

Prešovská univerzita v Prešove

Pedagogická fakulta

**VZDELÁVANIE A SPOLOČNOSŤ
VI.**

Medzinárodný nekonferenčný zborník

Renáta Bernátová, Tetyana Nestorenko (Eds.)

PREŠOV 2021

Názov: Vzdelávanie a spoločnosť VI.

Editorky: doc. RNDr. Renáta Bernátová, PhD.
doc. Tetyana Nestorenko, PhD.

Recenzenti: doc. PaedDr. Ján Kancír, PhD.
prof. Igor Liman

Rozsah: 451 strán

Vydanie: prvé

Vydavateľ: Prešovská univerzita v Prešove, 2021

Publikácia bola vydaná elektronicky v Digitálnej knižnici UK PU:
<http://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Bernatova16>

Za odbornú a jazykovú stránku zborníka zodpovedajú autori jednotlivých príspevkov.

Rukopis neprešiel redakčnou ani jazykovou úpravou.

© Renáta Bernátová, Tetyana Nestorenko, 2021

© Prešovská univerzita v Prešove, 2021

ISBN 978-80-555-2729-1

EAN 9788055527291

OBSAH

ÚVOD	7
SEKCIA: PREDŠKOLSKÁ A ELEMENTÁRNA PEDAGOGIKA	8
ВИКОРИСТАННЯ ОПОРНИХ КОНСПЕКТІВ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ ПРИРОДОЗНАВСТВА В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ»	9
Надія Білоусова, Тетяна Годієнко	
VÝCHOVA K ZDRAVIU AKO PROSTRIEDOK UPEVNŔOVANIA ZDRAVIA RŔMSKÝCH ŽIAKOV ZO SOCIÁLNE ZNEVÝHODNENÉHO PROSTREDIA NA PRIMÁRNOM STUPNI VZDELÁVANIA. 14	
Silvia Bratková	
ФОРМУВАННЯ ТВОРЧОГО МІСЛЕННЯ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ЗАСОБАМИ МУЗИЧНОГО МІСТЕЦТВА	21
Валентина Мішедченко	
ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ У ДІТЕЙ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ	26
Євген Хрінник	
„PROGRAM DLA SZKŔÓL” I JEGO EFEKTYWNOŚĆ WŚRŔD DZIECI W MŁODSZYM WIEKU SZKOLNYM - doniesienie z badań	34
mgr Anna Kocot	
СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ ЕСТЕТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ	40
Лян Цзи	
SPOLUPRÁCA ZÁKLADNEJ ŠKOLY S RŔZNÝMI INŠTITÚCIAMI	46
Monika Miřiová	
ІНТЕРКУЛЬТУРНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ТОЛЕРАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДЛІТКІВ	60
Тао Є	
ВМІ ДІТЕЙ В МŁODSZYM WIEKU SZKOLNYM Z OBSZARŔW MIEJSKICH I WIEJSKICH - analiza komparatywna	67
Anna Kocot, Renáta Bernátová	
ЗНАЧЕННЯ ЛАБОРАТОРНИХ І ПРАКТИЧНИХ РОБІТ ДЛЯ ОПАНУВАННЯ БІОЛОГІЄЮ В ЗАГАЛЬНООСВІТНІЙ ШКОЛІ	74
Ірина Мозуль	
МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ ПРИРОДНИЧИХ ПОНЯТЬ ПІД ЧАС ЧУТТЄВОГО ПІЗНАННЯ	80
Євгенія Неведомська	
SEKCIA: STREDOŠKOLSKÁ PEDAGOGIKA	94
МОНІТОРІНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ОЧІКУВАНЬ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ ЯК НАУКОВА ПРОБЛЕМА	95
Тетяна Алексєєнко	
ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМПЛЕКСНОЇ ДИФЕРЕНЦІЙОВАНОЇ СИСТЕМИ КОРЕКЦІЇ РОЗВИТКУ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ З ОСОБЛИВИМИ ОСВІТНИМИ ПОТРЕБАМИ	100
Тетяна Гордієнко, Надія Білоусова	
SEKCIA: VYSOKOŠKOLSKÁ PEDAGOGIKA	109
ФОРМУВАННЯ ПРИРОДНИЧОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНЬОГО ПЕДАГОГА: ДОСВІД НОРВЕГІЇ	110
Мар'яна Граб	

SAMOOCENA UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI KONIECZNYCH W PRACY NAUCZYCIELA WCZESNEJ EDUKACJI DZIECKA w percepcji studentów w Polski, Słowacji i Czech /doniesienie z badań/	116
Aleksandra Kruszewska, Renáta Bernátová	
TEAMWORK AS A PART OF THE INNOVATIVE EDUCATIONAL PROCESS: EXPERIENCE OF AMERICAN MEDICAL COLLEGES	122
Alla Kulichenko	
ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ДО ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ	127
Марія Лавренова, Наталія Лалак, Тетяна Молнар, Любов Фенчак	
BACHELOR-TRANSLATOR'S PROFESSIONAL COMPETENCE TRAINING FOR THE COMPETITIVE LABOR MARKET	138
Yanshi Liu	
СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ В СТРУКТУРІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ПЕДАГОГА	145
Ганна Товканець, Оксана Мартин	
РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦЯ З МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТИ В ЦЕНТРАЛЬНОЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ	151
Оксана Товканець	
INCLUSIVE AND RESOURCE CENTER IN THE STRUCTURE OF A HIGHER EDUCATION ESTABLISHMENT	158
Zoriana Udych	
CURRENT STATE OF PROFESSIONAL TRAINING OF COMPETENT SPECIALISTS IN THE FIELD OF HOSPITALITY. TAKING INTO ACCOUNT THE FACTOR OF ACTION COVID-19	163
Andriy Vindyk, Sergiy Tsviliy, Darya Gurova	
РОЛЬ ПРОГРАМИ ERASMUS+ В РОЗВИТКУ У СТУДЕНТІВ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ SOFT SKILLS	185
Марина Гудзь, Петро Гудзь, Карина Стуконог	
АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПОНЯТЬ «КОМПЕТЕНТНІСТЬ», «КОМПЕТЕНЦІЯ» В СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ	195
Альона Лазаренко	
З ДОСВІДУ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ	199
Юрій Немченко, Олександр Кучменко	
ПОНЯТТЯ ТА СТРУКТУРА УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ОПЕРАТИВНО-РЯТУВАЛЬНОЇ СЛУЖБИ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ	206
Микола Пелипенко	
РОЛЬ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ФАХОВІЙ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ ПЕДАГОГІЧНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ	214
Олександр Сакало	
НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА «МЕХАНІКА РОБОТІВ» В ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ БАКАЛАВРІВ-МЕХАНІКІВ	221
Андрій Шостачук, Галина Райковська	
SEKCIJA: ŠPECIÁLNA PEDAGOGIKA	228
ФОРМУВАННЯ ЗНАТЬ СУСПІЛЬСТВОЗНАВЧОГО ЗМІСТУ В УЧНІВ ІЗ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМИ ПОРУШЕННЯМИ В ІГРОВІЙ СПОСІБ	229
Юрій Косенко, Оксана Боряк	
ДЕЯКІ ПИТАННЯ НАВЧАННЯ НАСЕЛЕННЯ ДІЯМ У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ	236
Ігор Васильєв, Андрій Пруський, Василь Тищенко	

SEKCIA: EKONOMIKA A VZDELÁVANIE	242
UNIVERSAL MATRIX OF MARKET RELATIONS.....	243
Volodimir Bekh	
ЦІФРОВА ЕКОНОМІКА Й ОСВІТА.....	253
Василь Горбачук, Сергій Гавриленко, Геннадій Голоцуков, Дмитро Ніколенко	
ІННОВАЦІЙНІСТЬ ТА ЛЮДИНОЦЕНТРИЧНІСТЬ ЯК ЧИННИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	259
Михайло Джаман, Ольга Машталер	
ІННОВАЦІЙНІ ШЛЯХИ РОЗКРИТТЯ ЗДІБНОСТЕЙ СТУДЕНТІВ ЗВО – МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ	273
Володимир Пантелєєв, Тетяна Сакада	
РОЛЬ ТА ЗАВДАННЯ ОСВІТИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ	284
Світлана Ткаченко	
ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН СУЧАСНОЇ ОСВІТИ: ВІД ТЕОРІЇ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ДО ТЕОРІЙ ФІЛЬТРІВ, СИГНАЛІВ І КРЕАТОЛОГІЇ.....	291
Борис Шевченко, Тетяна Непокупна, Владислав Василюк	
SEKCIA: MANAŽMENT VZDELÁVANIA.....	296
LEAN MANAGEMENT CONCEPT AS A WAY TO ENHANCE EMPLOYABILITY AND INTERNATIONALIZATION AT 21 ST CENTURY HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION (THE EMPIRICAL ANALYSIS FOR POLISH REPUBLIC).....	297
Ірина Мухович	
СТУДЕНТСЬКЕ САМОВРЯДУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ XX СТОЛІТТЯ.....	310
Наталія Аксакова, Світлана Малазонія	
РОЗВИТОК МЕРЕЖІ ПОЗАШКІЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ В РАДЯНСЬКІЙ ПЕРІОД (1952– 1990 РР.)	323
Лариса Костенко	
ІМІДЖУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ЗАКЛАДОМ ОСВІТИ	331
Олександра Мармаза	
СУЧАСНИЙ СТАН ГУМАНІЗАЦІЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ.....	338
Неля Самойленко, Наталія Калюжка	
РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦЯ З МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТИ В ЦЕНТРАЛЬНОЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ.....	362
Оксана Товканець	
ІНКЛЮЗИВНО-РЕСУРСНІ ЦЕНТРИ У СТРУКТУРІ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ.....	370
Іванна Шевчук	
SEKCIA: KOMUNIKAČNÁ A LITERÁRNA VÝCHOVA	377
FORMATION OF FOREIGN COMMUNICATION CULTURE OF MASTERS	378
Nataliia Borysova	
DUCHOVNÝ SVET LITERÁRNYCH POSTÁV V RÓMSKYCH ROZPRÁVKACH (PARAMISA).....	386
Bibiána Hebová.....	
ВТІЛЕННЯ ЕСТЕТИКИ І ПОЕТИКИ ФРАНЦУЗЬКИХ СИМВОЛІСТІВ ТА ГРУПИ «ПАРНАС» У РАННІЙ ТВОРЧОСТІ В. БРЮСОВА.....	399
Катерина Палій, Оксана Воробйова, Світлана Астахова	
МЕТОД ДИСКУСІЇ В ЕКОНОМІЧНІЙ ОСВІТІ.....	403
Сергій Степаненко, Наталія Степаненко	
ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ СПЕЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ У ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ	409

ІМІДЖУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ЗАКЛАДОМ ОСВІТИ

IMAGE IN MANAGEMENT OF EDUCATIONAL INSTITUTION

Олександра Мармаза

Oleksandra Marmaza

Анотація

У статті на основі аналізу науково-методичної літератури висвітлено історіографію поняття «імідж»; розкрито особливості іміджу закладу освіти, схарактеризовано структурні компоненти іміджу освітньої організації. З'ясовано значення управління процесом формування іміджу закладу освіти. Визначено шість логічних етапів формування позитивного іміджу закладу освіти. Розкрито ефективні засоби створення іміджу всередині закладу освіти (розроблення системи основних цінностей, формування традицій, створення інноваційного розвиваючого середовища тощо). Розроблено систему заходів, що впливають на сприйняття зовнішнього образу закладу освіти (яскрава та змістова атрибутика, використання засобів реклами, презентація досягнень перед громадськістю тощо).

Annotation

The article reveals the historiography of the concept "image" on the basis of analysis of the scientific-methodological literature, explains the features of image of educational institution and characterizes the structural components of image educational institution. It was also found the significance of the management of the process of forming of image of educational institution. Six logical stages of forming of positive image of educational institution are marked. This article also reveals the effective ways of developing of image inside the educational institution (developing the system of basic values, forming the traditions and creating the innovative developing environment, and so on.) The system of activities influencing on the impression of the outside image of educational institution (bright and informative paraphernalia, using of advertising types, presentation of achievements to the public, etcetera) are drafted in the article.

Ключові слова: імідж, імідж закладу освіти, управління, формування іміджу

Key words: image, image of educational institution, management, developing of image.

Вступ

Успішність діяльності закладів у контексті модернізації освіти зумовлюється вирішенням нових управлінських та психолого-педагогічних завдань, розробленням інноваційних підходів. Одним із таких підходів є створення позитивного іміджу закладу освіти.

Ринок освітніх послуг, який динамічно розвивається, вимагає особливої уваги до проблем, пов'язаних із позиціонуванням закладів освіти. Кожен директор і педагогічний колектив мріють, щоб їх заклад виокремлювався з-поміж інших, викликав бажання навчатися або працювати саме в ньому. За таких умов, перед педагогічними колективами на перший план виноситься завдання цілеспрямованого створення іміджу успішного закладу, який забезпечує високу якість освітніх послуг. Метою створення іміджу закладу є підвищення конкурентоспроможності, залучення інвестицій, встановлення та розширення партнерських зв'язків

Одного великого бажання чи широго прагнення формувати імідж закладу освіти – замало; необхідно мати науково-теоретичне підґрунтя іміджотворчої діяльності: знати сутність понять іміджеології; чітко уявляти особливості структурних компонентів іміджу закладу; мати чітке уявлення про логіку та засоби формування іміджу.

Як наслідок, виникли суперечності, а саме: між необхідністю формувати імідж освітньої організації та недостатньою розробленістю наукових засад цієї діяльності; між прагненням керівника до цілеспрямованого формування позитивного іміджу закладу освіти та відсутністю системи знань і умінь з іміджеології.

Отже, постає проблема науково-методичної та технологічної підготовки керівника й педагогічного колективу до управління процесом формування іміджу закладу освіти.

1. Історіографія іміджування

1.1. Етапи становлення іміджування

Вважається, що у 60-х рр. XX ст. американський економіст Болдуїн увів у обіг поняття «імідж» та довів його виключне значення для успішного бізнесу, ділового світу [5].

90-х років 20 ст. відбулося декілька етапів розвитку поняття «імідж»: етап дефініцій, якому властиві спроби його визначення (Л. Браун, М. Спіллейн, Б. Брюс, О. Перелігіна, А. Панасюк, О. Сліпушко); етап класифікації, для якого характерне обговорення змісту, структури та видів іміджу (Ю. Палеха, В. Шепель); етап синонімізації, на якому досліджувалось спільне та відмінне поняття імідж, образ, репутація, харизма, лідерство, авторитет, реноме (Г. Почепцов, Н. Корабльова, Б. Кухта, Т. Хомуленко); етап професіоналізації, для якого важливим було визначення особливостей імідж-рис людей різних професій (Г. Андреева, Н. Арутюнова, І. Колосовська, Т. Пархоменко, Л. Попова). Розкриваючи теоретичні аспекти іміджу в рамках наукових дисциплін – психології, політології, педагогіки, економіки, соціології, менеджменту та ін. – дослідники пропонують своє розуміння іміджу, спираючись на методологію і знання тієї наукової області, до якої вони належать. На даному етапі розробляються технології моделювання особистісно-професійного іміджу (О. Горovenко, А. Калюжний, Л. Мартинець, І. Рожнятовська, Л. Седова).

Управлінський аспект проблеми іміджу відображено в працях Б. Андрюшкіна, О. Ільїна, Ф. Хміля, В. Яцури. Діяльність керівника організації зі створення іміджу розглядаються в дослідженнях О. Доброневського, О. Омарова, Г. Почепцова, Е. Уткіна.

Науковці С. Амінтаєва, М. Апраксіна, О. Бекетова, Л. Жарікова, А. Калюжний, О. Петрова, Н. Тарасенко, В. Черепанова, В. Шепель розробили ключові поняття, пов'язані з терміном «імідж» та започаткували нову галузь педагогічної науки – педагогічну іміджологію, в рамках якої імідж розглядається як фактор успіху у професійній діяльності, як інструмент, який допомагає будувати відносини з оточуючими людьми, як елемент конкурентоспроможності і просування на ринку освітніх послуг.

У роботах науковців викрито важливість формування іміджу освітнього закладу (І. Зуєвська, О. Казачінер, Л. Карамушка, К. Крутій, М. Піскунов), створення іміджу особистості учителя (О. Горovenко, А. Калюжний, Ж. Попова, С. Яндарова) та керівника освіти (Л. Даніленко, З. Тимошенко, Т. Живаєва, В. Федоров).

Аналіз джерельної бази свідчить, що зазначена проблематика є вкрай актуальною і інтерес до неї не спадає, а навпаки, загострюється в міру визрівання стійких економічних, суспільно-політичних орієнтирів та завдань модернізації освіти в цілому.

Зокрема, проблема удосконалення іміджу як ресурсу розвитку закладу освіти ще досить слабо вивчена та відображена у науково-методичній літературі. Потрібні подальші

дослідження щодо управління процесом формування іміджу закладу освіти з урахуванням його типу, форми власності, особливостей колективу та ступеня готовності до іміджування.

1.2. Сутність понять «імідж» та «імідж організації»

Слово «імідж» (походить від лат. *imago* – «образ») відоме з давніх часів, проте його значення трансформувалось і до цих пір викликає досить багато суперечностей та різних підходів до трактувань. Імідж споріднений із свідомістю, відображенням, виглядом, уявленням, обрисом, репутацією, реноме, думкою, харизмою, авторитетом, самопрезентацією, символічним образом і таке інше.

Враховуючи різні сторони багатоаспектного поняття «імідж», можна припустити, що його визначення має охоплювати такі ознаки, як: спрямованість на певну соціальну групу, відображення потреб та запитів аудиторії на даний час; символічна природа (існування стереотипів у психіці); гнучкість та ситуативність, залежність від моменту, з одного боку, та постійність, статичність – з іншого; поєднання зовнішніх і внутрішніх складових при формуванні іміджу; соціально-психологічне походження. З огляду на це, зазначимо, що імідж – це символічний образ, який характеризується динамічністю, неподільною єдністю чуттєвих і змістовних компонентів та відтворює потреби соціальної групи.

«Імідж організації» – це соціально-психологічний феномен, який притаманний будь-якій організації, не залежно від усвідомлення про нього; це цілеспрямовано створена або стихійно виникла форма відображення організації як певного об'єкту в свідомості інших людей.

Основні показники іміджу організації – це, передусім, її загальна популярність, репутація, престиж товару, швидкість реагування на замовлення, дотримання термінів угод, гнучкість цін, фінансова стабільність, умови платежів і діюча система знижок, конкурентоспроможність, надійність, комфортність, підтримка партнерства тощо.

2. Імідж закладу освіти: особливості, компоненти

2.1. Особливості іміджу закладу освіти

Ще більш неоднозначним є поняття «імідж закладу освіти», оскільки імідж такого типу організації складається з уявлень керівника, вчителів, учнів, батьків, громадськості мікрорайону та ін. про якість освітніх послуг та взаємини між учителями, учнями та їх батьками; про кадровий та інноваційний потенціал педагогічного колективу; про стан учбово-матеріальної бази.

Значущою характеристикою сучасного закладу виступає його образ, основу якого утворюють: місія освітньої установи; організаційна культура; особлива система цінностей, звичаїв, традицій конкретного закладу; види та якість освітніх послуг; наявність та функціонування гуртків, секцій за інтересами; зв'язки закладу з різними соціальними інститутами, закладами вищої освіти; внесок закладу в розвиток освітньої підготовки дітей, їх вихованості, творчих здібностей; формування здорового способу життя.

Під іміджем закладу освіти ми розуміємо емоційно забарвлений образ, який утворився у масовій свідомості і який визначається співвідношенням між різними сторонами його діяльності та транслюється у зовнішнє середовище. Імідж закладу освіти – це образ, який заснований на особливостях діяльності, внутрішніх закономірностях, властивостях, достоїнствах, якостях та характеристиках, який цілеспрямовано впроваджується у свідомість (підсвідомість) цільової аудиторії, відповідає її очікуванням та слугує певної відмінності освітньої організації від інших.

Основними характеристиками іміджу закладу освіти є такі: адекватність, правдоподібність (імідж повинен відповідати тому, чим він є насправді); індивідуальність (імідж – це старанно виписана історія, біографія освітньої організації, через яку дізнаються

перш за все про стабільність, якість послуг, індивідуальність); оригінальність (імідж освітньої організації повинен відображати її унікальність, особливість, специфічність); елективність, гнучкість (імідж повинен модифікуватися відповідно до соціокультурних, освітніх, економічних тощо чинників); адресність (імідж повинен бути орієнтованим на певні групи користувачів); привабливість (імідж повинен викликати позитивні емоції, надихати) [2].

2.2. Компоненти іміджу закладу освіти

Спираючись на дослідження К Крутії [1], до структури іміджу закладу освіти ми відносимо такі обов'язкові компоненти:

1. Імідж послуги – уявлення людей щодо унікальних характеристик, якими, на їхню думку, володіє послуга. Додаткові послуги (атрибути) – це те, що забезпечує закладу відмінні властивості (нові дисципліни, факультативи, навчальні курси тощо).

2. Імідж споживачів освітніх послуг включає уявлення про стиль життя, суспільний статус й деякі особистісні характеристики учнів та випускників закладу освіти.

3. Внутрішній імідж закладу освіти – це уявлення співробітників про свою організацію. Основними детермінантами внутрішнього іміджу є культура організації й соціально психологічний клімат.

4. Імідж керівника (членів адміністрації) в організації включає уявлення про здатності, професійні установки, ціннісні орієнтації, психологічні характеристики, компетентність, манери поведінки, зовнішність.

5. Імідж персоналу – це збірний, узагальнений образ педагогічного колективу, що розкриває найбільш характерні риси:

- професійна компетентність: мобільність, акуратність у виконанні посадових обов'язків, точність виконання роботи, поінформованість, висококваліфікована професійна підготовка;

- культура: комунікабельність (привітність у спілкуванні, усмішлівість), правильність мови, соціально-психологічні характеристики вчителів;

- соціально-демографічні й фізичні дані: вік, стать, освіта.

6. Візуальний імідж закладу освіти – уявлення про зовнішній вигляд закладу, інтер'єр корпусів, класних кімнат, пришкольної території, фірмову символіку тощо.

7. Соціальний імідж освітньої організації – передбачає зрозумілість для громадськості соціальних цілей і ролі закладу в освітньому, економічному, соціальному й культурному житті району, міста, суспільства.

8. Діловий та бізнес-імідж закладу освіти – це уявлення про організацію як суб'єкт ділової активності. У якості складових бізнес-іміджу організації виступають ділова репутація, інноваційні технології, вартість освітніх послуг тощо.

Проблема іміджу завжди пов'язана з проблемою успіху. Успіх – це не тільки продукт індивідуальних зусиль людини чи навіть колективу певної організації. Успіх – це уміння розуміти оточуючу дійсність та гармонійно адаптуватись до неї. За Є. Гофманом, імідж – це мистецтво управляти враженням» [6].

3. Управління формуванням іміджу закладу освіти

3.1. Етапи формування іміджу закладу освіти

Одним із інноваційних підходів до вдосконалення управління закладом освіти є розвиток у керівника іміджмейкерських умінь та функції Public Relations. Над іміджем потрібно працювати постійно. Ю. Палеха зазначав, що імідж, що постійно не підкріплюється реальними справами, тане з часом, як сніг на весняному сонці [4].

Створення іміджу та репутації – передумова виходу закладу освіти на якісно новий рівень культурних взаємин із громадськістю, а також суттєвий чинник підвищення ефективної діяльності колективу в цілому.

Формування іміджу закладу освіти – це управлінська діяльність, яка містить мотиваційно-цільовий, змістовий і технологічний компоненти.

Мотиваційно-цільовий компонент включає вивчення потреб усіх суб'єктів педагогічної практики у формуванні іміджу закладу освіти, як усередині, так і за її межами; психологічну готовність до участі в майбутній роботі; вивчення наявного досвіду; формування мети та завдань даного управлінського нововведення, результатів його впровадження.

Змістовий компонент розкриває сутність іміджу освітньої організації, його структурні елементи, критерії та показники позитивного іміджу.

Технологічний компонент передбачає послідовність етапів формування іміджу закладу освіти.

Ми визначаємо такі основні етапи процесу формування іміджу закладу освіти:

1. Виявлення соціальних груп, зацікавлених у освітніх послугах; уявленнь, що вже склалися про заклад.

2. З'ясування актуальних переваг закладу і очікувань цільової аудиторії.

3. Концептуальне обґрунтування та конструювання іміджу закладу освіти.

4. Розроблення комплексно-цільової програми щодо формування іміджу закладу.

5. Безпосереднє формування іміджу закладу освіти (реалізація програми).

6. Моніторинг та подальше вдосконалення іміджу закладу освіти [3].

Створення іміджу за своєю психологічною сутністю є процесом двосторонньої взаємодії, у якому активну роль відіграє як заклад освіти, імідж-образ якого створюють, так і громадськість, яка сприймає цей імідж.

З огляду на те, що процес створення іміджу закладу освіти є двостороннім, організація діяльності щодо формування позитивного іміджу повинна теж розгортатись навколо двох аспектів:

1. Створення іміджу всередині закладу освіти, як розроблення системи основних цінностей та ідей, що треба донести до громадськості; формування розвиваючого середовища, певної атмосфери, духу закладу.

2. Розроблення системи заходів, що впливають на сприйняття образу закладу освіти, оскільки його імідж визначається на підставі всебічної оцінки суспільством, спільнотами та клієнтами діяльності; він стає фактором довіри до освітньої організації.

3.2. Засоби формування іміджу закладу освіти

Ефективними засобами створення позитивного іміджу закладу освіти є:

- формулювання місії закладу;
- осмислення системи цінностей (професійних та загальнолюдських);
- дотримання принципів гуманізму та демократії;
- реалізація людиноцентристського підходу до особистості;
- формування традицій в закладі освіти;
- створення колективу однодумців;
- затвердження кодексу ділової поведінки;
- формування управлінської культури;
- формування культури організації;
- постійний інтелектуальний та особистісний розвиток членів адміністрації, педагогів;
- створення інноваційного розвиваючого середовища;
- розроблення моделі випускника закладу освіти, обґрунтування її переваг;
- залучення вчителів та учнів до творчої роботи;

- ініціація та участь керівників, педагогів, вихованців у різного роду професійних змаганнях, фестивалях, конференціях тощо;
- наявність Дня закладу освіти, посвята до учнів закладу;
- щільні зв'язки з батьківською громадськістю;
- ідентифікація членів колективу у закладі;
- демонстрація неагресивного «ми»;
- ствердження парадигми діалогу, небайдужості, сприятливого соціально-психологічного мікроклімату в закладі;
- створення творчих груп для дослідження долі випускників, підтримки стосунків у подальшому;
- проведення нетрадиційних навчальних занять, заходів;
- організація оригінальних гуртків, секцій;
- прагнення учнів, вчителів, керівників до високих результатів та досягнень.

Ефективні засоби, що впливають на сприйняття зовнішнього образу закладу освіти, це:

- яскрава та змістова атрибутика (гімн, герб, емблема, девіз);
- форма, що підкреслює належність до закладу (шарфи, краватки, футболки, аксесуари тощо);
- візитки закладу, керівників, педагогів;
- оформлення ділових паперів, виготовлення канцтоварів, сувенірів із символікою закладу;
- оформлення інтер'єру із використанням елементів атрибутики;
- атмосфера доброзичливості, діалогічності під час взаємодії з громадськістю та іншими організаціями;
- використання засобів реклами (буклети, проспекти, візитки);
- публікації у періодиці, випуск навчально-методичної літератури;
- презентація досягнень перед громадськістю міста, області, країни;
- виступи від імені закладу на конференціях, семінарах, на телебаченні та радіо; створення власного сайту в Інтернеті;
- активна соціальна реклама (турбота про здоровій образ життя, подальшу долю учнів тощо);
- зв'язки з іншими соціальними інститутами, закладами позашкільної освіти, закладами вищої освіти;
- соціально приваблива місія та перспективи розвитку закладу, соціальна відповідальність;
- розгалужена та змістовна мережа освітніх послуг населенню;
- система цільової подачі інформації про заклад освіти.

Створення позитивного іміджу закладу освіти – це вирішення проблеми пошуку, розроблення та застосування управлінських та психолого-педагогічних, пізнавальних та емоційних, раціональних та художніх засобів створення позитивного образу закладу; відображення у цьому образі внутрішнього змісту, завдань та особливостей його діяльності.

Заключення

Ринок освітніх послуг зумовлює необхідність дбати не тільки про створення комфортних матеріально-технічних умов, залучення кращих педагогів-професіоналів чи досягнення високих навчальних результатів, а й вирішувати проблему позиціонування закладу освіти у цілому. Щоб конкурувати із іншими закладами освіти, необхідно мати чітку стратегію формування іміджу, його публік-релейшнз.

Практика управління організаціями, у тому числі й освітніми, з усією очевидністю свідчить, що творчі та ділові якості колективу дають найбільшу віддачу, а заклади ефективно розвиваються та стають конкурентноздатними лише при наявності позитивного ділового іміджу.

Створення іміджу – це складна система діяльності з формування успішності закладу освіти у цілому; кожного керівника, вчителя та учня. Робота над іміджем – це постійне нагадування про достоїнства, таланти, переваги.

Формування іміджу закладу освіти передбачає створення специфічної внутрішньої атмосфери, показниками якої є: визнання ідеї, цінностей, інтелектуального розвитку людини; створення атмосфери творчості; дотримання принципів гуманізму, партнерства, взаємодопомоги, демократизму в стосунках; забезпечення умов для позитивного налаштування кожної людини, яка навчається чи працює в закладі, на взаємодію. Не менш важливим є розробляння загального стилю, візуальних і діяльнісних елементів зовнішньої атрибутики для демонстрації духу спільності, корпоративності, єднання, наголошення на унікальності та якості пропонованих освітніх послуг.

Подальших наукових розвідок потребують проблеми щодо умов, засобів, інструментарію формування іміджу закладу освіти; формування готовності керівника та педагогічного колективу до іміджотворчої діяльності.

Література

1. Крутій К. Формування позитивного іміджу навчального закладу. *Практика управління закладом освіти*. 2011. № 1. С. 28-30.
2. Мармаза О. І. Використання потенційних можливостей іміджології в управлінні закладами освіти. *Управління школою*. 2009. № 19-21. С. 55–59.
3. Мармаза О. І. Інновації в менеджменті освіти: монографія. Харків : Основа, 2019. 160 с.
4. Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посіб. Київ : Видво Європ. ун-ту, 2005. 324 с.
5. Почепцов Г. Г. Професія: іміджмейкер. Київ : ИМСО МО України, НВФ «Студцентр», 1998. 256 с.
6. Goffman E. *The Presentation of Self in Everyday Life* (Penguin Psychology). New York : Doubleday Anchor, 1959. 251 p.

Information about the author:

Oleksandra Marmaza – Professor, PhD (Pedagogical Science), H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University, Kharkiv, Ukraine.