: від внутрішніх корпоративних питань до зовнішніх угод із партнерами чи клієнтами. Керівник, який володіє цією навичкою, здатний ефективно вирішувати конфлікти, мінімізувати ризики і знаходити взаємовигідні рішення. Це, у свою чергу, зміцнює імідж керівника як людини, яка володіє не лише стратегічним мисленням, а й здатністю підтримувати рівновагу у відносинах з іншими сторонами.

Стресостійкість є ще одним важливим аспектом, який безпосередньо впливає на імідж сучасного керівника. Керівництво часто пов'язане з високим рівнем стресу, оскільки постійно потрібно приймати важливі рішення, координувати діяльність команди, розв'язувати конфлікти та стикатися з непередбаченими ситуаціями. Керівник, який здатний зберігати спокій у складних умовах, викликає повагу і довіру серед своїх підлеглих. Стресостійкість дозволяє ефективно приймати рішення навіть в умовах невизначеності, не піддаючись паніці або імпульсивним діям. Це важлива риса

для керівника, оскільки від нього залежить, чи буде команда зберігати свою продуктивність і мотивацію у важких ситуаціях [57].

Рефлексія є ключовою професійно-психологічною передумовою для формування іміджу сучасного керівника. Рефлексія – це процес осмислення та оцінки власних вчинків, дій та рішень, який дозволяє керівникові вчитися на своїх помилках та вдосконалювати свої навички. Важливо, щоб керівник не лише аналізував успіхи, але й не боявся визнавати свої помилки. Саме через рефлексію він може отримати цінні уроки, які допомагають йому ставати більш ефективним у майбутньому. Професійна рефлексія також дозволяє керівникові розвивати критичне мислення, що є важливою складовою його здатності до прийняття обґрунтованих і ефективних рішень. Наприклад, після оцінки своїх вчинків керівник може змінити свій стиль керівництва, оптимізувати процеси прийняття рішень або працювати над вдосконаленням особистих якостей, таких як емоційна стійкість чи комунікативні навички [21].

Другим важливим аспектом для формування іміджу сучасного керівника є здатність вирішувати конфлікти та управляти емоціями. Вміння вчасно помічати конфлікти в колективі та знаходити оптимальні шляхи їхнього вирішення є невід'ємною частиною професійного розвитку керівника. Керівник, який здатний ефективно управляти конфліктними ситуаціями, не лише зберігає стабільність у команді, але й зміцнює свій імідж як справедливого та компетентного лідера. Це важливо не тільки для досягнення високих результатів у роботі, але й для створення атмосфери довіри та поваги серед співробітників.

Вирішення конфліктів передбачає не лише знайдення компромісів, але й підтримку конструктивних стосунків між співробітниками. Керівник, який вміє грамотно підходити до вирішення суперечок, демонструє свою зрілість та професіоналізм. Важливою складовою є вміння слухати, що дозволяє розуміти, чому виник конфлікт, і знайти найкращий спосіб вирішення ситуації, який задовольняє всі сторони. Правильне вирішення конфлікту дозволяє знизити рівень напруження в колективі і покращити міжособистісні стосунки, сприяючи покращенню морального клімату в організації [57].

Уміння керівника управляти своїми емоціями в складних ситуаціях також є важливою професійно-психологічною передумовою. Керівник, який зберігає спокій і стриманість у кризових ситуаціях, демонструє своїм підлеглим приклад професіоналізму та лідерства. Коли керівник здатний контролювати свої емоції і не піддаватися паніці, це допомагає йому приймати більш зважені і обґрунтовані рішення. Крім того, емоційна стійкість керівника сприяє створенню стабільної і здорової атмосфери в команді, де кожен співробітник відчуває підтримку і безпеку. Керівник, який володіє цими навичками, здатний не лише успішно вирішувати конфлікти, але й створювати умови для їх попередження. Адже багато конфліктів виникає через недостатню комунікацію або непорозуміння, тому важливо, щоб керівник умів створювати атмосферу відкритості [8].

Високий рівень професіоналізму та адаптивність є двома критичними професійно-психологічними передумовами для формування іміджу сучасного керівника. Керівник, який має глибокі знання специфіки діяльності організації та розуміє ринок, галузеві тенденції та конкурентне середовище, здатний ефективно орієнтуватися в динамічному світі бізнесу та управління. Високий професіоналізм включає в себе не лише знання теоретичних аспектів управління, але й практичні навички в стратегічному плануванні, управлінні проектами та прийнятті обґрунтованих рішень. Керівник, який володіє такими навичками, створює враження компетентності та надійності, що безпосередньо впливає на формування позитивного іміджу в очах його підлеглих та колег. Вони розуміють, що мають справу з лідером, який здатний забезпечити організацію стабільним розвитком і вивести її на нові рівні успіху [60].

У сучасних умовах, коли ринки швидко змінюються і нові виклики виникають регулярно, знання стратегічних принципів стає необхідністю для кожного керівника. Керівник, який має високий рівень професіоналізму, здатний не тільки розпізнавати тенденції та можливості на ринку, але й вчасно адаптувати організацію до нових умов. Він розуміє, як ефективно керувати ресурсами, визначати пріоритети та формулювати стратегії, які сприятимуть досягненню довгострокових цілей компанії. Професіоналізм керівника також

проявляється у здатності приймати складні рішення в умовах невизначеності, що потребує не лише аналітичних здібностей, але й інтуїції та досвіду.

Крім того, високий професіоналізм є основою для впевненості підлеглих у своєму керівникові. Якщо співробітники бачать, що їхній керівник розуміється на тонкощах бізнесу, вміє приймати правильні рішення, то вони будуть довіряти йому більше. Це довіра, у свою чергу, підвищує ефективність командної роботи і мотивує співробітників до більш високих досягнень. Керівник, який є експертом у своїй галузі, здатний забезпечити не лише високий рівень управління, а й підтримувати культуру розвитку в організації. Така професійна компетентність створює імідж керівника як лідера, на якого можна покластися, що є важливою складовою його авторитету [71].

Наступним важливим аспектом, що визначає імідж керівника, є його адаптивність та гнучкість. Сучасний бізнес-світ швидко змінюється, і керівники, які не здатні адаптуватися до нових реалій, можуть опинитися в ситуації, коли їхня організація втратить конкурентні переваги. Адаптивність керівника означає здатність оперативно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, будь то зміни в ринкових умовах, технологічні інновації чи економічні кризи. Керівник з високим рівнем адаптивності здатний швидко оцінювати ситуацію, коригувати стратегії та вживати необхідних заходів для забезпечення стійкості організації. Вміння змінювати підходи до управління та використовувати нові можливості є важливою складовою успіху компанії в умовах постійних змін.

Адаптивність також включає здатність керівника до інноваційного мислення, готовності до впровадження нових ідей і технологій, що дозволяє організації залишатися конкурентоспроможною на ринку. Керівник, який вміє впроваджувати зміни, не тільки збільшує шанси на успіх своєї компанії, але й покращує свій імідж як лідера, який здатен вести організацію через різні етапи розвитку. Це означає, що він не лише реагує на зміни, а й активно шукає нові можливості для росту, що демонструє його стратегічне мислення та готовність до інновацій. Гнучкість керівника полягає у його здатності адаптувати свою стратегію до нових умов без втрати ефективності. Це включає в себе зміну

тактики у відповідь на нові виклики, перегляд планів та цілей на тлі змінюваних обставин. Керівник, який вміє бути гнучким, не зациклюється на одному шляху, а шукає оптимальні рішення в кожній конкретній ситуації. Це дозволяє йому приймати ефективні рішення навіть у складних або кризових ситуаціях [8].

Моральні та етичні принципи, а також мотивація та підтримка команди є важливими професійно-психологічними передумовами для формування іміджу сучасного керівника. Важливо, щоб керівник підтримував високі моральні стандарти, діяв чесно і справедливо. Це не лише впливає на його професійну репутацію, але й стає основою для формування довіри до нього з боку підлеглих та колег. Керівник, який дотримується етичних норм і принципів, створює атмосферу, в якій співробітники відчують, що вони можуть покластися на нього в будь-якій ситуації. Це забезпечує стабільність у колективі, оскільки довіра є фундаментом будь-яких здорових відносин у робочій атмосфері.

Моральні та етичні принципи керівника, такі як чесність, відповідальність і справедливість, дозволяють уникати внутрішніх конфліктів і створюють позитивний клімат у колективі. Коли керівник діє відповідно до цих принципів, він стає авторитетом для співробітників, і вони знають, що можуть розраховувати на справедливе ставлення незалежно від ситуації. Чесність керівника важлива не лише у щоденних взаєминах, але й у прийнятті стратегічних рішень, що впливають на майбутнє організації. Керівник, який не ховає важливу інформацію і не приймає корисливих рішень, здобуває повагу і підтримку з боку свого колективу [54].

Моральна стійкість та етика керівника є також важливими для того, щоб створювати здорову корпоративну культуру в організації. Це проявляється не тільки у ставленні до співробітників, але й у взаємодії з клієнтами, партнерами та іншими стейкхолдерами. Керівник, який дотримується високих етичних стандартів у своїй діяльності, задає тон для всього колективу. Кожен член команди, спостерігаючи за такими якостями лідера, вчиться працювати за принципами чесності, відповідальності та взаємоповаги. Це допомагає

формувати імідж організації як такої, що цінує моральні стандарти і ставить інтереси своїх працівників та партнерів на перше місце.

Неможливо розглядати ефективне керівництво без вміння мотивувати команду. Мотивація та підтримка команди є складовою професійного іміджу сучасного керівника. Один з головних аспектів управління – це створення умов для розвитку підлеглих і стимулювання їхнього бажання досягати високих результатів. Керівник, який здатний мотивувати своїх співробітників, зазвичай створює атмосферу довіри, що позитивно впливає на продуктивність та взаємодію в колективі. Це означає, що він не тільки встановлює чіткі цілі та завдання, але й підтримує підлеглих, допомагаючи їм досягати цих цілей, визнаючи їхні досягнення і надаючи необхідний зворотний зв'язок [5].

Підтримка команди проявляється в здатності керівника визначати сильні сторони кожного співробітника та створювати умови для їхнього розвитку. Це включає як професійне навчання та вдосконалення навичок, так і моральну підтримку, коли співробітники стикаються з труднощами. Визнання досягнень підлеглих, похвала за їхні успіхи та надання конструктивного зворотного зв'язку допомагає підвищити їхню мотивацію та відданість роботі. Керівник, який підтримує своїх співробітників не тільки в успіхах, але й в складних ситуаціях, здобуває довіру, що сприяє поліпшенню загальної ефективності команди.

Важливою є здатність керівника допомогти співробітникам знаходити внутрішню мотивацію для досягнення високих результатів. Це включає розуміння того, що кожен член команди має свої унікальні потреби та прагнення. Одні можуть бути мотивовані фінансовими винагородами, інші – можливістю професійного росту чи новими можливостями для навчання. Керівник, який здатний індивідуально підходити до кожного співробітника та зрозуміти його мотиваційні чинники, значно підвищує ефективність роботи команди в цілому.

Завдяки вмотивованій та підтриманій команді керівник може досягти значних результатів, оскільки кожен співробітник буде працювати на спільну мету з високим рівнем відданості та залученості. Тому здатність мотивувати

команду і підтримувати її членів є важливим аспектом, який безпосередньо впливає на імідж керівника. Керівник, який може створити таку атмосферу, демонструє свою здатність не лише управляти організацією, але й бути справжнім лідером, який піклується про своїх людей [43].

Отже, професійно-психологічні передумови формування іміджу сучасного керівника є важливими складовими його успішної діяльності та ефективного управління організацією. Від цих передумов залежить, як керівник буде сприйматися як в середині колективу, так і за його межами. Емоційний інтелект, лідерські якості, комунікаційні навички, стресостійкість, самосвідомість, моральні та етичні принципи – усі ці фактори сприяють створенню позитивного іміджу, адже дозволяють керівникові не тільки ефективно вирішувати завдання, але й забезпечувати комфортну та продуктивну атмосферу для своїх підлеглих. У свою чергу, позитивний імідж є необхідною умовою для досягнення стратегічних цілей організації, оскільки сприяє залученню нових партнерів, підвищенню лояльності співробітників і створенню стабільного клімату.

1.3. Соціально-психологічні чинники формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери

Формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери є надзвичайно важливим для ефективного функціонування цієї галузі, оскільки від цього залежить не лише репутація самого керівника, а й загальний успіх організації. Соціальна сфера, що охоплює численні установи, зокрема медичні, освітні та соціальні заклади, тісно пов'язана з життєво важливими потребами населення. Керівники таких організацій повинні бути не лише висококваліфікованими спеціалістами, але й здатними створювати атмосферу довіри, відкритості та співпраці серед своїх підлеглих, клієнтів та партнерів. В умовах постійних змін і високих вимог до соціальних установ роль лідерства стає ключовою для забезпечення стабільності та розвитку цих закладів.

Позитивний імідж керівника соціальної сфери допомагає формувати довіру до організації, залучати додаткові ресурси, покращувати взаємодію з громадами та підвищувати рівень задоволення потреб тих, хто отримує соціальні послуги. Керівник, який має позитивний імідж, здатен не лише мотивувати команду до досягнення високих результатів, але й ефективно взаємодіяти з громадськістю та партнерами. Крім того, імідж керівника, побудований на основі високих етичних і моральних принципів, дозволяє закладу соціальної сфери ефективно реагувати на соціальні виклики, забезпечувати високу якість обслуговування та зміцнювати свою позицію в суспільстві. Тому необхідність формування позитивного іміджу є ключовим фактором для успішного управління сучасними соціальними установами [21].

Так, довіра з боку колективу є одним з основних соціально-психологічних чинників, що безпосередньо впливає на формування позитивного іміджу керівника закладу соціальної сфери. Керівник, який виявляє відкритість, чесність та готовність до діалогу, здобуває повагу та підтримку серед своїх підлеглих. Взаємна довіра створює атмосферу, в якій співробітники відчують себе впевненими, що в свою чергу сприяє підвищенню їх мотивації та залученості до роботи. Такий керівник сприймається як авторитет, здатний приймати рішення, які відповідають інтересам як організації, так і її співробітників.

Коли керівник діє відкрито, він надає можливість підлеглим висловлювати свою думку, що дозволяє уникати конфліктів та непорозумінь. Важливою рисою такого керівника є також здатність до самокритики та визнання власних помилок. Це формує атмосферу взаємоповаги, де кожен співробітник почувається важливим і підтримуваним. У свою чергу, така довіра стимулює високий рівень відповідальності та ініціативності у команді, адже люди розуміють, що їхня праця цінується і визнається. Відкритість у спілкуванні сприяє більш ефективному вирішенню завдань і проблем, що виникають на різних рівнях організації [44].

Ще однією важливою складовою позитивного іміджу керівника є його соціальна відповідальність. У закладах соціальної сфери, де обслуговуються

різні верстви населення, включаючи найуразливіші категорії, керівник має враховувати не лише внутрішні потреби організації, але й інтереси суспільства в цілому. Соціальна відповідальність передбачає здатність приймати етичні рішення, які сприяють розвитку громади, покращенню умов життя її членів і дотриманню прав людини. Керівник, який активно включається у вирішення соціальних проблем і робить свій заклад частиною соціально відповідальної ініціативи, здобуває визнання не тільки всередині колективу, але й серед партнерів та громадськості [39].

Соціальна відповідальність керівника полягає також у здатності приймати стратегічні рішення, які мають довгостроковий позитивний вплив на розвиток організації та її оточення. Такий керівник орієнтований на сталий розвиток, що включає в себе як підвищення ефективності роботи закладу, так і активну участь у вирішенні проблем соціального характеру. Наприклад, він може ініціювати проекти, спрямовані на підтримку незахищених груп населення, або активно взаємодіяти з іншими соціальними інститутами для досягнення загальних цілей.

Завдяки соціальній відповідальності керівник створює імідж не лише лідера організації, а й активного учасника соціального процесу, що сприяє розвитку місцевої громади та суспільства в цілому. Це дозволяє йому заробити повагу не тільки серед підлеглих, але й серед широкого кола людей, які оцінюють не лише професіоналізм, але й моральні якості та прагнення керівника до позитивних змін у соціальному середовищі. Разом ці чинники – довіра з боку колективу та соціальна відповідальність – формують основу позитивного іміджу керівника закладу соціальної сфери. Вони дозволяють не тільки ефективно управляти організацією, але й бути прикладом для інших, демонструючи важливість моральних принципів у професійній діяльності. Керівник, який поєднує ці якості, здатен забезпечити стійкий розвиток закладу та зробити вагомий внесок у вирішення соціальних проблем, зміцнюючи тим самим свій позитивний імідж як лідера та соціально відповідальної особистості [3].

Комунікаційна відкритість є важливим соціально-психологічним чинником формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери. У закладах, де важливу роль відіграє взаємодія з різними соціальними групами – підлеглими, клієнтами та партнерами, готовність керівника до відкритого діалогу стає важливим інструментом для створення ефективної атмосфери співпраці. Керівник, який відкрито ділиться своїми планами та рішеннями, здобуває довіру колективу та всіх, хто взаємодіє з організацією. Така відкритість допомагає уникати непорозумінь, сприяє кращому розумінню потреб та очікувань інших людей, що, в свою чергу, покращує роботу закладу та взаємодію між усіма учасниками процесу.

Чіткість і доступність у вираженні думок є також важливими аспектами комунікаційної відкритості. Керівник, який здатний донести свої ідеї до команди і зацікавлених сторін зрозуміло та без двозначностей, мінімізує ризик непорозумінь і знижує рівень стресу в колективі. Такий підхід дозволяє сприяти продуктивній роботі та злагодженості в організації, бо всі співробітники та партнери чітко розуміють цілі та стратегії закладу. Крім того, комунікаційна відкритість вимагає від керівника активного слухання, здатності враховувати різні точки зору та пропозиції. Це сприяє формуванню атмосфери взаємної поваги та партнерства, що особливо важливо у соціальній сфері, де велика кількість людей має різні потреби та очікування [20].

Наступним важливим чинником є психологічна підтримка співробітників, яка є невід'ємною частиною ефективного управління і формування позитивного іміджу керівника. У соціальних установах, де працівники часто стикаються з важкими ситуаціями, такими як робота з уразливими верствами населення, важливою є здатність керівника підтримувати моральний дух команди. Керівник, який розуміє емоційні потреби своїх співробітників, може забезпечити стабільність і гармонію в колективі. Це створює атмосферу психологічної безпеки, де працівники відчувають підтримку і можуть зосередитися на виконанні своїх обов'язків [45].

Психологічна підтримка керівника проявляється не лише в словах, а й у конкретних діях: надання можливості для зняття стресу, організація тренінгів з

подолання стресу, а також інші ініціативи, які сприяють підтримці емоційного благополуччя працівників. Керівник, який турбується про психологічне здоров'я своєї команди, створює середовище, де люди не бояться виражати свої переживання і запитання. Це дозволяє вирішувати внутрішні проблеми до того, як вони переростуть у серйозні конфлікти, та сприяє підвищенню ефективності роботи всього колективу закладу соціальної сфери.

Більше того, психологічна підтримка керівника створює позитивний імідж організації в цілому. Коли співробітники відчують, що їхні емоційні та професійні потреби враховуються, вони готові працювати на результат і підтримувати керівника у досягненні цілей закладу. Такі організації, в свою чергу, зазвичай мають високу репутацію не тільки серед співробітників, а й серед клієнтів, оскільки уважність до потреб своїх працівників свідчить про високий рівень соціальної відповідальності організації [31].

Крім того, керівник, який демонструє готовність до відкритого діалогу і психологічної підтримки, здатен сприяти більш тісній взаємодії з іншими соціальними інститутами та партнерами. Це дозволяє будувати партнерські стосунки не лише на основі формальних домовленостей, а й на основі взаємної довіри та готовності до конструктивного обміну думками. У свою чергу, така взаємодія з різними соціальними структурами підвищує імідж керівника як професіонала, який здатний створити позитивну атмосферу як всередині організації, так і в її зовнішньому оточенні [18].

Емоційна компетентність є важливим соціально-психологічним чинником, що формує позитивний імідж сучасного керівника закладу соціальної сфери. Цей аспект передбачає здатність керівника не лише регулювати власні емоції, але й розуміти емоції інших людей, що є критично важливим у роботі з різними соціальними групами. Керівник, який володіє емоційною компетентністю, може швидко оцінити емоційний стан співробітників, клієнтів чи партнерів і відповідно коригувати свої дії. Це дозволяє ефективно реагувати на будь-які ситуації, навіть у моменти стресу чи непередбачуваних обставин.

Управління емоціями також включає в себе здатність залишатися спокійним та зібраним у стресових ситуаціях, що важливо, особливо в кризових умовах соціальної сфери. Керівник, який вміє контролювати свої емоції, демонструє впевненість і надійність для команди, що зміцнює його позитивний імідж як лідера, здатного приймати обґрунтовані рішення навіть в умовах стресу. Оскільки робота в соціальній сфері часто супроводжується емоційно важкими ситуаціями, наприклад, з людьми, які переживають труднощі, таке вміння допомагає зберігати спокій і підтримувати стабільність у колективі.

Крім того, емоційна компетентність дає керівникові можливість не лише самостійно справлятися з емоційними викликами, але й допомагати підлеглим у цьому процесі. Керівник, який розуміє емоційні потреби своїх співробітників, здатний краще підтримувати їх, надаючи необхідну допомогу в складних ситуаціях. Це дозволяє створювати комфортне психологічне середовище, яке, у свою чергу, сприяє підвищенню ефективності роботи колективу закладу соціальної сфери і формуванню позитивного іміджу керівника як лідера, який дбає про емоційне благополуччя своїх підлеглих [40; 14a].

Важливим чинником є гнучкість та адаптивність в управлінні, що є ключовим для сучасного керівника. У закладах соціальної сфери часто відбуваються зміни як у зовнішньому середовищі, так і у внутрішніх процесах організації. Це можуть бути зміни в законодавстві, фінансуванні, запитах клієнтів або соціальних умовах. Керівник закладу соціальної сфери, який здатний швидко адаптуватися до таких змін, зберігає керованість і стабільність у колективі, що важливо для підтримки ефективності роботи організації. Гнучкість в управлінні дозволяє оперативно реагувати на нові виклики і знаходити оптимальні рішення в умовах невизначеності [11].

Адаптивність керівника виражається також у здатності змінювати стратегії управління залежно від ситуації. Це може включати зміну підходів до роботи з командою, зміну планів розвитку організації або зміну методів взаємодії з клієнтами. Керівник, який володіє цією здатністю, формує імідж лідера, готового до змін і інновацій, що сприяє залученню нових можливостей для організації і підтримці її розвитку. У соціальній сфері, де потреби і

обставини змінюються швидко, така гнучкість є необхідною умовою для ефективного управління. Гнучкість також важлива для керівника в контексті роботи з людьми, оскільки він повинен адаптувати свої підходи до різних особистостей, стилів роботи та потреб співробітників. Керівник закладу соціальної сфери, який здатний змінювати свої стратегії управління відповідно до ситуації, буде більш успішним у створенні комфортної і продуктивної атмосфери в колективі.

Здатність до створення кооперації в команді є важливим соціально-психологічним чинником, який значно впливає на формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери. Керівник, який вміє налаштувати команду на співпрацю, активно працює над формуванням командного духу, що є ключем до високих результатів у роботі. В умовах соціальної сфери, де часто доводиться взаємодіяти з людьми, які знаходяться в складних життєвих обставинах, важливо мати згуртовану команду, де кожен співробітник підтримує іншого і працює на досягнення спільної мети. Тому роль керівника в створенні такої атмосфери не можна переоцінити [8].

Керівник, який акцентує увагу на важливості командної роботи, забезпечує ефективну взаємодію між різними членами колективу, налагоджує комунікацію та допомагає людям зрозуміти, як їх індивідуальні зусилля сприяють загальному успіху. В таких умовах кожен співробітник відчуває свою значущість і цінність, що створює атмосферу взаємоповаги і підтримки. Це сприяє підвищенню загальної продуктивності команди, оскільки коли люди працюють разом, допомагаючи один одному, вони досягають кращих результатів. Створення такої атмосфери співпраці є основою для розвитку організації і досягнення високих стандартів у соціальній роботі, що важливо для формування позитивного іміджу керівника в очах підлеглих та зовнішніх партнерів [25].

Додатково, така здатність керівника допомагає створювати середовище, в якому співробітники не бояться висловлювати свої ідеї та пропозиції. Це сприяє розвитку креативності, зростанню інноваційності та вдосконаленню процесів роботи. Адже лише в атмосфері довіри і взаємопідтримки люди можуть повною

мірою проявляти свої здібності і потенціал. Таким чином, керівник, який уміє створювати кооперацію в команді, формує імідж лідера, здатного не лише досягати високих результатів, а й сприяти розвитку своїх співробітників.

Іншим важливим соціально-психологічним чинником є моральний авторитет керівника закладу соціальної сфери. Керівник, який дотримується етичних норм і принципів у своїй діяльності, здобуває не лише повагу в середині свого колективу, а й серед зовнішніх партнерів та громадськості. Моральний авторитет є основою для довіри та взаємоповаги, адже люди, які працюють під керівництвом такої особи, відчують, що їхній лідер не лише професіонал, але й морально стійка особистість. Це підвищує його імідж як керівника закладу соціальної сфери, який може бути прикладом для інших і заслужено користується авторитетом серед співробітників і в суспільстві [13].

Зазначимо, що керівник закладу соціальної сфери, що дотримується моральних і етичних норм, здатний приймати чесні і справедливі рішення, навіть коли це вимагає складних виборів. Він не боїться діяти згідно з високими етичними стандартами, що викликає повагу не лише серед підлеглих, але й серед партнерів, клієнтів та громади загалом. Це також сприяє формуванню стабільних і взаємовигідних відносин з партнерами та клієнтами закладу соціальної сфери. Адже етика і мораль у соціальних установах мають особливе значення, оскільки такі організації часто працюють з вразливими категоріями населення, де необхідна особлива увага до моральних аспектів.

Моральний авторитет керівника закладу соціальної сфери не обмежується лише його діями в межах організації. Це також стосується його репутації поза межами закладу, адже поведінка керівника у громадському житті також є частиною його іміджу. Керівник, який демонструє високий рівень етичної відповідальності, здатний заробити підтримку громадськості та забезпечити позитивний імідж не лише організації, а й себе особисто. Це дозволяє закладу соціальної сфери створити позитивний образ як на рівні внутрішнього колективу, так і на рівні ширшої громадськості [20].

Роль керівника як мотиваційного лідера є одним із ключових соціально-психологічних чинників формування позитивного іміджу сучасного керівника

закладу соціальної сфери. Керівник, який володіє здатністю надихати свою команду на досягнення спільних цілей, створює атмосферу ентузіазму та залученості, що є важливим для досягнення високих результатів роботи. Мотивація є не лише механізмом для досягнення цілей організації, але й елементом, що підвищує моральний дух співробітників. Коли команда відчуває, що її зусилля визнані та оцінені, це сприяє розвитку відчуття гордості за свою роботу та бажанню продовжувати працювати з повною віддачею [4].

Приязність та доступність є важливими складовими формування позитивного іміджу керівника в закладі соціальної сфери. Керівник, який проявляє дружелюбність і відкритість, стає не лише керівником, а й людиною, до якої можна звернутися за допомогою або порадою. Така доступність сприяє розвитку довіри між керівником та підлеглими, створюючи атмосферу комфорту і співпраці. Коли співробітники відчують, що їхня думка важлива, що керівник готовий вислухати і врахувати їхні побажання, це підвищує рівень задоволення від роботи і стимулює до більш активної участі в робочих процесах [14].

Отже, соціально-психологічні чинники формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери мають ключове значення для ефективності функціонування організації та взаємодії з її співробітниками та громадськістю. Високий рівень емоційної компетентності, здатність до створення кооперації в команді, комунікаційна відкритість, моральний авторитет, а також мотивація та підтримка підлеглих – усі ці чинники не лише сприяють успішному управлінню, але й формують образ керівника як лідера, якому можна довіряти та який здатний надавати підтримку[84a]. Загалом, перелічені соціально-психологічні чинники є важливими для формування іміджу керівника не тільки як професіонала, а й як людини, яка цінує своїх підлеглих і здатна керувати організацією з урахуванням етичних норм та моральних принципів.

1. Імідж є складним психосоціальним феноменом, який відображає уявлення про людину, організацію чи явище, що формується в свідомості інших людей на основі їхніх спостережень, досвіду та взаємодії. Він виступає не лише як зовнішній вигляд або образ, а й як важливий інструмент впливу на соціальні взаємодії та соціальне сприйняття. Імідж має суттєвий вплив на ефективність комунікації, формування довіри та взаємоповаги в міжособистісних відносинах. Як психосоціальний феномен, імідж не лише відображає реальність, але й активно впливає на її зміну, оскільки він є результатом взаємодії між особистісними характеристиками індивіда та соціальним контекстом, у якому цей індивід функціонує. Таким чином, імідж є важливим фактором, що визначає соціальну позицію, вплив і репутацію керівника чи організації.

2. Професійно-психологічні передумови формування іміджу сучасного керівника охоплюють набір якостей, що є основою для ефективного лідерства та взаємодії з підлеглими. Важливими передумовами є емоційний інтелект, лідерські якості, комунікаційні навички, стресостійкість, самосвідомість та рефлексія. Керівник з високим рівнем емоційного інтелекту здатен краще розпізнавати та регулювати свої емоції, а також ефективно взаємодіяти з емоціями інших людей, що є ключовим для підтримки здорового психологічного клімату в організації. Лідерські якості забезпечують здатність керівника мотивувати, надихати і вести команду до досягнення спільних цілей. Професійно-психологічні передумови є основою для формування іміджу керівника як компетентного, впевненого і морально стійкого лідера, здатного приймати важливі рішення і бути прикладом для своїх підлеглих.

3. Соціально-психологічні чинники формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери включають ряд факторів, таких як довіра з боку колективу, соціальна відповідальність, комунікаційна відкритість, психологічна підтримка співробітників, емоційна компетентність, здатність до створення кооперації в команді та моральний авторитет. Довіра між керівником і командою є основою для ефективної співпраці та забезпечує позитивне сприйняття керівника в організації. Соціальна відповідальність керівника, який бере на себе відповідальність не лише за результати діяльності

організації, а й за її соціальний вплив на громадськість, допомагає формувати позитивний імідж серед зовнішніх партнерів і громадян. Крім того, здатність керівника бути доступним, приязним і відкритим для діалогу сприяє зміцненню стосунків з підлеглими та формуванню атмосфери довіри. Усі ці чинники сприяють створенню образу керівника як компетентної, морально стійкої особистості, що турбується про свій колектив і суспільство в цілому, що є важливим для ефективного функціонування закладів соціальної сфери.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

2.1. Критерії, показники та діагностичний інструментарій для вивчення іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери

Констатувальний етап дослідно-експериментальної роботи спрямований на обґрунтування методичного інструментарію діагностики рівня сформованості професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери. Відтак основними завданнями були розробка критеріїв, показників і рівнів сформованості іміджу сучасного керівника соціальної сфери, а також вибір відповідних інструментів для діагностики цих показників. У рамках цього етапу також проводилась діагностика сформованості іміджу на основі визначених критеріїв, що дозволяє оцінити його вихідний рівень у керівників закладів соціальної сфери.

Аналізуючи проблему формування професійного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери, ми переходимо до визначення основних критеріїв і показників, які є важливими для діагностики цього явища. Критерії

(від грецького *kriterion* – засіб для оцінки або вимірювання) є основними орієнтирами для визначення рівня сформованості іміджу. У соціальній сфері критерії повинні бути інформативними, розкритими через конкретні показники, що дозволяють оцінити ступінь сформованості іміджу керівника. Крім того, критерії мають відображати закономірності професійного становлення керівника керівників закладів соціальної сфери та його соціально-управлінську роль, а також мати чітку та якісну характеристику через низку показників.

Науковці, зокрема В. Бондаренко [10], В. Ісаченко [22], О. Межерицька [23], М. Сперанська-Скарга [52] та інші, виокремлюють різні критерії сформованості професійного іміджу, які можуть бути адаптовані для керівників закладів соціальної сфери. О. Межерицька [23] пропонує такі критерії професійно-особистісного іміджу, як особистісна орієнтація на професію, яка включає прагнення до постійного професійного розвитку і самовдосконалення, компетентність і володіння професійно важливими якостями для ефективної взаємодії в соціальній сфері, вміння використовувати вербальні та невербальні засоби комунікації для забезпечення ефективної роботи з командою та клієнтами, наявність теоретичних знань щодо ролі іміджу у професійній діяльності, розуміння його впливу на результативність і репутацію організації.

Т. Іванова також визначає критерії іміджу, зокрема мотиваційно-ціннісні, компетентнісні, діяльнісні та комунікативні. Вона наголошує на важливості цих факторів для розвитку ефективного професійного іміджу керівника соціальної сфери. Зокрема, мотиваційно-ціннісні критерії включають вмотивованість до саморозвитку, соціальну активність та здатність до рефлексії і самоконтролю. При цьому компетентнісні критерії вказують на рівень знань з управлінських, психологічних та соціальних дисциплін, а також на здатність інтегрувати ці знання у реальну практичну діяльність [41].

Грунтуючись на аналізі поглядів науковців щодо визначення критеріїв та змістовних компонентів професійного іміджу, виокремимо три основні критерії, що сприяють оцінці рівня сформованості професійного іміджу здобувачів вищої освіти в контексті їх підготовки до соціальної сфери. Ці критерії, зокрема стимулюючий, когнітивний та діяльнісний, дозволяють не

лише оцінити поточний стан іміджу керівників закладів соціальної сфери, але й визначити основні недоліки та розробити стратегію для його подальшого формування.

1. Стимулюючий критерій є основою мотиваційного аспекту формування професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери. Він базується на прагненні особистості змінити себе, досягти гармонії між внутрішньою та зовнішньою культурами. Це включає розуміння важливості професійного розвитку та формування іміджу як складової цього процесу. Важливим є усвідомлення необхідності роботи над собою та створення позитивного враження про свою професійну діяльність у соціумі.

2. Когнітивний критерій відображає знання керівників закладів соціальної сфери, що сприяють формуванню іміджу. Це розуміння не лише теоретичних аспектів іміджелогії, а й важливих практичних аспектів, зокрема, здатність оцінювати вплив власного іміджу на професійну діяльність. Цей критерій включає знання про структуру професійної діяльності, розуміння основних компонентів професійного іміджу та методи його формування. Це також включає наявність психолого-педагогічних знань, що допомагають усвідомити чинники, які визначають успішне формування іміджу в соціальній сфері.

3. Діяльнісний критерій визначає практичне використання знань у реальному житті. Це не лише теоретична підготовка, а й здатність до творчої реалізації задуму та розвитку власного іміджу. Діяльнісний критерій включає в себе реальні результати іміджевої діяльності: рівень професійної майстерності, уміння працювати над своїм іміджем, впровадження практичних методів формування іміджу в освітній діяльності, а також здатність передавати знання з питань створення індивідуального іміджу.

Також важливо визначити показники, що дозволяють здійснити діагностику рівня професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери. Показники мають відображати різні аспекти кожного критерію.

1. Стимулюючий критерій: мотивація до професійного розвитку, прагнення справляти позитивне враження на колектив і зовнішніх партнерів, залученість до професійної діяльності та соціальних ініціатив.

2. Когнітивний критерій: рівень знань з іміджології та управлінських технологій, розуміння специфіки роботи закладу соціальної сфери та вимог до професійного іміджу, співвідношення теоретичних знань з практичними діями в управлінській діяльності.

3. Діяльнісний критерій: здатність до ефективного управління та організації роботи, професійна поведінка, здатність до комунікації та вирішення конфліктів, наявність конкретних результатів роботи, таких як реалізовані проекти, участь у громадських ініціативах.

Що стосується рівнів сформованості професійного іміджу, то на основі існуючих підходів можна виділити високий, середній та низький рівень.

Керівники керівників закладів соціальної сфери з високим рівнем сформованості іміджу характеризуються чітким розумінням власної професійної ролі, високою мотивацією до самовдосконалення, здатністю ефективно керувати командою і впливати на репутацію організації. Керівник має чітко визначені цілі професійного розвитку, вмотивований на формування і підтримку позитивного іміджу, володіє глибокими знаннями і здатний застосовувати їх на практиці, демонструє високу ефективність управління, здатність до реалізації складних проектів та вирішення проблем.

Середній рівень іміджу у керівників закладів соціальної сфери проявляється в наявності окремих елементів, таких як мотивація до розвитку, проте ці елементи не завжди проявляються на практиці в повній мірі. Керівник має базові знання, але потребує додаткового розвитку та адаптації до змін, показує помітні результати в діяльності, але потребує вдосконалення у деяких аспектах управління закладами соціальної сфери.

Низький рівень іміджу характеризується відсутністю чіткої мотивації, недостатнім розумінням ролі професійного іміджу в управлінні та недостатнім рівнем соціальних навичок і компетенцій. У керівника спостерігається відсутність чітких цілей і стратегій розвитку, низька мотивація до формування професійного іміджу, низький рівень знань і відсутність здатності до їх практичного застосування, зниження ефективності управлінської діяльності, труднощі у взаємодії з колективом та іншими зацікавленими сторонами.

Обґрунтовані критерії, показники та рівні сформованості професійного іміджу керівника закладу соціальної сфери дозволяють оцінити ступінь розвитку цього важливого аспекту професійної діяльності. Вони є основою для подальшої розробки методів діагностики, а також для впровадження ефективних стратегій розвитку іміджу, які сприятимуть підвищенню ефективності роботи закладів соціальної сфери та покращенню взаємодії з учасниками соціального процесу.

Для вивчення мотиваційного компоненту іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери, використано модифікований варіант методики О. Бондарчук, Л. Карамушки, спрямованої на вибір і ранжування за ступенем значущості мотивів формування професійного іміджу, які було розподілено на групи: соціальні, престижні, особистісні, прагматичні та мотиви саморозвитку.

1. Соціальні мотиви: бажання підвищити якість надання соціальних послуг і поліпшити умови життя клієнтів закладу, створення позитивного іміджу закладу соціальної сфери в суспільстві та серед державних органів, внесок у розвиток інноваційних моделей соціальної допомоги та забезпечення рівних можливостей для всіх категорій громадян.

2. Престижні мотиви: бажання отримати позитивні відгуки від підлеглих, колег, громадськості щодо професійної діяльності, прагнення бути визнаним як один із найкращих керівників закладу соціальної сфери, отримання професійних нагород, відзнак, наукових чи управлінських звань, посад.

3. Особистісні мотиви: потреба сформувати власний позитивний імідж як компетентного, етичного та відповідального керівника, уникнення негативних оцінок з боку працівників, підлеглих, громади, створення авторитету в колективі, здатність бути лідером і взірцем для підлеглих.

4. Мотиви саморозвитку: прагнення вдосконалювати власні управлінські навички та знання в сфері соціальної роботи, оволодіння новими методиками і стратегіями управління в соціальній сфері, включаючи зміст формування професійного іміджу керівника, потреба в постійному самовдосконаленні та розвитку в умовах змінюваного соціального середовища.

5. Прагматичні мотиви: бажання забезпечити стабільність і розвиток організації, що сприяє збереженню та покращенню робочих місць, створення умов для матеріальної та соціальної підтримки працівників, розвиток широких соціальних зв'язків, здатність до ефективного лобіювання інтересів закладу на державному та місцевому рівнях [48].

Оцінка рівня мотивів формування іміджу керівника соціальної сфери здійснюється за такими рівнями сформованості:

1. Високий рівень мотивів професійного іміджу констатується, якщо для керівника важливі всі зазначені групи мотивів, із переважанням мотивів саморозвитку та особистісного іміджу в ієрархії мотивів.

2. Низький рівень визначається, якщо для керівника не є суттєвими мотиви саморозвитку або особистісні мотиви, і ці мотиви займають найнижчі позиції в ієрархії.

3. Середній рівень визначається у випадку, якщо для керівника важливі деякі з мотивів, проте вони не є пріоритетними.

Для діагностики рівня засвоєння знань з іміджології використано «Анкету для вивчення сформованості уявлень про сутність, елементи та складові професійного іміджу». Анкета має на меті дослідити уявлення респондентів про сутність поняття «імідж» та «професійний імідж», а також визначити, які складові іміджу є важливими для ефективного керівництва в соціальній сфері [11]. Респондентам пропонується відповісти на питання, що стосуються різних аспектів професійного іміджу керівника. Цей інструментарій сприяє збору даних про уявлення респондентів щодо професійного іміджу керівника соціального закладу, що допомагає краще зрозуміти важливість особистісних і професійних якостей для ефективного виконання управлінських функцій у соціальній сфері.

Для оцінки рівня сформованості діяльнісного компонента використано також Анкету для вивчення іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери, яка має на меті оцінити важливість різних складових професійного іміджу в контексті управлінської діяльності в соціальній сфері. Вона спрямована на те, щоб респонденти оцінили та ранжували різні компоненти, які

впливають на формування професійного іміджу керівника соціального закладу, в залежності від їхньої значущості для них. В анкеті містяться питання про складові професійного іміджу, серед яких респонденти повинні оцінити значущість кожної для створення повноцінного професійного образу. Перша складова – це зовнішній імідж, до якого відносяться такі елементи, як одяг, взуття, аксесуари, зачіска, манера поведінки, прикраси, макіяж тощо. Далі йде внутрішній імідж, який включає знання, вміння, рівень професійної освіти та систему відносин, що визначають внутрішню філософію керівника. Наступною є імідж-символіка, що стосується нагород, відзнак, наукових звань, посадових статусів, рейтингу, фінансового становища та професії. Після заповнення анкети, респондентам орієнтовні запитання для бесіди, щоб уточнити мотиви їхніх виборів та ранжування компонентів. Наприклад, запитання про те, чому респондент поставив певний компонент на перше місце, або які професійні якості вони додали б до анкети. Також розглядається важливість продуктивного іміджу для майбутніх керівників соціальних закладів та можливість додавання чи віднімання складових цього компоненту. Участь у бесіді також дає можливість з'ясувати, який компонент необхідно було б додати для повного створення професійного іміджу керівника соціального закладу, а також чому певні компоненти знаходяться на останніх місцях у рейтингу [43].

Отже, обґрунтовано методичний інструментарій для діагностики рівня сформованості професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери. Розробка критеріїв, показників та рівнів сформованості іміджу стала основою для оцінки поточного стану іміджу керівників, що дозволяє не лише здійснити діагностику, але й створити платформу для подальшого розвитку та вдосконалення професійного іміджу у соціальній сфері. Виокремлено три критерії: стимулюючий, когнітивний та діяльнісний, кожен з яких відіграє ключову роль у формуванні професійного іміджу керівників. Інструментами для діагностики стали анкети, які допомогли зібрати дані про уявлення керівників про важливість різних складових професійного іміджу. Зібрані дані дозволяють оцінити значущість кожної складової, що впливає на ефективність

управлінської діяльності в соціальній сфері, і сприяють подальшій корекції іміджу.

2.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери

Важливим етапом дослідно-експериментальної роботи було визначення вихідного рівня сформованості професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери. Респондентами стали керівники закладів соціальної сфери Тернопільської області. Способом проведення констатувального етапу експерименту виступила онлайн-розсилка діагностичних інструментів. Загалом дослідженням було охоплено 50 керівників закладів соціальної сфери.

Діагностичну роботу розпочато з визначення рівня сформованості мотиваційного компонента професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери. Використано модифікований варіант методики О. Бондарчук, Л. Карамушки, спрямованої на вибір і ранжування за ступенем значущості мотивів формування професійного іміджу, які було розподілено на групи: соціальні, престижні, особистісні, прагматичні, мотиви саморозвитку. Результати проведеного дослідження зазначені на рис. 2.1.

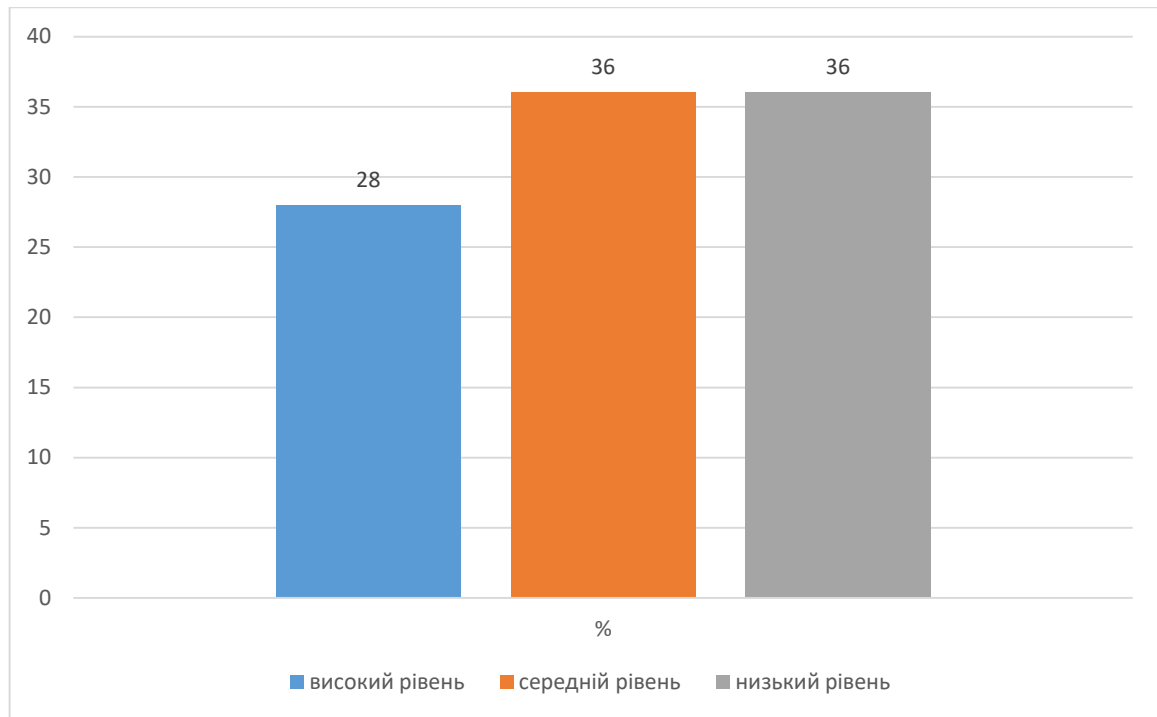


Рис. 2.1. Рівні сформованості у керівників закладів соціальної сфери мотивації на формування власного професійного іміджу

Так, високий рівень сформованості мотивації на формування власного професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери констатовано в 28% респондентів, для яких значущими є всі групи мотивів з переважанням саморозвитку та особистісних мотивів, їх високого місця в ієрархії мотивів формування професійного іміджу. Середній рівень склали 36% керівників закладів соціальної сфери, які за ступенем значущості на перше місце ставили особистісні мотиви чи саморозвиток, а на друге – престижні чи прагматичні мотиви. Низький рівень склали 36% респондентів, для яких найнижчу позицію в ієрархії мотивів відведено особистісним і мотивам саморозвитку.

Проведений аналіз рівня розвитку мотивації на формування власного професійного іміджу свідчить про відсутність у більшості керівників закладів соціальної сфери умотивованості на оволодіння методиками формування іміджу, реалізацію власного творчого потенціалу під час створення професійного іміджу, майже всі респонденти на останнє місце поставили соціальні мотиви.

Невід’ємним складником професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери є визначення рівня засвоєння знань з іміджелогії. Для діагностики рівня засвоєння знань з іміджелогії використано «Анкету для вивчення сформованості уявлень керівників закладів соціальної сфери про сутність, елементи та складові професійного іміджу». Результати проведеного дослідження відображені на рис. 2.2.

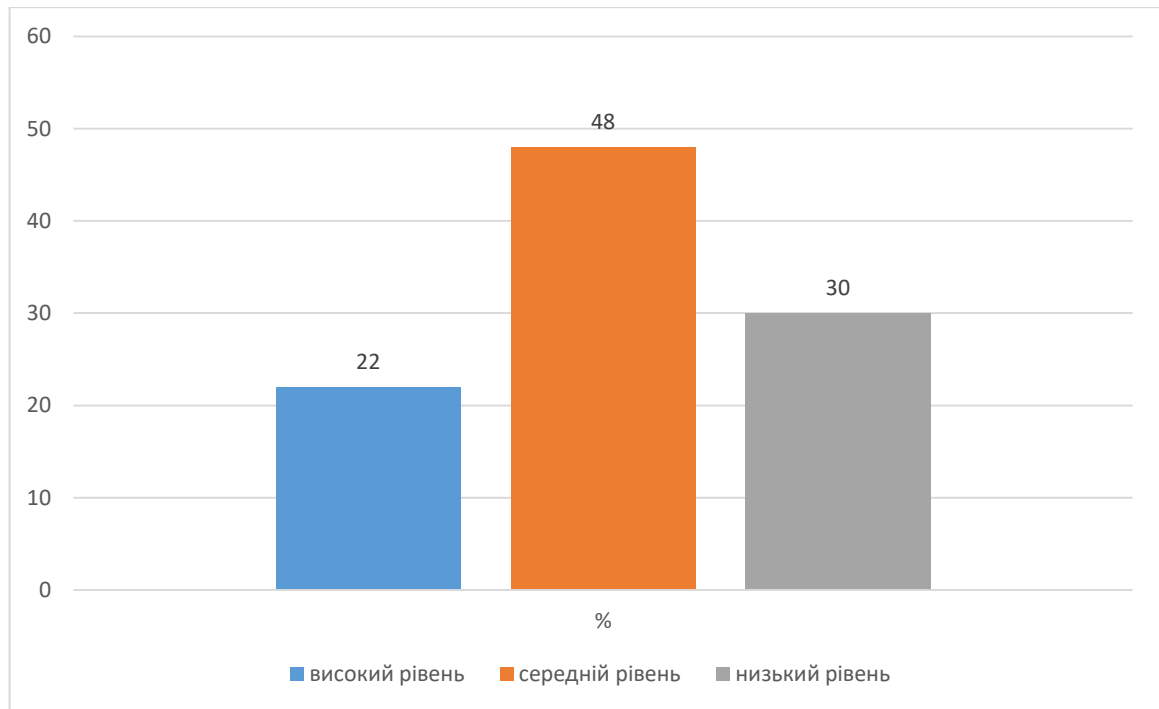


Рис. 2.2. Рівні сформованості у керівників закладів соціальної сфери рівня засвоєння знань з іміджелогії

За результатами аналізу обізнаності керівників закладів соціальної сфери про сутність понять «імідж», «професійний імідж» та їх складників, доходимо висновку, що всього 22% респондентів виявили ґрунтовні знання матеріалу; 30% керівників закладів соціальної сфери виявили незначні іміджеві знання; 48% керівників закладів соціальної сфери виявили середні знання матеріалу. Слід відмітити, що більшість керівників будувала відповіді інтуїтивно.

Діагностику вміння планувати систему дій щодо побудови професійного іміджу з урахуванням власних інтересів та особливостей у керівників закладів соціальної сфери також проведено за допомогою анкети. З метою вивчення стану сформованості професійного іміджу, керівники вивчали його структурні

компоненти і рангували їх за особистою значущістю. Результати дослідження відображені на рис. 2.3.

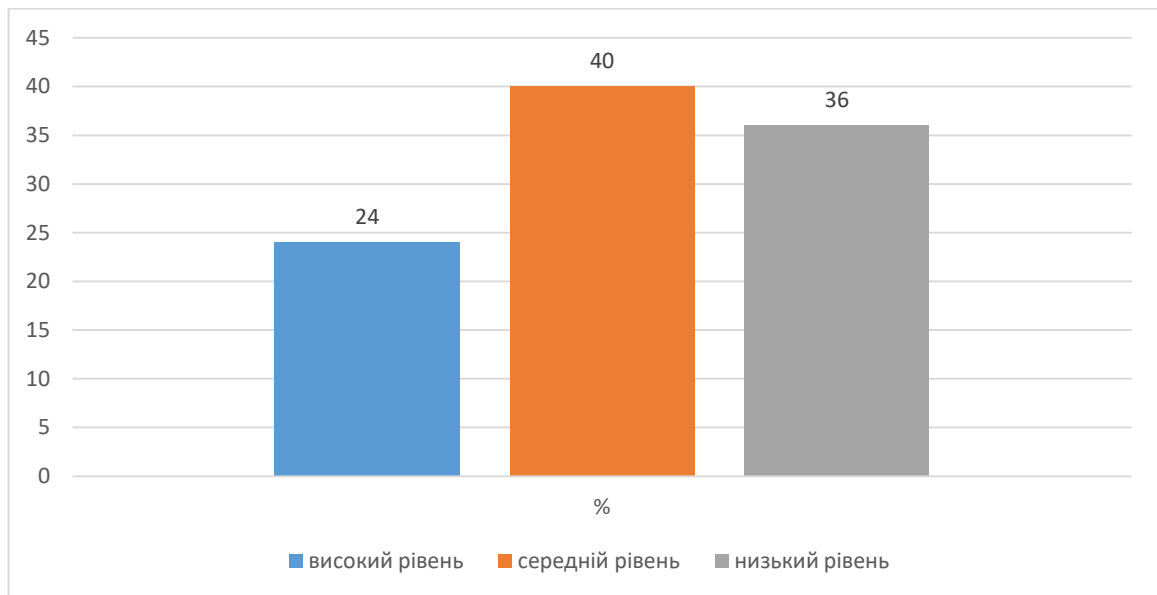


Рис. 2.3. Рівні сформованості у керівників закладів соціальної сфери вміння планувати систему дій щодо побудови професійного іміджу

Проведений аналіз показав, що значна частина керівників закладів соціальної сфери (36%) вважають найважливішим зовнішній вигляд, місце роботи, нагороди, відзнаки, наукові звання, посаду, гроші, становище в суспільстві, що відповідає низькому рівню сформованості професійного іміджу. Інша частина (40% – середній рівень) стверджує, що важливо мати знання, уміння, рівень освіти, але при цьому зовнішній вигляд вони вважають важливішим за професійні якості, що визначають імідж. І зовсім невелика кількість респондентів (24% – високий рівень) вважає, що у керівників закладів соціальної сфери необхідно формувати всі складники іміджу, але важливіше – знання, уміння, рівень професійної освіти, висока кваліфікація, відповідальність та сумлінність, акуратність і пунктуальність у роботі, професіоналізм, компетентність, майстерність, ерудиція та ін. Підсумовуючи результати діагностики сформованості професійного іміджу, доходимо висновку, що керівники закладів соціальної сфери недостатньо володіють

умінням використовувати знання з іміджелогії в професійній діяльності, проявляти творчість та реалізовувати задум щодо створення власного іміджу.

З метою створення загальної картини сформованості професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери, узагальнення результатів дослідження відбувалось за рахунок обчислення середнього арифметичного значення кількості керівників закладів соціальної сфери кожного рівня кожної групи за кожним критерієм. Отже, результатом констатувального етапу експерименту є дані, продемонстровані на рис. 2.4.

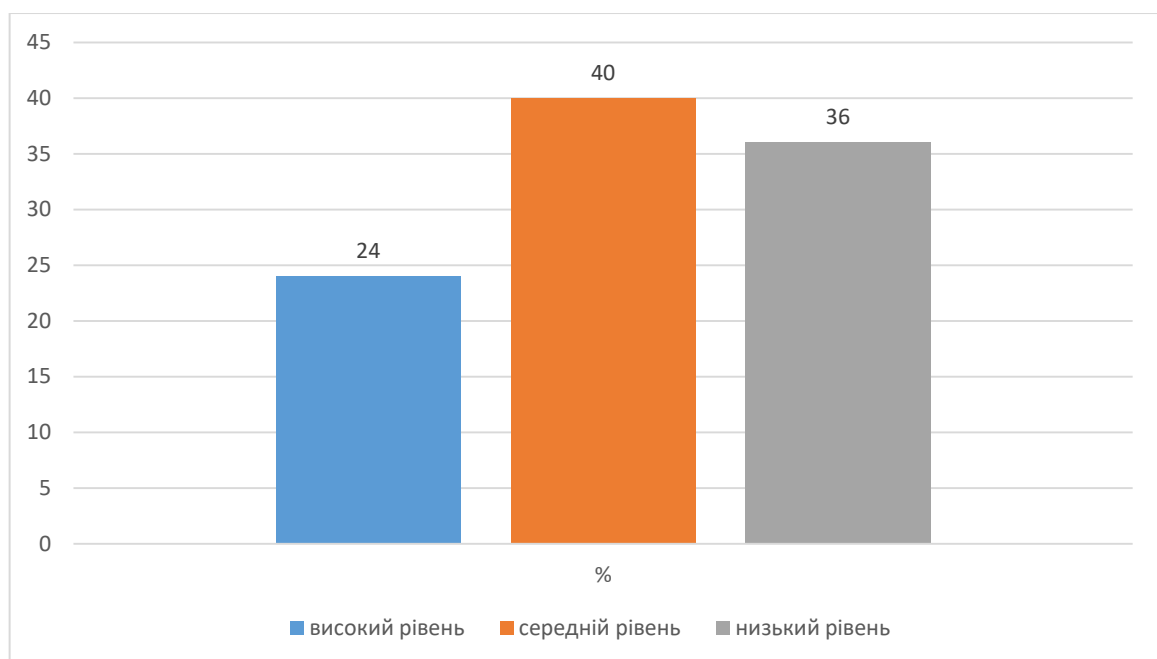


Рис. 2.4. Результати вивчення у керівників закладів соціальної сфери стану сформованості професійного іміджу на констатувальному етапі

Як бачимо, аналіз результатів дослідження показав переважно низький (36%) та середній (40%) рівні сформованості професійного іміджу в керівників закладів соціальної сфери за всіма критеріями. Високий рівень сформованості професійного іміджу за всіма критеріями присутній всього у 24% керівників закладів соціальної сфери.

Отже, низькі та середні показники рівнів сформованості професійного іміджу у керівників закладів соціальної сфери зумовили необхідність розробки й обґрунтування відповідної корекційно-розвивальної програми.

Висновок до розділу 2

1. У процесі констатувального етапу експерименту розроблено критерії, показники та рівні сформованості професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери, а також відібрано методичний інструментарій з метою його діагностики. Проведене дослідження дало можливість визначити стан сформованості професійного іміджу в керівників закладів соціальної сфери.

2. Визначення рівнів сформованості професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери відбувалось за рахунок обчислення середнього арифметичного значення кількості керівників закладів соціальної сфери кожного рівня кожної групи за кожним критерієм. Аналіз результатів дослідження показав переважно низький (36%) та середній (40%) рівні сформованості професійного іміджу в керівників закладів соціальної сфери за всіма критеріями. Високий рівень сформованості професійного іміджу за всіма критеріями присутній всього у 24% керівників закладів соціальної сфери. Переважання низького та середнього рівнів сформованості професійного іміджу у керівників закладів соціальної сфери зумовили необхідність розробки й обґрунтування відповідної корекційно-розвивальної програми.

РОЗДІЛ 3

ОБґРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА

ЗАКЛАДУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

3.1. Програма формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери

У сучасному суспільстві роль керівника закладу соціальної сфери є надзвичайно важливою, оскільки саме він визначає стратегію, організацію та результативність діяльності закладу, що безпосередньо впливає на якість надання соціальних послуг. Крім того, керівник соціального закладу виступає в ролі лідера, який має здатність створювати та підтримувати атмосферу довіри, взаємоповаги та ефективної комунікації серед працівників і клієнтів. У цьому контексті важливим є формування позитивного професійного іміджу керівника, який виступає не лише відображенням його професійних та особистісних якостей, але й важливим фактором успіху організації в цілому.

Мета програми – формування та вдосконалення позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери через розвиток управлінських, комунікативних та особистісних компетентностей, що сприятиме підвищенню ефективності його професійної діяльності, покращенню психологічного клімату в колективі та зростанню довіри з боку клієнтів і громади.

Завдання програми:

1. Розвиток управлінських компетенцій керівника соціального закладу для ефективного вирішення організаційних та управлінських завдань, що включає прийняття обґрунтованих рішень, оцінку результативності роботи закладу.

2. Формування комунікативних навичок, необхідних для ефективного спілкування з підлеглими, клієнтами, громадськістю, забезпечення відкритості, доступності та високого рівня довіри в організаційних відносинах.

3. Підвищення емоційного інтелекту керівника через розвиток здатності розуміти, керувати своїми емоціями, ефективно реагувати на емоції інших, що є важливим для підтримки здорового психологічного клімату в колективі.

4. Формування етики поведінки керівника, що включає дотримання високих моральних стандартів, принципів справедливості та рівності в роботі з працівниками та клієнтами, розвиток культури відкритості та відповідальності.

5. Забезпечення знань щодо стратегій імідж-менеджменту, зокрема щодо способів створення та підтримки позитивного професійного іміджу керівника в умовах сучасної соціальної сфери.

6. Покращення навичок самопрезентації та саморефлексії, що дозволить керівнику гнучко реагувати на змінні умови, коригувати своє поведінку та стиль управління відповідно до вимог та очікувань підлеглих і громади.

7. Створення умов для активної участі в освітніх, наукових та громадських ініціативах, що сприятиме підвищенню престижу закладу соціальної сфери та його керівника в суспільстві.

8. Визначення критеріїв та показників сформованості позитивного іміджу керівника, що дозволяє оцінити ефективність впроваджених змін та коригувати стратегію розвитку іміджу в разі необхідності.

В основу програми формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери покладено соціально-психологічний тренінг, який спрямований на розвиток ключових компетенцій керівників, необхідних для ефективного управління та побудови позитивного іміджу в умовах соціальної сфери. Соціально-психологічний тренінг дозволяє учасникам не тільки здобути теоретичні знання, а й практично засвоїти навички, які сприяють гармонізації внутрішнього та зовнішнього образу керівника. Цей підхід враховує важливість емоційного інтелекту, комунікативних здібностей та міжособистісних відносин, які є невід'ємною частиною успішного управління закладом соціальної сфери. За допомогою тренінгових методик керівники здобувають навички ефективного спілкування, самопрезентації, управління конфліктами.

Структура та зміст програми формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери показана у табл. 3.1.

**Програма формування позитивного іміджу
сучасного керівника закладу соціальної сфери**

Тема заняття	Мета заняття	Методи, форми, прийоми роботи
1. Вступ до концепції професійного іміджу керівника в соціальній сфері	Огляд основних аспектів формування професійного іміджу, його значення для ефективності роботи керівника та організації.	Лекція, групова дискусія, аналіз кейсів, презентація теоретичних концепцій, робота з інтерактивними матеріалами (відео, слайди).
2. Особистісний імідж керівника: психологічні аспекти та емоційний інтелект	Розвиток емоційної стійкості, самосвідомості та здатності до самооцінки як важливих складових позитивного іміджу.	Вправи на розвиток емоційного інтелекту, самоаналіз, рольові ігри, обговорення ситуацій із життя керівників.
3. Комунікація як інструмент формування іміджу	Розвиток ефективних комунікативних навичок для формування довіри та взаєморозуміння з підлеглими, колегами та клієнтами.	Комунікативні вправи, групова робота, вправи з активного слухання, навчання невербальним технікам комунікації, рольові ігри, обговорення.
4. Лідерство та мотивація: роль керівника у створенні здорового мікроклімату	Вивчення різних стилів лідерства, розвиток мотиваційних технік для створення позитивного робочого середовища.	Дискусії, рольові ігри, моделювання ситуацій лідерства, аналіз прикладів лідерів, тренінги на мотивацію.
5. Самопрезентація керівника: секрети публічних виступів та ефективної взаємодії з аудиторією	Оволодіння техніками публічного виступу, презентації себе та своїх ідей на різних рівнях комунікації.	Вправи з публічного виступу, аналіз відеозаписів, постановка голосу, робота з жестами, презентації, зворотний зв'язок.
6. Управління конфліктами та їх вплив на імідж керівника	Вивчення методів попередження, вирішення та конструктивного реагування на конфлікти у колективі.	Вправи з управління конфліктами, рольові ігри, ситуаційні вправи, аналіз реальних прикладів конфліктів, групова дискусія, дебати.
7. Імідж керівника через зовнішні ознаки: дрес-код, невербальна комунікація та етикет	Вивчення ролі зовнішнього вигляду, стилю одягу, невербальних знаків у створенні іміджу керівника.	Практичні тренувальні вправи, аналіз кейсів, відео-аналіз, інтерв'ю з експертами, групові дискусії.
8. Роль соціальних медіа в формуванні професійного іміджу	Вивчення ефективних стратегій використання соціальних мереж для формування та підтримки іміджу керівника в онлайн-середовищі.	Аналіз та обговорення прикладів із соціальних мереж, практичні заняття зі створення публікацій, робота з онлайн-платформами, обговорення стандартів безпеки.
9. Управління стресом та емоційний самоконтроль для керівника	Оволодіння методами управління стресом та емоціями для збереження позитивного іміджу та здоров'я.	Релаксаційні техніки, вправи на зняття стресу, медитація, вправи з управління емоціями, арт-терапія, групова робота, вправи на розвиток стресостійкості.

10. Зворотний зв'язок як інструмент самовдосконалення та корекції іміджу керівника	Використання зворотного зв'язку для оцінки та корекції іміджу керівника, вдосконалення професійної поведінки.	Вправи з надання конструктивного зворотного зв'язку, вправи на самооцінку, інтерв'ю, обговорення ситуацій з реального життя, аналіз конкретних випадків на основі зворотного зв'язку.
--	---	---

Заняття 1 «Вступ до концепції професійного іміджу керівника в соціальній сфері» має на меті ознайомити учасників з основними аспектами формування професійного іміджу, його важливістю для ефективності роботи керівника та організації в цілому. Заняття починається з лекційного матеріалу, де детально розглядаються основні компоненти професійного іміджу: внутрішній (особистісні якості, мотивація) та зовнішній (візуальний вигляд, манера спілкування, невербальні сигнали). Тренер звертає увагу на те, як ці компоненти взаємодіють між собою, впливаючи на сприйняття керівника іншими людьми. Після цього відбувається групова дискусія, в рамках якої учасники обговорюють, чому імідж керівника є ключовим фактором у роботі соціальних установ і як його формування може допомогти в побудові довіри серед колег, підлеглих та клієнтів. Дискусія також орієнтована на аналіз конкретних ситуацій, де ефективний або неефективний імідж керівника став причиною успіху чи провалу організації. Це дозволяє учасникам побачити реальні приклади, а також виробити критичне ставлення до власного іміджу.

У рамках заняття пропонується застосувати метод кейс-стаді, де учасники мають проаналізувати конкретний випадок із практики роботи соціальних установ, що стосується управлінських або етичних аспектів формування іміджу керівника. Вони повинні з'ясувати, як зміни в іміджі керівника вплинули на роботу закладу, а також запропонувати можливі стратегії для покращення ситуації. Це сприяє розвитку практичних навичок та вміння бачити потенціал для змін у реальних умовах. Окрім теоретичних та практичних підходів, для візуалізації матеріалу використовуються інтерактивні матеріали, такі як відео та слайди, на яких демонструються реальні приклади успішних і неуспішних керівників у соціальній сфері. Це допомагає учасникам краще зрозуміти, як конкретні аспекти іміджу керівника можуть впливати на його роботу.

Прикладом вправи може бути «Імідж візуального сприйняття». Учасники отримують завдання проаналізувати фотографії декількох відомих керівників соціальних установ (або вигаданих персонажів) і оцінити їх імідж за різними критеріями: одяг, жести, міміка, постава. Далі обговорюються висновки і взаємозв'язок між зовнішнім виглядом і професійним сприйняттям. Іншою вправою може бути «Керівник у кризовій ситуації», де учасники працюють в групах і розігрують рольові ігри, в яких кожен із них виступає в ролі керівника соціального закладу в умовах кризи. Вони мають продемонструвати свою здатність зберігати спокій, керувати емоціями та забезпечувати ефективне спілкування з підлеглими та клієнтами. Програма також включає завдання на саморефлексію, де кожен учасник аналізує свій власний професійний імідж, виявляє свої сильні та слабкі сторони в даному контексті. Вони можуть заповнити анкету або тест для самодіагностики, що допоможе визначити, над якими аспектами свого іміджу варто попрацювати в майбутньому.

Заняття 2 «Особистісний імідж керівника: психологічні аспекти та емоційний інтелект» спрямоване на розвиток ключових складових позитивного іміджу керівника через вдосконалення його емоційної стійкості, самосвідомості та здатності до самооцінки. Це важливі елементи, що безпосередньо впливають на те, як керівника сприймають підлеглі, колеги та клієнти, а також на його здатність ефективно управляти колективом і справлятися зі стресовими ситуаціями. Заняття починається з теорії, де тренер розглядає основні аспекти емоційного інтелекту, таких як саморегуляція, емпатія, усвідомлення своїх емоцій та їх вплив на інших. Важливим моментом є те, як керівник може використовувати ці навички для створення гармонійного робочого середовища, підтримки комунікації в команді та адаптації до змінних умов роботи.

Один із основних елементів заняття – вправи на розвиток емоційного інтелекту. Наприклад, вправа «Емоційний ланцюг» дозволяє учасникам вивчити свої емоційні реакції на різні стресові ситуації. У цій вправі кожен учасник обирає ситуацію з робочого життя, яка викликає у нього стрес, і описує, як він реагує в такій ситуації, а потім разом з іншими учасниками обговорюють способи зміни емоційних реакцій для збереження спокою і

професіоналізму. Ще однією важливою вправою є «Система позитивних переконань», метою якої є розвиток здатності керівника змінювати свої внутрішні переконання для підвищення рівня впевненості та стійкості до зовнішніх труднощів. Учасники мають виконати вправу на визначення своїх негативних переконань і замінити їх на позитивні твердження, які підвищують емоційну стійкість і самооцінку.

Під час вправи «Рольові ігри: керівник у стресовій ситуації» учасники у групах моделюють різні кризові ситуації, з якими можуть стикнутися керівники в соціальній сфері, такі як конфлікти в колективі, незадоволеність підлеглих або незаплановані зміни в організації. Учасники повинні продемонструвати свої навички управління емоціями в цих ситуаціях, зберігаючи спокій і вирішуючи проблему конструктивно. Після кожної гри проводиться обговорення, де кожен учасник ділиться своїм досвідом і отримує зворотний зв'язок від групи та тренера. Важливим інструментом є також вправа «Зворотний зв'язок: слухати і чути». Вона допомагає керівникам навчитися правильно сприймати зворотний зв'язок від підлеглих, колег та клієнтів. Учасники на практиці відпрацьовують ситуації, коли вони отримують критичні зауваження або поради, і тренуються не лише слухати, а й адекватно реагувати, зберігаючи емоційну стійкість.

Заняття 3 «Комунікація як інструмент формування іміджу» присвячене розвитку ефективних комунікативних навичок у керівників соціальних закладів, оскільки саме здатність до конструктивної комунікації є ключовою для формування довіри та взаєморозуміння в робочих відносинах. Чітка і зрозуміла комунікація допомагає керівнику будувати здорові відносини в колективі, налагоджувати контакти з клієнтами та партнерами, а також сприяє досягненню організаційних цілей. Заняття починається зі вступу з основ комунікації та її роль у формуванні іміджу. Тренер розповідає про значення комунікаційних навичок для керівника, зокрема, як вербальні та невербальні методи комунікації впливають на сприйняття керівника підлеглими і зовнішніми партнерами. Висвітлюється важливість активного слухання, правильного використання тіла, інтонації і міміки для передачі точного та чіткого послання.

Основна частина заняття присвячена практичним вправам, спрямованим на покращення комунікативних навичок учасників. Однією з перших вправ є «Активне слухання», в рамках якої учасники по черзі розповідають одну ситуацію зі своєї професійної практики, а інший учасник повинен ретельно слухати, не перериваючи, а потім повторити основні моменти сказаного, звертаючи увагу на важливі деталі. Мета цієї вправи – навчитися не тільки висловлювати свої думки, а й чітко слухати і розуміти співрозмовника, що є важливою складовою комунікативної культури керівника. Наступна вправа «Невербальна комунікація» дозволяє учасникам зрозуміти роль мови тіла в процесі взаємодії. У цій вправі учасники тренуються правильно використовувати жести, міміку та позу для посилення своїх слів і забезпечення відкритості та довіри у спілкуванні. Тренер демонструє різні невербальні сигнали, після чого кожен учасник повинен виконати задачу, наприклад, пояснити якусь ідею без слів, використовуючи лише жести та міміку, а інші учасники мають відгадати, що саме він хотів донести. Ще однією вправою є «Рольова гра: складна комунікація», в рамках якої учасники повинні у групах моделювати складні ситуації на робочому місці, наприклад, вирішення конфлікту між підлеглими або обговорення проблеми з невдоволеним клієнтом. Кожен учасник бере на себе роль керівника, і йому потрібно знайти найефективніший спосіб вирішення ситуації через комунікацію, зберігаючи професіоналізм і підтримуючи свій імідж. Після кожної гри проводиться детальне обговорення, в якому тренер аналізує, як правильно застосовувати різні комунікаційні стратегії.

Заняття 4 «Лідерство та мотивація: роль керівника у створенні здорового мікроклімату» присвячене важливості лідерських якостей і мотиваційних стратегій у керівництві. Воно зосереджене на тому, як різні стилі лідерства впливають на створення здорового робочого середовища, де кожен співробітник відчуває підтримку, довіру та можливість для професійного розвитку. Важливим аспектом є також мотивація співробітників для досягнення спільних цілей та покращення загальної атмосфери в колективі. Спочатку тренер пояснює різні стилі лідерства, зокрема, авторитарний, демократичний,

трансформаційний і ситуаційний стиль. Кожен стиль лідерства розглядається з точки зору його впливу на команду та здоров'я організаційної атмосфери. Для цього можна використовувати слайди з прикладами відомих лідерів, таких як Стів Джобс, Індіра Ганді, чи сучасні успішні керівники соціальних організацій, щоб продемонструвати різні підходи до керівництва.

Наступною частиною заняття є групова дискусія, в ході якої учасники діляться своїми поглядами на те, які стилі лідерства вони вважають найбільш ефективними для створення здорового мікроклімату в соціальних закладах. Для цього тренер пропонує учасникам зобразити різні стилі лідерства у конкретних ситуаціях через вправу «Лідер у дії», де кожен з учасників бере на себе роль керівника з певним стилем (наприклад, демократичного або авторитарного) і реагує на запитання або конфліктні ситуації, що виникають у групі.

Вправи на мотивацію займають центральне місце у занятті. Однією з них є тренінг «Мотивація через цілі», у рамках якого учасники працюють у малих групах і розробляють індивідуальні мотиваційні стратегії для своїх підлеглих. Вони визначають мотиваційні фактори для кожного співробітника, аналізують, як розставити пріоритети та які засоби використовувати для підтримки високої продуктивності та позитивного настрою в колективі. Ця вправа допомагає розвинути індивідуальний підхід до мотивації в залежності від особливостей особистості співробітника. Далі проводиться рольова гра «Мотивація на практиці», де учасники виступають в ролі керівника, що мотивує свою команду для досягнення певних цілей. Учасникам потрібно придумати підхід до вирішення проблеми низької мотивації в колективі, запропонувати практичні методи та стратегії, які допоможуть залучити співробітників до активної роботи. Наприкінці гри проводиться обговорення, де учасники діляться враженнями від вибору технік мотивації, аналізують їхні переваги і недоліки.

Ще однією вправою є «Індивідуальний підхід», під час якої кожен учасник отримує конкретну ситуацію з практики роботи керівника соціального закладу, наприклад, необхідність мотивації співробітника, що втратив інтерес до роботи. Учасники мають розробити індивідуальний план дій для такої ситуації, враховуючи психологічні особливості працівника, а також стиль

керівництва, який найбільш підходить для досягнення ефективного результату. Для закріплення отриманих знань і навичок у кінці заняття тренер пропонує учасникам вправу «Лідерські якості в мені», в рамках якої кожен учасник визначає свої сильні та слабкі сторони як лідера, після чого складає план самовдосконалення в сфері лідерства та мотивації. Це дозволяє кожному керівнику усвідомити, які аспекти його лідерства потребують розвитку, і як конкретно це можна зробити в умовах реальної роботи.

Заняття 5 «Самопрезентація керівника: секрети публічних виступів та ефективної взаємодії з аудиторією» спрямоване на розвиток умінь публічного виступу та ефективної презентації себе і своїх ідей перед різними аудиторіями. Одним з основних завдань є формування впевненості у керівників у процесі виступу перед підлеглими, колегами, партнерами або широкою аудиторією. Це заняття зосереджене на розумінні важливості публічних виступів для формування іміджу керівника та ефективної взаємодії з різними групами людей.

Заняття починається з теоретичної частини, де тренер пояснює основні принципи самопрезентації: що таке публічний виступ, як підготуватися до нього і чому важливо бути впевненим у собі. Також обговорюються основні елементи публічного виступу: постановка голосу, робота з жестами, мова тіла, контакт з аудиторією, правильна інтонація і структура виступу. Тут важливо підкреслити, що публічний виступ – це не тільки передача інформації, а й формування особистісного іміджу через комунікаційні навички. Далі учасники працюють у малих групах, де проводять тренінг з публічного виступу, у рамках якого кожен учасник отримує завдання підготувати коротку презентацію на тему свого професійного досвіду або концепції розвитку організації. Це дозволяє кожному випробувати себе в ролі оратора та застосувати отримані знання на практиці. Під час цієї вправи учасники мають можливість застосувати техніки побудови виступу, таких як введення, основна частина та висновок, а також акцент на важливості чіткої, зрозумілої та логічної подачі інформації.

Однією з основних вправ є «Робота з голосом». Учасники навчаються правильно дихати, щоб контролювати голос, а також виконують вправи на розігрів голосових зв'язок, артикуляцію та постановку голосу. Наприклад, виконуються вправи на чіткість вимови («Ріпка, Римка, Рак») та інші звукові техніки для розвитку дикції. Це дозволяє керівникам навчитися звучати впевнено та чітко, що є важливим для ефективної комунікації.

Іншою цікавою вправою є «Мова тіла». Учасники вчаться використовувати жести, пози та міміку для підсилення свого виступу. Вони аналізують власне тіло в момент публічного виступу, а також здійснюють вправи на відкриті, дружні та впевнені пози, вивчаючи, як невербальні сигнали можуть впливати на сприйняття їх як лідерів. Рольова гра «Презентація ідеї» є однією з вправ, в якій учасники практикуються в умінні представляти свої ідеї та концепції. Вони готують презентацію проекту, що стосується їх роботи як керівників соціальних установ, і виступають перед групою, застосовуючи навички публічного виступу. Після кожного виступу учасники отримують зворотний зв'язок від інших членів групи і тренера, що допомагає їм вдосконалити свою майстерність.

Заняття 6 «Управління конфліктами та їх вплив на імідж керівника» фокусується на вивченні методів попередження, вирішення та конструктивного реагування на конфлікти в робочих колективах, а також на тому, як ці конфлікти можуть впливати на професійний імідж керівника. Одним із ключових завдань є розуміння того, як правильно управляти конфліктами, щоб не тільки розв'язувати спірні ситуації, але й зміцнювати довіру та повагу з боку підлеглих та колег. Заняття починається з короткої теоретичної частини, де тренер роз'яснює поняття «конфлікт» і його види: міжособистісні, організаційні, міжгрупові тощо. З'ясування причин конфліктів і їх проявів є важливим етапом для розуміння того, як керівник може впливати на їх вирішення. Пояснюється, як конфлікти можуть негативно вплинути на імідж керівника, зокрема через неправильне управління ситуацією, відсутність конструктивного підходу або надмірну емоційність.

Практична частина заняття включає в себе кілька рольових ігор та ситуаційних вправ, де учасники працюють в групах. Однією з таких вправ є «Конфлікт на нараді». Учасники діляться на дві групи, кожна з яких займає позицію, яка конфліктує на нараді, і повинні за допомогою технік переговорів знайти компроміс. Це дає можливість тренуватися в реальних умовах та застосовувати техніки, як розв'язувати конфлікти конструктивно, не втрачаючи обличчя і зберігаючи професійний імідж. Інша важлива вправа — «Медіатор». У цій вправі один з учасників виступає в ролі нейтрального посередника між двома іншими учасниками, які конфліктують. Завдання медіатора — слухати кожну сторону, зберігати нейтральність і допомогти сторонам знайти прийнятне для всіх рішення. Це дозволяє тренувати навички слухання та управління емоціями, що є критичними для керівника в моменти конфліктів. Ще однією важливою вправою є «Інтерпретація поведінки». Учасники вивчають типи поведінки, які можуть спричиняти конфлікти (наприклад, агресія, пасивність, домінування) і аналізують, як такі стилі комунікації впливають на взаємодію з іншими. Це дозволяє керівникам усвідомити, як власна поведінка може впливати на атмосферу в колективі і як її змінити для запобігання конфліктам.

Заняття 7 «Імідж керівника через зовнішні ознаки: дрес-код, невербальна комунікація та етикет» орієнтоване на вивчення важливості зовнішнього вигляду, стилю одягу, невербальних знаків та етикету для створення позитивного іміджу керівника. Враження від керівника формується не тільки через його професіоналізм і поведінку, але й через те, як він виглядає і як взаємодіє з іншими людьми на невербальному рівні. Це заняття допомагає усвідомити значення дрес-коду, правильного стилю одягу, жестикуляції, міміки та іншого невербального спілкування для підтримки ефективного іміджу.

Заняття розпочинається з теоретичної частини, де розглядаються основи невербальної комунікації. Тренер пояснює, як мова тіла, вираз обличчя, поза та рухи можуть багато сказати про людину, навіть якщо вона не вимовляє жодного слова. Стилїстика одягу, кольори та їх комбінація також відіграють велику роль у формуванні професійного образу керівника, що безпосередньо

впливає на ефективність комунікації з колегами, підлеглими та клієнтами. Обговорюються основи етикету, зокрема правила спілкування у формальних і неформальних умовах, а також важливість уваги до деталей у поведінці.

Після теоретичної частини учасники переходять до практичних занять, де вони активно працюють над вдосконаленням своїх навичок невербальної комунікації та зовнішнього вигляду. Перша вправа називається «Візуальний імідж». Учасники мають за завдання продемонструвати два образи себе – один із правильно підібраним одягом і відповідною поведінкою, а інший – з менш ефективним стилем та манерою спілкування. Колеги по групі дають зворотний зв'язок, оцінюючи, як зміни у зовнішньому вигляді та невербальних ознаках впливають на сприйняття. Наступною є вправа «Невербальні сигнали». Учасники отримують різні ситуації для демонстрації, де вони повинні виразити певні емоції чи думки через мову тіла, не використовуючи слів. Наприклад, у ситуації, коли керівник спілкується з підлеглим, необхідно показати через позу й вираз обличчя зацікавленість, повагу. Вправа «Етикет у повсякденному житті» спрямована на те, щоб учасники зрозуміли важливість дотримання етикету в різних ситуаціях. Вони розглядають основні правила поведінки на робочих зустрічах, під час переговорів, у взаємодії з клієнтами та колегами. Особливу увагу приділяють етикету візуального контакту, обміну вітаннями, звертанням до співрозмовників, правильному використанню жестів та міміки.

Ще одна важлива вправа – «Колір і його значення». Учасники вивчають, як кольори в одязі можуть впливати на сприйняття керівника. Наприклад, чорний і темно-синій кольори асоціюються з авторитетом та стабільністю, в той час як яскраві кольори можуть підкреслити креативність, але водночас можуть бути сприйняті як неприязні, якщо використовуються в неправильному контексті. Учасники вибирають для себе кольори одягу, що найкраще підходять до їх професійного образу. Окремим етапом заняття є «Аналіз кейсів». Учасники отримують реальні або змодельовані ситуації, коли неправильний дрес-код або порушення етикету можуть призвести до негативних наслідків для іміджу керівника. Наприклад, керівник, який постійно запізнюється на важливі

наради або не дотримується ділового стилю, може бути сприйнятий як ненадійний.

Заняття 8 «Роль соціальних медіа в формуванні професійного іміджу» зосереджене на вивченні важливості соціальних мереж як інструменту для формування, підтримки та розвитку професійного іміджу керівника в онлайн-середовищі. У сучасному світі соціальні мережі стали невід'ємною частиною професійної діяльності, і для керівників важливо розуміти, як правильно використовувати ці платформи для підвищення своєї видимості, авторитету та взаємодії з колегами, підлеглими та клієнтами.

Заняття починається з теоретичної частини, де учасники ознайомлюються з основними соціальними мережами, що використовуються в професійній діяльності керівників, такими як LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram та інші. Важливо підкреслити, що для керівників ці платформи мають різне призначення: наприклад, LinkedIn є важливим для професійної репутації та розвитку кар'єри, тоді як Instagram або Facebook більше підходять для особистих брендів і взаємодії з аудиторією. Обговорюються стратегічні підходи до побудови іміджу через ці платформи, зокрема, які типи контенту підходять для кожної соціальної мережі і як їх використовувати для підтримки професіоналізму.

Однією з перших вправ є «Аналіз публікацій керівників у соціальних мережах». Учасникам пропонуються приклади публікацій відомих керівників або компаній в соціальних мережах. Вони мають оцінити, як ці публікації відображають професійний імідж лідера, яку реакцію викликають у аудиторії та які ефекти можуть мати на репутацію. Учасники повинні визначити, які публікації є успішними, а які можуть нанести шкоду іміджу керівника.

Наступною вправою є «Створення професійної публікації». Кожен учасник отримує завдання створити публікацію для соціальної мережі, що відображатиме його професійну діяльність та підкреслюватиме сильні сторони його особистого бренду. Це може бути пост про досягнення на роботі, успішно реалізований проект, участь у конференції чи нові ініціативи. Важливо, щоб

публікація була грамотно складена, мала відповідний візуальний супровід і відповідала етикету, прийнятому в професійному середовищі.

Вправа «Створення контент-плану для соціальних мереж» допоможе учасникам зрозуміти, як планувати свої публікації для підтримки позитивного іміджу. Керівникам важливо мати стратегію, щоб публікації були різноманітними, актуальними та збалансованими. Учасники повинні розробити план публікацій на тиждень або місяць, вказавши, які теми вони хочуть висвітлювати, які типи контенту використовувати (фото, статті, відео, блоги тощо), а також як часто публікувати інформацію.

Заняття 9 «Управління стресом та емоційний самоконтроль для керівника» орієнтоване на розробку у керівників навичок ефективного управління стресовими ситуаціями та емоціями, що безпосередньо впливає на їхній професійний імідж і здоров'я. У сучасних умовах керівникам часто доводиться стикається з великим обсягом завдань, високими вимогами та напруженими ситуаціями, тому здатність управляти стресом і зберігати емоційну стійкість є важливою для досягнення успіху в їхній діяльності та підтримки позитивного іміджу. Заняття починається з теоретичної частини, де учасникам пояснюється, що таке стрес і які фактори спричиняють стресові реакції у професійному середовищі. Акцент робиться на розумінні того, як стрес впливає на фізіологічний та психологічний стан людини, а також на здатність ефективно виконувати свої функції як керівника. Важливо підкреслити, що стрес сам по собі не є негативним явищем, але коли він стає хронічним або надмірним, він може завдати шкоди здоров'ю та професійному іміджу.

Першою вправою є «Ідентифікація стресових факторів», під час якої учасники визначають, що саме є джерелами стресу у їхній професійній діяльності. Вони створюють список ситуацій або обставин, які викликають у них стрес, а потім аналізують, які з цих ситуацій можна контролювати або змінити, а які – потрібно прийняти. Далі проводиться «Вправи на зняття стресу», в рамках яких учасники вивчають та застосовують різні методи релаксації. Одна з вправ – «Глибоке дихання». Учасники вчаться правильно

дихати, використовуючи техніку глибокого дихання, яка допомагає знижувати рівень стресу і відновлювати внутрішній баланс. Техніки глибокого дихання допомагають швидко зняти напругу та відновити концентрацію.

Окремим елементом заняття є вправа «Управління емоціями в складних ситуаціях». В рамках цієї вправи керівники аналізують емоційні реакції на певні стресові ситуації, такі як конфлікти з підлеглими або клієнтами, зміни в організації, напружені дедлайни. Задача – навчитися правильно виражати емоції, не даючи їм контролювати ситуацію. Тренер дає конкретні рекомендації, як уникати імпульсивних реакцій, контролювати гнів і зберігати спокій. «Арт-терапія» – це ще одна ефективна техніка для зняття стресу, яку застосовують на занятті. Учасники можуть працювати з кольорами, малюючи або створюючи творчі роботи, що дозволяє їм висловити свої емоції та відпочити від напруженої роботи. Наприклад, можна запропонувати учасникам намалювати свою «стресову ситуацію» і потім перетворити її на щось позитивне.

Вправа «Аналіз емоційних реакцій» дозволяє учасникам побачити, які емоції вони відчують у певних ситуаціях, і на основі цього навчитися керувати своїми емоціями. Учасники розбирають конкретні приклади з реального життя (можливо, з власного досвіду), де вони відчували сильний стрес або емоційну напругу, і обговорюють, як можна було б поводитися по-іншому для збереження емоційної рівноваги. Ще одна вправа «Стресостійкість» допомагає учасникам тренувати свою здатність адаптуватися до змін і долати труднощі. Вона складається з ряду ситуацій, де учасникам потрібно приймати швидкі рішення, зберігаючи спокій. Наприклад, уявна ситуація, де керівник отримує важливу та термінову задачу в момент, коли є високий рівень стресу через інші проблеми.

Заняття 10 «Зворотний зв'язок як інструмент самовдосконалення та корекції іміджу керівника» спрямоване на розвиток у керівників навичок прийому та надання конструктивного зворотного зв'язку, що є важливим аспектом професійного росту та корекції іміджу. Зворотний зв'язок дозволяє виявити сильні та слабкі сторони, допомагає коригувати поведінку та

взаємодію з підлеглими, колегами і клієнтами. Завдяки цій практиці, керівники можуть постійно вдосконалювати свої професійні якості та підтримувати позитивний імідж в організації. Заняття починається з теоретичної частини, де учасникам пояснюється важливість зворотного зв'язку для особистісного розвитку та професійного вдосконалення. Окремо акцентується увага на тому, як зворотний зв'язок впливає на формування іміджу керівника. Це допомагає учасникам зрозуміти, що позитивний імідж не лише про зовнішні ознаки або комунікацію, а й про здатність приймати критику та працювати над собою.

Однією з основних вправ є «Рольова гра: даємо зворотний зв'язок», де один з учасників бере на себе роль керівника, а інші – роль підлеглих або колег. У цій вправі учасники навчаються надавати конструктивний зворотний зв'язок, формулюючи його чітко, без особистих нападок, фокусуючись на поведінці, а не на особистості. Це дозволяє створити безпечне середовище для обговорення помилок і способів їх виправлення. Далі проводиться вправа на самооцінку, де кожен учасник оцінює свій професійний імідж, аналізує свої сильні та слабкі сторони як керівник. Це дозволяє зрозуміти, на яких аспектах своєї поведінки варто зосередитися для поліпшення іміджу. Під час цієї вправи учасники можуть використовувати «SWOT-аналіз» (аналіз сильних, слабких сторін, можливостей і загроз), щоб краще зрозуміти свої профільні якості. Важливу роль відіграють також вправи на аналіз конкретних випадків, де учасники аналізують реальні кейси, що стосуються надання та отримання зворотного зв'язку в організації. Вони розглядають, як реагувати на відгуки, як відокремлювати особистісне від професійного, як формулювати зворотний зв'язок, та ін.

Отже, програма формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери є комплексним інструментом для розвитку професійних і особистісних якостей, необхідних для успішної діяльності в умовах сучасної соціальної сфери. Вона охоплює ключові аспекти, які дозволяють керівникам формувати і підтримувати позитивний імідж як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівнях. Програма сприяє розвитку емоційного інтелекту, що включає емоційну стійкість, самосвідомість і

здатність до самокорекції, що є важливими для підтримки довіри та взаєморозуміння у колективі та з іншими стейкхолдерами. Крім того, розвиток комунікативних навичок, вміння давати та приймати конструктивний зворотний зв'язок, ефективно керувати стресом і вирішувати конфлікти, а також вдосконалення публічних виступів допомагають керівникам адаптуватися до змінюваного соціального середовища і зберігати високий рівень професіоналізму.

3.2. Результативність програми формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери

Результативність програми формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери була підтверджена на всіх етапах дослідження, зокрема через аналіз змін у мотиваційній та професійній діяльності керівників після участі в програмі. За результатами діагностики рівня сформованості професійного іміджу було виявлено, що учасники програми значно покращили свою здатність до саморефлексії та самовдосконалення, що є важливим елементом формування позитивного іміджу. Зокрема, підвищився рівень усвідомлення значущості власного іміджу для ефективного управління та розвитку організації, а також зросла готовність до змін і вдосконалення професійних якостей.

Іншим важливим результатом стало підвищення рівня комунікаційних навичок та управлінської компетентності керівників закладів соціальної сфери. Учасники програми продемонстрували поліпшення у здатності до ефективного управління командою, вирішення конфліктів, а також організації та проведення інноваційних ініціатив у закладах. Після проходження програми значно покращилися результати професійної діяльності керівників: з'явилася більша ініціативність, підвищилась ефективність взаємодії з колективом, а також зростає задоволеність працівників умовами роботи та рівнем управління.

Програма також виявила свою результативність через зміну зовнішнього іміджу керівників закладів соціальної сфери. Підвищення рівня

професіоналізму, вдосконалення зовнішнього вигляду, манери поведінки та здатності до встановлення ефективних ділових зв'язків сприяло формуванню позитивного іміджу не лише серед працівників, а й у суспільстві. Це забезпечило кращу репутацію закладів, збільшення кількості залучених ресурсів і підтримки з боку громадських організацій та державних структур, що безпосередньо вплинуло на покращення якості соціальних послуг.

З метою створення загальної картини сформованості професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери після упровадження програми, узагальнення результатів дослідження відбувалось за рахунок обчислення середнього арифметичного значення кількості керівників закладів соціальної сфери кожного рівня кожної групи за кожним критерієм. Результатом контрольного етапу експерименту є дані, продемонстровані на рис. 3.1.

Аналіз результатів дослідження показав позитивну динаміку в формуванні професійного іміджу серед керівників закладів соціальної сфери. Якщо порівняти дані до і після реалізації корекційно-розвивальної програми, то спостерігається помітне покращення. Відзначено збільшення кількості керівників з середнім рівнем сформованості професійного іміджу з 40% до 52%, що свідчить про ефективність програм з формування іміджу та мотивації до самовдосконалення. Це дозволяє зробити висновок, що більшість керівників стали більш усвідомленими в питаннях професійного іміджу, а також визнали його важливість для своєї діяльності.

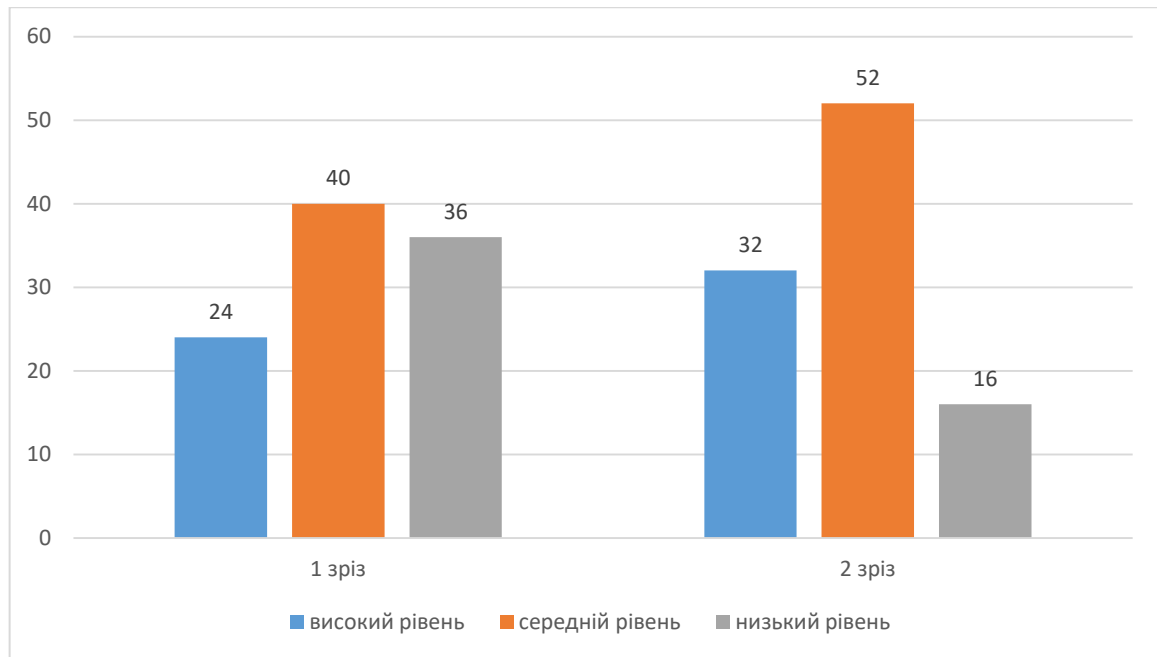


Рис. 3.1. Результати вивчення у керівників закладів соціальної сфери стану сформованості професійного іміджу на контрольному етапі

Окрім того, значно зросла частка керівників з високим рівнем сформованості професійного іміджу – з 24% до 32%. Це свідчить про те, що в результаті проведеної роботи керівники стали більш здатними не тільки оцінювати власний імідж, а й активно працювати над його поліпшенням. Вони почали усвідомлювати важливість формування позитивного професійного образу для підвищення ефективності управлінської діяльності. Це покращення, зокрема, проявляється у здатності керівників активно взаємодіяти з підлеглими, клієнтами та партнерами, впроваджувати інноваційні підходи до управління та соціального обслуговування, а також утримувати високий рівень професіоналізму в складних умовах.

При цьому рівень низької сформованості професійного іміджу знизився з 36% до 16%, що демонструє певні позитивні зміни. Тобто, значно менше керівників мають проблеми з усвідомленням важливості професійного іміджу для своєї діяльності. Це також свідчить про ефективність програми в частині змінюваності сприйняття професійного іміджу та усвідомлення його значення для розвитку закладів соціальної сфери. Попри це, ще існує певна група керівників, які не повністю усвідомлюють важливість власного іміджу, що

вимагає подальшої роботи над підвищенням рівня обізнаності та мотивації до розвитку професійних навичок і відповідного ставлення до власного іміджу.

Загалом, аналіз результатів дослідження свідчить про позитивні зміни в професійному розвитку керівників закладів соціальної сфери, що вказує на успішність використаної програми. Однак, є ще можливості для вдосконалення, зокрема щодо підвищення рівня усвідомленості важливості професійного іміджу серед тих керівників, у яких ще зберігаються проблеми в цій сфері. Враховуючи отримані результати, можна зробити висновок, що подальші заходи повинні зосереджуватись на підтримці та розвитку уже досягнутого рівня сформованості іміджу, на сприянні тим керівникам, які мають низький рівень усвідомлення значущості власного іміджу для ефективності професійної діяльності.

Проведення програми формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери дало змогу сформулювати рекомендації.

1. Розвиток емоційного інтелекту. Керівникам важливо працювати над розвитком емоційного інтелекту, оскільки він сприяє кращому розумінню своїх почуттів і почуттів інших людей. Це дозволяє ефективно управляти емоціями, що в свою чергу покращує взаємодію з колективом та забезпечує створення позитивного клімату в організації. Важливо розвивати самосвідомість, самоконтроль та емпатію. Для цього можна використовувати різноманітні тренінги та психологічні вправи, які дозволяють краще зрозуміти себе і оточуючих. Постійний самоконтроль емоцій є запорукою підтримки іміджу.

2. Робота над самооцінкою. Позитивний імідж керівника значною мірою залежить від його внутрішнього ставлення до себе. Тому важливо розвивати здорову самооцінку, яка не повинна бути надмірно завищеною чи заниженою. Керівник, який вірить у свої сили, здатний приймати важливі рішення, не боячись помилок. Для цього корисно практикувати рефлексію та самоаналіз. Важливо бути чесним з собою щодо своїх сильних і слабких сторін.

3. Розвиток ефективної комунікації. Вміння правильно та зрозуміло комунікувати є важливим елементом позитивного іміджу керівника. Це включає не лише словесну, а й невербальну комунікацію, таку як мова тіла,

вирази обличчя, тон голосу. Керівник, який вміє вислухати, зрозуміти і підтримати своїх співробітників, здобуває їхню довіру. Важливо також вміти донести свою точку зору чітко і без агресії, зберігаючи професіоналізм в будь-якій ситуації. Програмування вправ з активного слухання та невербальної комунікації допоможе покращити ці навички.

4. Створення відкритого та прозорого робочого середовища. Позитивний імідж керівника формує відкритість і доступність для співробітників. Важливо, щоб підлеглі могли звертатися з будь-якими питаннями або проблемами до керівника без страху бути осудженими чи ігнорованими. Така атмосфера довіри підвищує продуктивність праці та залученість співробітників. Для цього корисно регулярно проводити зустрічі з командою, де можна відкрито обговорювати важливі питання. Уникайте створення закритих або ієрархічних структур, де інформація не циркулює вільно.

5. Навчання управлінню стресом. Керівник, який вміє керувати своїм стресом, формує імідж стійкої особистості, готової вирішувати складні ситуації. Управління стресом не тільки зберігає психологічне здоров'я, але й дозволяє приймати зважені рішення навіть в умовах невизначеності. Для цього важливо освоїти методи релаксації, медитації та вправи на зниження стресу. Керівники, які вміють залишатися спокійними під тиском, здобувають повагу і довіру своїх підлеглих. Вправи зі стресостійкості допоможуть зміцнити ці навички.

6. Лідерство через приклад. Позитивний імідж керівника не може існувати без демонстрації лідерських якостей через власний приклад. Керівник повинен бути готовим взяти на себе відповідальність за рішення, навіть якщо вони складні чи непопулярні. Лідер, який практикує те, що проповідує, є більш переконливим і заслугою довірою в очах своїх підлеглих. Важливо, щоб керівник був прикладом для наслідування в професійному ставленні, етиці праці та цінностях, яких він прагне досягти у своїй організації.

7. Розвиток командної роботи. Створення сильного і злагодженого колективу є важливим аспектом для формування позитивного іміджу керівника. Важливо, щоб співробітники почувалися частиною команди і розуміли свою роль у досягненні загальних цілей. Керівник має сприяти командній роботі,

організовувати спільні заходи та тренінги для розвитку командного духу. Це допомагає знижувати конфлікти, підвищувати ефективність роботи та покращувати атмосферу в колективі. Регулярні командні зустрічі, спільне вирішення проблем і досягнення спільних цілей формують згуртованість і підтримують позитивний імідж керівника.

8. Уміння приймати зворотний зв'язок. Керівники, які здатні приймати конструктивну критику і використовувати її для покращення своєї роботи, будують імідж самокритичних і відповідальних лідерів. Важливо не лише давати зворотний зв'язок своїм підлеглим, а й відкрито слухати їхні думки та зауваження. Такий підхід формує атмосферу взаємоповаги і сприяє постійному професійному розвитку. Керівник має бути готовим до самовдосконалення і працювати над собою, що підвищує його імідж як лідера, здатного до змін.

9. Етичність та дотримання стандартів поведінки. Для керівника закладу соціальної сфери етика є основою його іміджу. Керівник має бути прикладом моральних і етичних норм для своїх підлеглих. Важливо дотримуватися стандартів чесності, справедливості та відповідальності в усіх аспектах роботи. Дотримання етичних принципів дозволяє керівникові отримати повагу не лише серед колег, але й серед громадськості.

10. Постійне навчання та розвиток. Професійний імідж керівника також залежить від його готовності до постійного самовдосконалення. Керівники повинні постійно оновлювати свої знання, вивчати нові тенденції в управлінні, соціальній сфері та інших сферах, що стосуються їх діяльності. Це дозволяє бути в курсі актуальних змін та застосовувати їх на практиці. Участь у семінарах, конференціях, тренінгах та курсах підвищення кваліфікації допомагає керівнику залишатися конкурентоспроможним та підтримувати свій професійний імідж.

11. Сформувати правильний дрес-код і стиль одягу. Зовнішній вигляд керівника має величезне значення для формування його іміджу. Керівник, який виглядає акуратно і відповідно до ситуації, справляє враження впевненості та професіоналізму. Правильний дрес-код також допомагає створити відповідну атмосферу в колективі, де кожен співробітник знає, як має виглядати на роботі.

Важливо навчити керівників дотримуватись етикету і вибирати стиль, який відповідає культурі організації.

12. Залучення до активної соціальної діяльності. Керівники можуть покращити свій імідж, активно залучаючи організацію до соціальних ініціатив та благодійної діяльності. Це допомагає створити позитивне враження про керівника як людину, що піклується про громаду і має соціальну відповідальність. Такі заходи демонструють не лише професіоналізм, але й людяність, що також позитивно впливає на імідж керівника.

13. Вміння управляти конфліктами. Керівник повинен вміти ефективно вирішувати конфлікти, що виникають у колективі або з клієнтами. Спокійний і конструктивний підхід до вирішення конфліктів дозволяє не тільки зберегти гармонію в колективі, а й зміцнити авторитет керівника. Важливо знати різні методи управління конфліктами, включаючи переговори, медіацію і інші техніки. Керівник, який здатен вирішувати суперечки і не допускати їх ескалації, користується повагою і збереженням позитивного іміджу.

14. Залучення до внутрішнього розвитку організації. Позитивний імідж керівника закладу соціальної сфери залежить від його здатності не лише керувати, а й сприяти розвитку самої організації. Керівник, який прагне покращити процеси всередині організації, інвестує у навчання персоналу, оптимізує робочі процеси та впроваджує інновації, створює враження про себе як лідера, що орієнтований на постійний розвиток і вдосконалення.

15. Баланс між професійним і особистим життям. Керівники повинні вміти знаходити баланс між роботою і особистим життям, що також впливає на їх імідж. Якщо керівник намагається поєднувати високу вимогливість до себе і турботу про своє здоров'я та особисте благополуччя, він може стати прикладом для своїх співробітників. Здатність зберігати здоровий баланс і уникати вигорання є важливим аспектом збереження позитивного іміджу.

Отже, формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери є важливим завданням, що потребує комплексного підходу та активної роботи над власними професійними та особистісними якостями. Дотримання рекомендацій щодо розвитку лідерських якостей, ефективної

комунікації, дрес-коду та етики, а також вміння керувати конфліктами і стресом допоможе керівнику здобути повагу з боку підлеглих, колег та громадськості. Водночас, важливо не забувати про необхідність постійного самовдосконалення і готовності до змін, що є основою для побудови стабільного та успішного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери.

Висновок до розділу 3

1. Програма формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери є комплексним інструментом для розвитку професійних і особистісних якостей, необхідних для успішної діяльності в умовах сучасної соціальної сфери. Вона охоплює ключові аспекти, які дозволяють керівникам формувати і підтримувати позитивний імідж як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівнях. Програма сприяє розвитку емоційного інтелекту, що включає емоційну стійкість, здатність до самокорекції, що є важливими для підтримки довіри та взаєморозуміння у колективі. Розвиток комунікативних навичок, вміння давати та приймати конструктивний зворотний зв'язок, ефективно керувати стресом і вирішувати конфлікти, а також вдосконалення публічних виступів допомагають керівникам адаптуватися до змінюваного соціального середовища і зберігати високий рівень професіоналізму.

2. Аналіз результатів дослідження показав переважно середній (52%, було 40%) та високий (32%, було 24%) рівні сформованості професійного іміджу в керівників закладів соціальної сфери за всіма критеріями. Низький рівень сформованості професійного іміджу за всіма критеріями присутній всього у 36% керівників закладів соціальної сфери (було 16%). Загалом, аналіз результатів дослідження свідчить про позитивні зміни в професійному розвитку керівників закладів соціальної сфери, що вказує на успішність використаної програми. Враховуючи отримані результати, можна зробити висновок, що подальші заходи повинні зосереджуватись на підтримці та розвитку уже досягнутого рівня сформованості іміджу, на сприянні тим керівникам, які мають низький рівень усвідомлення значущості власного іміджу для

ефективності професійної діяльності. Дотримання запропонованих рекомендацій з розвитку лідерських якостей, ефективної комунікації, дрес-коду та етики, а також вміння керувати конфліктами і стресом допоможе керівнику здобути повагу з боку підлеглих, колег та громадськості. Водночас, важливо не забувати про необхідність постійного самовдосконалення і готовності до змін, що є основою для побудови стабільного та успішного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери.

ВИСНОВКИ

Проведене у кваліфікаційній роботі теоретичне та експериментальне обґрунтування соціально-психологічних аспектів формування позитивного іміджу керівника закладу соціальної сфери дало змогу зробити такі висновки.

1. Описано поняття, сутність та значення іміджу як психосоціального феномену. Імідж є складним психосоціальним феноменом, який відображає уявлення про людину, організацію чи явище, що формується в свідомості інших людей на основі їхніх спостережень, досвіду та взаємодії. Він виступає не лише як зовнішній вигляд або образ, а й як важливий інструмент впливу на соціальні взаємодії та соціальне сприйняття. Імідж має суттєвий вплив на ефективність комунікації, формування довіри та взаємоповаги в міжособистісних відносинах. Як психосоціальний феномен, імідж не лише відображає реальність, але й активно впливає на її зміну, оскільки він є результатом взаємодії між особистісними характеристиками індивіда та соціальним контекстом, у якому цей індивід функціонує. Таким чином, імідж є важливим фактором, що визначає соціальну позицію, вплив і репутацію керівника чи організації.

2. Охарактеризовано професійно-психологічні передумови формування іміджу сучасного керівника, які охоплюють набір якостей, що є основою для ефективного лідерства та взаємодії з підлеглими. Важливими передумовами є емоційний інтелект, лідерські якості, комунікаційні навички, стресостійкість, самосвідомість та рефлексія. Керівник з високим рівнем емоційного інтелекту здатен краще розпізнавати та регулювати свої емоції, а також ефективно взаємодіяти з емоціями інших людей, що є ключовим для підтримки здорового психологічного клімату в організації. Лідерські якості забезпечують здатність керівника мотивувати, надихати і вести команду до досягнення спільних цілей. Професійно-психологічні передумови є основою для формування іміджу керівника як компетентного, впевненого і морально стійкого лідера, здатного приймати важливі рішення і бути прикладом для своїх підлеглих.

3. Визначено соціально-психологічні чинники формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери. Серед них – довіра з боку колективу, соціальна відповідальність, комунікаційна відкритість, психологічна підтримка співробітників, емоційна компетентність, здатність до створення

кооперації в команді та моральний авторитет. Довіра між керівником і командою є основою для ефективної співпраці та забезпечує позитивне сприйняття керівника в організації. Соціальна відповідальність керівника, який бере на себе відповідальність не лише за результати діяльності організації, а й за її соціальний вплив на громадськість, допомагає формувати позитивний імідж серед зовнішніх партнерів і громадян. Крім того, здатність керівника бути доступним, відкритим для діалогу сприяє зміцненню стосунків з підлеглими та формуванню атмосфери довіри. Усі ці чинники сприяють створенню образу керівника як компетентної, морально стійкої особистості, що турбується про свій колектив і суспільство, що є важливим для ефективного функціонування закладів соціальної сфери.

4. Організовано і проведено емпіричне дослідження іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери. Розроблено критерії, показники та рівні сформованості професійного іміджу керівників закладів соціальної сфери, підібрано методичний інструментарій. Проведене дослідження дало можливість визначити стан сформованості професійного іміджу в керівників закладів соціальної сфери. Аналіз результатів дослідження показав переважно низький (36%) та середній (40%) рівні сформованості професійного іміджу в керівників закладів соціальної сфери. Високий рівень сформованості професійного іміджу за всіма критеріями присутній всього у 24% керівників закладів соціальної сфери. Переважання низького та середнього рівнів сформованості професійного іміджу у керівників закладів соціальної сфери зумовили необхідність розробки й обґрунтування відповідної корекційно-розвивальної програми.

5. Обґрунтовано й апробовано програму формування позитивного іміджу керівника закладу соціальної сфери. Програма формування позитивного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери є комплексним інструментом для розвитку професійних і особистісних якостей, необхідних для успішної діяльності в умовах сучасної соціальної сфери. Вона охоплює ключові аспекти, які дозволяють керівникам формувати і підтримувати позитивний імідж як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівнях. Програма сприяє розвитку емоційного інтелекту, що включає емоційну стійкість, здатність до

самокорекції, що є важливими для підтримки довіри та взаєморозуміння у колективі. Розвиток комунікативних навичок, вміння давати та приймати конструктивний зворотний зв'язок, ефективно керувати стресом і вирішувати конфлікти, а також вдосконалення публічних виступів допомагають керівникам адаптуватися до змінного соціального середовища і зберігати високий рівень професіоналізму.

Аналіз результатів дослідження показав переважно середній (52%, було 40%) та високий (32%, було 24%) рівні сформованості професійного іміджу в керівників закладів соціальної сфери за всіма критеріями. Низький рівень сформованості професійного іміджу за всіма критеріями присутній всього у 36% керівників закладів соціальної сфери (було 16%). Загалом, аналіз результатів дослідження свідчить про позитивні зміни в професійному розвитку керівників закладів соціальної сфери, що вказує на успішність використаної програми. Враховуючи отримані результати, можна зробити висновок, що подальші заходи повинні зосереджуватись на підтримці та розвитку уже досягнутого рівня сформованості іміджу, на сприянні тим керівникам, які мають низький рівень усвідомлення значущості власного іміджу для ефективності професійної діяльності. Дотримання запропонованих рекомендацій з розвитку лідерських якостей, ефективної комунікації, дрес-коду та етики, а також вміння керувати конфліктами і стресом допоможе керівнику здобути повагу з боку підлеглих, колег та громадськості. Водночас, важливо не забувати про необхідність постійного самовдосконалення і готовності до змін, що є основою для побудови стабільного та успішного іміджу сучасного керівника закладу соціальної сфери.

Перспективами подальшого дослідження визначено необхідність підготовки керівників до формування позитивного іміджу у працівників закладів соціальної сфери.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреев В. І. Соціально-психологічні основи формування іміджу освітніх організацій : посібник. Черкаси, 2016. 167 с.
2. Арбузова Ю. В., Ротань Н. В. Формування позитивного іміджу закладу освіти. *Інформаційні технології в науці та виробництві*. 2014. Вип. 2. С. 273-280.
3. Архипова С., Ніколаєску І. Іміджеві та самоактуалізуючі характеристики у професійній діяльності. *Імідж сучасного педагога*. 2019. № 2-3. С. 33-34.
4. Бабкін П.Ю. Імідж установ соціальної сфери в контексті проблеми конкурентоспроможності. *Економіка України*. 2019. Т. 15. № 2. С. 147-152.
5. Балл Г.О. Проблема іміджу закладу культури в контексті гуманізації. *Наука і управління*. 2007. Т. 7. №1. С. 139-141.
6. Бандурович О., Стегній А., Чурілов Н. Образ лідера : уявлення і переваги жителів України. *Соціс*. 2014. № 3. С. 38-48.
7. Барна Н. В. Іміджологія : навч. посібник для дистанційного навчання. Київ : Університет «Україна», 2007. 217 с.
8. Берд П. Ефективна тактика покращення вашого іміджу. Львів : Світ, 2017. 208 с.
9. Болсун С. А. Професійний імідж керівника закладу соціальної сфери. *Менеджмент*. 2013. № 7-9. С. 379-381.
10. Бондаренко В. І. Педагогічна технологія формування професійного іміджу майбутніх керівників. *Молодий вчений*. 2015. № 4. С. 14–17.
11. Бриль Г. Імідж сучасного керівника. *Проблеми підготовки сучасного вчителя*. 2021. № 4, Ч. 1. С. 230-237.
12. Бухаркова О.В. Імідж лідера : технології створення і просування : тренінгова програма. Черкаси : ЧДПУ, 2017. 222 с.

- 13.Винославська О. В. Як дбати про підтримку позитивного іміджу. *Практична психологія та соціальна робота*. 2008. № 2. С. 3-5.
- 14.Галіцина Л. Імідж : організаційно-діяльнісна гра для педагогів. *Управління освітою*. 2012. № 20 (296). С. 14-16.
- 14а. Гірняк А. Н. Психологічний аналіз і систематика стилів освітньої взаємодії. *Психологія і суспільство*. 2018. № 1–2. С. 118-126.
- 15.Главацька О. Л. Менеджмент соціальної роботи як різновид соціального управління : курс лекцій. Тернопіль : ТДПУ, 2019. 65 с.
- 16.Горбанюк О. С., Размус В. Т., Кава К. С., Михайлич О. В. Методичне забезпечення оцінювання іміджу особистості. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2020. № 2. С. 36-47.
- 17.Горощенко В. Методика формування іміджу : теорія і технології : навчальний посібник. Львів : Сфера, 2013. 159 с.
- 18.Грабовська С. Створення позитивного іміджу закладу соціальної сфери засобами комунікативного менеджменту. *Освіта України*. 2013. 26 лип., №14-15. С. 9.
- 19.Грейліх О. Психологія формування іміджу керівника. *Гуманітарний вісник*. 2007. № 19. С. 14-21.
- 20.Грицан О. В. Формування позитивного іміджу закладу освіти : методичні рекомендації. Миколаїв : ОППЮ, 2016. 44 с.
- 21.Гріфін Р., Яцура В. Основи менеджменту : підручник. Львів : БаК, 2017. 605 с.
- 22.Гуревич П.С. Пригоди іміджу : типологія телевізійного образу і парадокси його сприймання. Харків : Гуманітарний центр, 2006. 221 с.
- 23.Данильчук Л.А. Основи іміджу та етикету : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2004. 234 с.
- 24.Дейвіс Ф. Ваш абсолютний імідж : книга для політиків і бізнесменів, чоловіків і жінок. Львів : Світ, 2007. 320 с.
- 25.Денисюк С. Політичний імідж як відображення політичної свідомості громадян України в умовах соціально-політичних перетворень. *Нова парадигма*. Київ : НПУ, 2005. Вип. 45. С. 133-140.

- 26.Дєдов Є. Г. Менеджмент соціальної роботи : навч. посіб. Луганськ : ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2016. 164 с.
- 27.Джеймс Д. Ефективний самомаркетинг : мистецтво створення позитивного образу. Київ : Логос, 2008. 128 с.
- 28.Джи Б. Імідж фірми : планування, формування, просування. Одеса : Апостроф, 2005. 275 с.
- 29.Єгорова-Гантман Є. Імідж лідера. Київ : Логос, 2004. 264 с.
- 30.Живаєва Т. Імідж закладу та особистість керівника. *Гуманітарні науки*. 2013. №3. С. 18-19.
- 31.Зінкевич-Євстигнєєва Т. Технологія створення іміджу. Львів : Піраміда, 2012. 216 с.
- 32.Зуєва Є. І. Підходи до формування іміджу освітньої установи. Київ : Логос, 2002. 107 с.
- 33.Зуєвська І. Критерії ефективності позитивного іміджу. *Директор школи*. 2016. № 2 (386). С. 10-13.
- 34.Імідж корпорації : як подобатися людям / уклад. Шепель В.М. Миколаїв : МНПУ, 2042. 302 с.
- 35.Імідж лідера : політичне консультування / ред. Є.В. Єгорова-Гантман. Київ : Знання КОО, 2012. 472 с.
- 36.Імідж школи на порозі ХХІ століття / ред. кол. : Т.С. Антоненко, І.Г. Єрмаков, А.Ф. Головченко, Л.М. Карамушка. Київ, 2008. Ч. 1. 380 с.
- 37.Ісаченко В. В. Формування професійно-педагогічного іміджу керівників закладів соціальної сфери вищої школи : автореф. дис. канд. пед. наук. Одеса, 2004. 20 с.
- 38.Калюжний О.А. Психологія формування іміджу вчителя. Ірпінь : Перун, 2004. 222 с.
- 39.Капустіна З. Імідж сучасного педагога. *Вчитель*. 2009. №1. С. 59-61.
- 40.Ковальова О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу у майбутніх педагогів : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Одеса, 2007. 20 с.

- 41.Ковальчук О. С. Основи іміджології та ділового спілкування. Рівне : РДГУ, 2014. 256 с.
- 42.Козлова О. С. Психологічні засади формування професійного іміджу керівника. *Актуальні проблеми психології: зб. наук. праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2012. Т. VI. Вип. 8. С. 114-121.
- 43.Колбіна Л. А. Менеджмент соціальної роботи : навч. посіб. Одеса : Економіст, 2017. 406 с.
- 44.Коркішко А. В. Педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх магістрів педагогіки вищої школи : дис. ... канд. пед. наук. Слов'янськ, 2018. 357 с.
- 45.Корнієнко В.О., Денисюк С.Г. Імідж політичного лідера : проблеми формування та практичної реалізації : монографія. Вінниця : Універсум, 2019. 145 с.
- 46.Королько В.Г. Основи паблік рилейшенз. Київ : Ваклер, 2012. 528 с.
- 47.Кузін Ф.О. Сучасний імідж ділової людини, бізнесмена, політика. Миколаїв : МНПУ, 2012. 512 с.
- 48.Кузьмін О., Мельник О. Основи менеджменту : підручник. Київ : Академвидав, 2017. 414 с.
- 49.Куликова В.М. Мова зовнішності : як створити свій імідж. Вінниця : Поліграф, 2017. 159 с.
- 50.Лазаренко І.Р. Формування іміджу навчального закладу як управлінська інновація. *Педагогіка*. 2015. № 9. С. 14-19.
- 51.Лікарчук Н.В. Формування іміджу політичного лідера в процесі виборчої кампанії : автореф. дис. ... канд. політ. наук. Київ, 2013. 21 с.
- 52.Лукаш Ю.О. Імідж компанії – «золотий ключик» успіху. Львів : Кальварія, 2017. 112 с.
- 53.Майєрс Д. Соціальна психологія. Київ : Логос, 2019. 794 с.
- 54.Макіавеллі Н. Державець. Одеса : Апостроф, 2014. 123 с.
- 55.Мармаза О. І. Використання потенційних можливостей іміджології в управлінні. *Управління школою*. 2009. №19-21. С. 55-59.

- 56.Мартиненко М. Основи менеджменту : підручник. Київ : Каравела, 2017. 494 с.
- 57.Мартинець Л. А. Імідж сучасного вчителя. Київ : Шкільний світ, 2011. 96 с.
- 58.Маценко В. Технологія іміджу. Київ : Главник, 2005. 96 с.
- 59.Медведик О. Педагогічний імідж сучасного вчителя початкових класів. *Початкова освіта*. 2006. №15. С. 6-8.
- 60.Межеріцька О. Впровадження іміджології як компонента навчального процесу у закладах освіти. *Теорія та методика управління освітою*. 2010. № 3. С. 1-11.
- 61.Менеджмент для керівників / А. І. Кредісов, Є. Г. Панченко та ін. Київ : Знання, 2016. 188 с.
- 62.Морган Г. Імідж організації : вісім моделей організаційного розвитку. Вінниця : Альтеркнига, 2016. 416 с.
- 63.Назарчук Т. В., Косіюк О. М. Менеджмент організацій : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 559 с.
- 64.Ніколаєску І. Імідж як презентаційна складова особистісних проявів соціального педагога. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2007. №3. С. 88-92.
- 65.Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія. Кн. 2 : Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія. Київ : Либідь, 2001. 576 с.
- 66.Основи менеджменту : практикум / О. В. Баєва, Н. І. Новальська, Л. О. Згалат-Лозинська та ін. Київ : ЦНЛ, 2017. 522 с.
- 67.Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. Київ : Вид. Європ. ун-ту, 2005. 323 с.
- 68.Панасюк А.Ю. Формування іміджу : стратегія, психотехнології. Івано-Франківськ : Плай, 2018. 266 с.
- 69.Панфілова А.П. Імідж ділової людини. Рівне : РДГУ, 2011. 496с.
- 70.Паркер Г. Формування іміджу : збірник вправ для тренерів. Тернопіль : Астон, 2012. 160 с.

- 71.Пенькова О. Проблема іміджу : соціокультурний і психологічний аспекти. *Рідна школа*. 2012. №6. С. 47-48.
- 72.Перелигіна Є.Б. Психологія іміджу. Житомир : Перспективи, 2012. 223 с.
- 73.Погрібняк Н. Створення іміджу сучасного дошкільного закладу. *Дошкільне виховання*. 2014. № 11. С. 10-11.
- 74.Політична іміджологія / за ред. Є. О. Петренка. Київ : Знання України, 2016. 276 с.
- 75.Почепцов Г.Г. Іміджологія : теорія і практика. Київ : АДЕФ – Україна, 2008. 392 с.
- 76.Размолодчикова І. В. Формування професійного іміджу вчителя початкових класів у процесі вивчення фахових дисциплін : дис. ... канд. пед. наук. Кривий Ріг, 2011. 263 с.
- 77.Соловійов Е. Імідж ділової людини. *Психологія*. 2014. №12. С. 139-140.
- 78.Спіллейн М. Створіть свій імідж : керівництво для чоловіків. Одеса : Астролябія, 2006. 312 с.
- 79.Технології роботи організаційних психологів : навч. посіб. / за наук. ред. Л. М. Карамушки. Київ : ІНК ОС, 2015. 366 с.
- 80.Тимошко Г. М. Менеджмент соціальної роботи: навчальний посібник. Ніжин : Лисенко М. М., 2011. 308 с.
- 81.Тимошко Г. М. Організація діяльності державних і спеціалізованих соціальних служб : навчальний посібник. Ніжин : Лисенко М. М., 2011. 248с.
- 82.Тягунова Н. М. Методичні засади формування іміджу. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. № 42. С. 432-435.
- 83.Ульяновський А. Корпоративний імідж : технології формування для максимального зростання бізнесу. Київ : Економіка України, 2018. 400 с.
- 84.Управлінські аспекти соціальної роботи : курс лекцій / М. Ф. Головатий, М. П. Лукашевич, Г. А. Дмитренко та ін. Київ : МАУП, 2018. 368 с.
- 84а. Фурман А.В., Гірняк А.Н. Психологічне узмістовлення взаємообміну у контексті соціальної взаємодії. *Україна в умовах реформування правової системи: сучасні реалії та міжнародний досвід* : матеріали III міжнар.

наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 20-21 квіт. 2018 р. Тернопіль : Економічна думка, 2018. С. 333–336.

85.Хомуленко Т.Б. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2015. 272с.

86.Шепель В. М. Іміджелогія : секрети особистого шарму. Київ : Аспект, 2017. 168 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Вправи для формування іміджу керівників закладів соціальної сфери

Вправа 1. «Експресивне Я особистості» (виконується у процесі самостійної поза аудиторної роботи).

Завдання 1. Здійсніть діагностику оперативної оцінки самопочуття, активності і настрою. Узагальніть результати за домінуючими показниками.

Завдання 2. Здійсніть діагностику типу свого характеру за К. Юнгом та акцентуацією характеру за методикою К. Леонгарда. Зробіть узагальнення.

Завдання 3. Визначте особливості своєї особистості за допомогою психогеометричного тесту С. Деллінгера. Вивчіть особливості прояву особистості квадрата, трикутника, зигзага, прямокутника і кола у спілкуванні з іншими людьми. Визначте індивідуальні особливості свого психогеометричного знаку. Виявіть локус найбільш привабливих своїх рис.

Вправа 2. «Знайомство».

Завдання. Подати себе іншим учасникам, виразити себе через тілесну дію – жест, звук, рух, погляд та ін. Оцініть адекватність сприйняття свого тілесного Я іншими людьми.

Вправа 3. «Автопортрет».

Завдання. Малюнок себе з подальшим обговоренням особливостей своєї фізичної привабливості, поясненням зображених елементів і своїх тілесних достоїнств та обмежень.

Вправа 4. «Подіум».

Завдання. Імітація дій, станів, характерних рис образів учасників педагогічного процесу, що вільно пропонуються членами групи. Пропонується копіювати рухи, роблячи акценти на їх особливості, що кидаються в очі, з подальшим аналізом їхньої гармонійності і відповідності позитивному іміджу майбутнього викладача у закладі вищої освіти.

Вправа 5. «Педагогічний театр».

Завдання. Імітація поведінкових реакцій різних педагогів, наділення їх образу відповідними емоціями і жестами, що уособлюють риси привабливої і відштовхуючої особистості.

Цікавою для формування професійного іміджу формою роботи може стати тренінг «Що може розповісти про суб'єктів педагогічного процесу їхній зовнішній облік?», що передбачає такі вправи:

Вправа «Про що говорить Ваш одяг?».

Установка 1: Оскільки перші враження дуже важливі і зберігаються надовго, необхідно проаналізувати, яке уявлення в людей, що оточують, створюєте Ви самі при першому знайомстві (навести приклади з особистого життя і зробити відповідні висновки).

Установка 2: Незнайомі люди можуть ставитися із симпатією або антипатією до того типу людей, до яких вони Вас відносять. Хоча Ви не в змозі контролювати реакції незнайомих людей на власний зовнішній образ, але Ви можете його самостійно змінити і постаратися, щоб враження, яке в них склалося, дійсно відповідало Вашій індивідуальності (розробити проект побудови свого позитивного та негативного зовнішнього обліку, який відповідає або, навпаки, не відповідає соціальним очікуванням в умовах педагогічного процесу вищої школи).

Вправа «Який у Вас смак і манера одягатися?»

Установка: Навіть якщо Ваша манера одягатися Вас цілком задовольняє, слід пам'ятати, що у відповідальні моменти професійного життя багато чого залежить від того враження, що ставлення до Вас тих, хто оточує, і особливо учасників педагогічного процесу багато в чому залежить від Вашого смаку.

Щоб скласти про себе більш ясне уявлення про те, як Ви виглядаєте збоку, дайте відповідь на запропоновані запитання тесту «Перше враження», вибравши одну відповідь із трьох можливих.

Вправа «Життя речей».

Завдання. Кожний учасник попередньо заготовлює будь-який суб'єктивно значущий предмет (деталь одягу та ін.), за допомогою якого він повинен відтворити етюд, сценку, де цей предмет обіграється на благо підтримки свого позитивного іміджу.

Круглий стіл «Яким бути іміджу керівника: академічним чи артистичним?».

Установка 1. Зберігати індивідуальність в одязі – означає бути не тільки порушником неписаних законів. Ваша мета – зробити свій облік продовження своєї особистості. «Бути самим собою» – ось гідна лінія поведінки у виборі стилю одягу і, так само, як і в стилі поведінки.

Установка 2. Подобається Вам це чи ні, але зовнішність Ваша буде впливати на те, як до Вас ставляться ті, хто оточує. І Ви ускладнюєте собі життя тим, якщо за допомогою одягу не навчитеся зі значенням підбирати свій гардероб. Альтернативні думки, що пропонуються для обговорення:

– чоловіки, здебільшого, одягаються так, щоб позначити свій соціальний статус і професію. Одяг для них – це символ їхньої соціальної приналежності або «мундир»;

– жінки більше схильні одягатися так, щоб підкреслити чи приховати свої сексуальні сигнали;

—певна категорія керівників одягається так, щоб продемонструвати свій добробут чи добробут, підкреслюючи достаток (коштовний годинник, прикраси, одяг з етикетками престижних фірм тощо);

—наявність краватки — це показник респектабельності чи якоїсь додаткової інформації?;

—чи правда, що керівники з комплексами та інтроверти надають перевагу більш спокійним кольорам (коричневий, сірий, синій), а екстраверти обирають яскраві, сміливі розцвітки і нетрадиційний стиль одягу?;

—про що символізують окуляри, зачіска, вуса і борода, макіяж?

Самостійна робота з теми: «Наскільки обраний Вами стиль оформлення своєї зовнішності відповідає соціальним очікуванням та уявленням керівників закладів соціальної сфери?»

В аспекті формування професійного іміджу керівника, цікавим може стати тренінг «Як справляти враження в умовах професійної діяльності?».

Установка: Кожному з нас хочеться справляти гарне враження більше, ніж погане. Як наслідок, необхідно розуміти, якими саме якостями це гарне враження створюється, які фактори, що визначають сприйняття Вас іншими людьми.

Вправа «Як до Вас ставляться».

Завдання 1. Проілюструйте ситуацію, в якій виражене тепле і добре ставлення. Проаналізуйте суть вербальних і невербальних засобів спілкування, які це символізують. Використовуючи мову дружньої прихильності, застосуйте положення тіла, ніг та ін.

Завдання 2. Використовуючи зовнішні попереджувальні сигнали поведінкових ознак, що відбивають антипатію, такі, як похмурий вигляд, небажання дивитися в очі співрозмовнику, ходіння з місця на місце, позіхання, посмішка, покачування головою тощо, зіграйте роль керівника і підлеглого.

Вправа «Чи досягли Ви успіху?»

Установка 1. Напередодні знайомства з підлеглими, приводячи в бойову готовність весь наявний у Вас арсенал інтелектуальної, фізичної й етико-естетичної привабливості, проаналізуйте, які саме труднощі можуть виникнути на Вашому професійному шляху.

Завдання 1. Аргументуйте відповіді на запитання:

—Про що сигналізують Ваш одяг, зачіска, макіяж, жести, манера говорити?

—Чи вмієте Ви зберігати холонокровність і управляти своїм настроєм?

—Чи адекватний вибір засобів формування і підтримки Вашого педагогічного іміджу?

Завдання 2. Визначте, який стиль Вашої самопрезентаційної поведінки, оволодівши способами втілення чотирьох її форм (асертивної, агресивної, захисної та оправдальної самопрезентації). Постарайтесь досягти відповідності мови слів і жестів.