

ІМІДЖ СУЧАСНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Анотація. У даній статті розкрито комплекс питань розробки і становлення іміджу навчальних закладів. Актуальною є проблема іміджевої політики щодо закладів освіти, підготовка керівників навчальних закладів до цілеспрямованої роботи щодо визначення іміджу та його розвитку. Проблема сучасних навчальних закладів – це пошук, розробка та застосування управлінських пізнавальних та художніх засобів створення позитивного образу навчального закладу, відображення в цьому образі внутрішніх, сутнісних смислів, змісту та завдань, особливостей його діяльності.

Ключові слова: імідж, нова школа, зовнішній імідж, внутрішній імідж, публік рілейшнз, національна спрямованість, відкрите навчання, гуманізм, демократизм, варіативність освіти, пізнавальна діяльність, творчий потенціал.

Актуальність. Освіта перехідного етапу суспільства, як і кожна інша його ланка, проходить процес пошуку нових альтернатив. За цей час відбулася суттєва деформація навчання, що призвела до відкриття нових навчальних закладів. Зміна пріоритетів у державі внесла зміни до іміджу знань та освіти. І сучасні навчальні заклади розуміють значення іміджу освіти й самі працюють над цим. Проблема створення позитивного іміджу стає потребою дня, цікавить кожного керівника закладу освіти. Імідж може складатися стихійно, неконтрольовано або бути предметом цілеспрямованої роботи. Проблема сучасних навчальних закладів – це пошук, розробка та застосування управлінських пізнавальних та художніх засобів створення позитивного образу навчального закладу, відображення в цьому образі внутрішніх, сутнісних смислів, змісту та завдань, особливостей його діяльності.

Імідж – це яскравий вияв індивідуальності навчального закладу, тобто неповторне обличчя його колективу.

Нова школа – це школа культури життєвого самовизначення. Людина повинна вміти самостійно будувати своє життя, визначаючи його стратегію, свою позицію, свій світогляд. Школи нового типу (гімназії, ліцеї, коледжі та

інші) визначають свої стратегічні, концептуальні пріоритети, виробляють оптимальні моделі перспективного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми іміджу в широкому розумінні цього слова виступають предметом дослідження зарубіжних авторів – Л.Браун, П.Берд, вітчизняних дослідників – А.Панасюк, А.Пелих, Т.Кизилова, в останні роки активізувалась увага дослідників до питань іміджу в педагогіці – М.Борисенко, Н.Голота, Н.Казакова, Л.Карамушка, М.Левіт, О.Павленко, В.Шепель. Ці та інші дослідники вивчають питання зв'язків закладу освіти із громадськістю, шляхи створення та розвитку іміджу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якою б не була причина необхідності поліпшення іміджу, треба знати, як реалізувати задумане найбільш доступним і ефективним способом. Не підлягає сумніву, що кожний спроможний поліпшити як власний імідж, так і імідж своєї роботи загалом. Суть в тому, щоб змусити інших людей бачити все таким, як ви цього бажаєте. Щоб здійснити подібне, необхідно зрозуміти, як працює імідж, що конкретно він виявляє собою.

“Імідж” (англ. image), у буквальному значенні – образ. Сучасний словник іномовних слів тлумачить імідж, “як цілеспрямовано сформований образ (будь-якого явища, предмета), що вирізняє його певні ціннісні характеристики і котрий покликаний здійснити емоційно-психологічний вплив на людину з метою популяризації, реклами і т.п.”

Тобто, імідж – це ціннісний образ будь-чого, що створюється з метою емоційно-психологічного впливу.

Саме вузьке трактування іміджу – це зовнішність: як і у що одягатися, щоб добре виглядати. При належній подачі зовнішній імідж, як правило, вражає і захоплює за собою в бездонні глибини фантазій. Але подібний підхід не дуже ефективний, а красива упаковка в ряді випадків далеко не нешкідлива.

Імідж був присутнім завжди, але в наш час його значення різко зросло. Це можна пояснити тим, що імідж є природним продуктом обробки великих

масивів інформації. Оскільки ми не в змозі зберігати весь цей обсяг, ми починаємо користуватися ярличками, що посилають на ті, що стоять за ними ситуаціями. Вдало вибрані ярлички закріплюються.

Сьогодні сучасні навчальні заклади, особливо приватні, розуміють значення іміджу освіти й самі працюють над цим. Здебільшого імідж навчального закладу складається з тих самих складових, що й реклама товару. Тут і привабливий індивідуальний підхід, і навчання декільком іноземним мовам, і запрошення до викладання викладачів із закордону, і можливість закордонного стажування тощо. Але більшість навчальних закладів бачать імідж освіти у стабільному якісному навчальному процесі, який тримається на ентузіазмі викладачів. . Нова школа – це школа культури життєвого самовизначення. Навчитися жити – значить виробити свою позицію у житті, свій світогляд, ставлення до себе, інших, поставити перед собою задачу, щоб діяти у відповідності з нею, побудувати свій індивідуальний спосіб життя, обрати оптимальний режим інтелектуальних, емоційних, фізичних навантажень, спосіб реакції на незгоди й успіхи, гідний людини тип трудової діяльності і форми використання вільного життя. Культуру життя особистості утворюють системи основних потреб, моральних принципів, стратегія життя, його цілісність, освоєння загальнолюдських цінностей. Культура життя вражає міру усвідомлення й оволодіння людиною свого ставлення до самої себе, суспільства, природи, ступінь самореалізації сутнісних сил. Кульмінаційними, вузловими моментами творчих пошуків є моменти, коли особистість здійснює життєвий вибір, тобто приймає рішення із кардинальних проблем власного життя. Нова школа вчить дитину, як скласти свою життєву програму (самопрограмування); як пізнати себе (самопізнання); як справедливо оцінювати себе (самооцінці); як бачити світ таким, яким його бачать інші (пізнання світу); як визначити своє життєве кредо, мету життя (цілерозумінню), самоаналізу (рефлексії); і, звичайно, як планувати, як організувати діяльність щодо досягнення прийнятих цілей.

Імідж навчального закладу має усвідомлення та підсвідомі соціально-психологічні джерела. Зараз завдання полягає в тому, щоб зробити його позитивним, привабливим за зовнішніми та внутрішніми ознаками.

Зовнішні риси іміджу – це будинок, в якому розташований навчальний заклад. Він не може виглядати безособистісно. Керівник повинен дуже добре продумати його зовнішній вигляд. Далі слід зупинитися на соціально-психологічному аспекті сприйняття учнями та педагогами влаштування та кольорового оформлення аудиторій, коридорів тощо. Тут можуть зустрітися декілька концепцій: навчальний заклад – рідний дім, навчальний заклад – храм науки, навчальний заклад – частина суспільства. Але доцільно поєднати всі точки зору, тобто: навчальний заклад – рідний дім в Україні, в якому все сприяє отриманню, поглибленню, систематизації, поширенню наукової компетентності особистості, що розвивається.

Імідж нової школи – це яскравий вплив її індивідуальності, тобто неповторне обличчя її колективу в предметному та соціо-культурному середовищі. Формуванню позитивного оригінального іміджу школи нового типу сприяє формування та засвоєння чітких конкретних правил-девізів, які перетворюються в традиції закладу. Проблема іміджу навчального закладу – це проблема пошуку, розробки та застосування управлінських та психолого-педагогічних, пізнавальних та емоційних, раціональних та художніх засобів створення позитивного образу навчального закладу, відображення в цьому образі внутрішніх, сутнісних смислів, змісту та завдань, особливостей його діяльності. Процес створення іміджу являє собою процес двосторонньої, суб'єктно-об'єктної взаємодії, у якому активну роль відіграє як об'єкт, імідж-образ якого створюється, так і суб'єкт, який сприймає даний імідж-образ. Відповідно до двох основних напрямків роботи відповідають внутрішні та зовнішні показники іміджу навчального закладу.

Формування іміджу передбачає, перш за все, визначення основної мети та принципів діяльності навчального закладу. Основна мета полягає в забезпеченні, вихованні та розвитку здібних, обдарованих та талановитих

дітей у відповідності з світовими та національними критеріями, створенні умов для інтелектуального, духовного та професійного розвитку особистості.

Досягнення даної мети забезпечується в реалізації таких основних принципів навчання:

1. Національної спрямованості – побудови освіти з урахуванням історії та народних традицій, збереження та збагачення культури українського народу та інших народів, які проживають на території України, формування національної свідомості.
2. Відкритості навчання – орієнтації навчання на цілісний педагогічний світ, його глобальні проблеми, усвідомлення переваження загальнолюдських цінностей над груповими і класовими, інтеграція у міжнародні освітні, соціальні і культурні системи.
3. Гуманізму – утвердження людини як найвищої соціальної цінності, створення умов для врахування різноманітних потреб, інтересів, ціннісних орієнтацій педагогів та дітей, врахування їх індивідуально-психологічних особливостей у процесі організації управлінської та навчально-виховної діяльності.
4. Демократизму – створення умов для активної участі педагогів та дітей у вирішенні актуальних проблем діяльності навчального закладу, організації навчально-виховного процесу на основі партнерства педагогів та учнів.
5. Варіативності освіти – забезпечення широкого вибору профілей та підпрофілей навчання, його методів та форм, реалізації принципів диференціації та індивідуалізації навчання.
6. Забезпеченні розвивального характеру навчання – створення умов для інтенсивного розвитку пізнавальних процесів, переорієнтації процесів навчання з предметного на процесуальні та мотиваційні аспекти освіти.
7. Активізації пізнавальної діяльності учнів – інтенсивне оволодіння знаннями, формування умінь та навичок здобування нових знань,

формування позитивної мотивації до навчання та пізнавальної діяльності.

8. Формуванні творчого потенціалу – формування умінь та навичок ставити нові проблеми, як на теоретичному, так і на практичному рівнях, знаходити альтернативні способи їх розв'язання, розвивати гнучкість мислення, здатність адаптуватися до соціальних змін.

9. Єдності навчання та виховання – органічного поєднання навчання, виховання та розвитку особистості, спрямованість освіти на формування цілісної та гармонійно розвинутої особистості.

Створенню позитивного іміджу навчального закладу сприяють спеціальні форми роботи серед членів адміністрації, викладачів, учнів та їх батьків.

Школа, як будь-яка організація, протягом свого життя проходить чотири стадії: формування, ствердження на певних позиціях і більш-менш стабільне існування, інноваційну діяльність за стабільного міцного становища на зайнятих позиціях і трансформацію, що призводить до відмирання або до чергового інноваційного витка. Звісно, кожному етапу має відповідати власна іміджева політика – як зовнішня, так і внутрішня. Шляхи формування позитивного іміджу школи:

I. Зовнішній імідж школи:

- наявність візитки школи;
- зв'язки з громадськістю;
- зв'язки з вищими навчальними закладами;
- зв'язки з ДНЗ;
- сучасний естетичний вигляд приміщення школи;
- участь та висока результативність участі в міських заходах, конкурсах, виставках, тощо;

- організація та проведення міських семінарів на високому науково-методичному рівні;
- високий якісний показник участі учнів школи в предметних олімпіадах, конкурсах-захистах науково-дослідних робіт, творчих конкурсах, спортивних змаганнях, турнірах;
- забезпечення якісного рівня знань;
- результативність вступу випускників до вищих навчальних закладів.

II. Внутрішній імідж школи:

- позитивний мікроклімат у колективі;
- об'єднання навколо ідеї;
- прогресивна команда адміністрації;
- оптимальний добір кадрів;
- високий рівень професіоналізму вчителів;
- забезпечення єдності освітнього процесу: навчання, виховання, фізичного розвитку;
- сучасна матеріально-технічна база;
- естетичний вигляд кабінетів;
- висока самооцінка;
- шкільні традиції;
- постійний пошук нового, прогресивного;
- зв'язок поколінь;
- високий рівень вихованості учасників освітнього процесу;
- сучасний імідж кожного вчителя;
- сучасна система позакласної роботи.

Робота над іміджем і з іміджем входить до основ “паблік рилейшнз”. Створення іміджу є однією із функцій “паблік рилейшнз” – науки і мистецтва, функції управління, яка сприяє встановленню і підтриманню

спілкування, взаєморозуміння, співробітництва між організацією і громадянською.

PR-заходи зі створення позитивного іміджу школи:

- створення рекламного буклету, візитки школи;
- співпраця із ЗМІ (інформування громади про досягнення школи);
- проєктивна діяльність, спрямована на формування позитивного іміджу школи;
- запровадження ряду атрибутів: шевронів, значків, елементу шкільної форми;
- створення електронної та відео презентації школи;
- заходи з залученням громади;
- активний пошук додаткових джерел фінансування.

За своєю психологічною сутністю процес створення іміджу є процесом двосторонньої взаємодії, у якому активну роль відіграє як навчальний заклад, імідж – образ якого створюється, так і громадянська, яка сприймає даний імідж-образ. Тому перед навчальним закладом постає завдання – висвітлення свого іміджу. Це завдання містить у собі цілий комплекс соціально-психологічної і організаційної взаємодії, який у сучасному визначенні носить назву “публік рилейшнз”. Створення спеціальних підрозділів “публік рилейшнз” в навчальних закладах це справа майбутнього. Сьогодні – це не систематизовані і не узагальнені вияви діяльності в цьому напрямку. Практична реалізація може здійснюватися сьогодні управлінською командою навчального закладу в тісному співробітництві з психологічною службою даного закладу та науковими консультантами.

Формування іміджу – це цілеспрямований, науково виважений процес. Проблема формування іміджу – це проблема психолого-педагогічних, пізнавальних та емоційних, раціональних та художніх засобів створення позитивного образу навчального закладу, відображення в цьому образі внутрішніх, сутнісних смислів, змісту та завдань, особливостей діяльності навчального закладу.

Література

1. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Пер. з англ. – Спб. : Питер – Пресс, 1996. – 288 с.
2. Імідж школи на порозі ХХІ століття: Практико зорієнтований посіб. / За ред. І.Г.Єрмакова. – К., 1998. – 382 с.
3. Карамушка Л.М. Створення іміджу навчального закладу як важливий напрямок менеджменту освіти / Л.М. Карамушка // Управління сучасними навчально-виховними закладами в системі освіти : Матеріали міжрег. наук.- практ. конф.- Запоріжжя, 1996. - С. 11-15.
4. Карамушка Л.М. Психологічні основи організації управління сучасними освітніми закладами / Л.М. Карамушка // Психолого-педагогічні проблеми гуманізації шкільної освіти. – Київ-Рівне, 1997.
5. Панасюк А.Ю. Имиджеология в структуре наук о психологии взрослых / А.Ю. Панасюк // Мир психологии. - 1999. - № 2. - С. 49-52.
6. Шепель В. Имидж : (Воздействие внешнего облика людей друг на друга) / В. Шепель // Воспитание шк. - 1994.- № 6.- С. 32-35.
7. Шпалінський В.В. Психологія управління : Навч. посібник для керівників навчальних закладів, практик. психологів, вчителів та вихователів / Шпалінський В.В., Помазан К.А. – Харків : Веста: Видавництво “Ранок”, 2002. - 128 с.