

**О.Г.Курган,**

здобувач вищої освіти 073  
«Менеджмент», група УНЗ-18-Г2,  
ННІМП, ДЗВО «Університет  
менеджменту освіти»

**Науковий керівник:**

**Г.М. Тимошко,**

д. пед. н., професор кафедри  
педагогіки, адміністрування і  
соціальної роботи ННІМП, ДЗВО  
«Університет менеджменту освіти»

## **РОЗВИТОК ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ОСВІТИ**

Суттєві зміни у підходах до розвитку загальної середньої освіти, які відбуваються в сучасному освітньому просторі, вплинули не лише на світоглядні концепції у навчанні та вихованні, а й призвели до виникнення нових потреб суспільства щодо якості освіти та дозволили переглянути вимоги до рівня і компетентності стану викладання навчальних дисциплін у закладах загальної середньої освіти.

На сучасному етапі освітнім установам необхідно позиціонувати себе на ринку освітніх послуг, використовуючи ті можливості, які дозволяють зробити результат їх діяльності більш відкритим для споживача. Сьогодення передбачає підвищення рівня готовності випускників освітніх закладів до подальшого навчання, працевлаштування, розширення мобільності та формування конкурентоспроможності у європейському вимірі.

Заклад освіти – це відкрита соціально-педагогічна система, що взаємодіє з багатьма соціальними інститутами. Проблема його зовнішнього представництва існувала завжди, але в сучасних умовах вона проявляється більш чітко. Пов'язано це, на наш погляд, по-перше, із процесами становлення й розвитку різних типів і видів закладів освіти – державних і недержавних; по-

друге, із скороченням чисельності учнів; по-третє, із незрозумінням потенціальними споживачами освітніх послуг результатів інноваційних процесів та окремих педагогічних нововведень, невідповідності їхніх очікувань реальності.

Педагогічна теорія і практика підтверджує потребу формування іміджу сучасного закладу освіти, що обумовлено такими причинами:

- складна демографічна ситуація підсилює конкуренцію серед освітніх закладів за набір учнів і збереження контингенту;
- сильний позитивний імідж полегшує доступ освітнього закладу до кращих ресурсів: фінансових, інформаційних, людських тощо;
- маючи сформований позитивний імідж, освітній заклад за рівних умов стає привабливішим для педагогів та створює запас довіри до всього, що відбувається в стінах закладу, зокрема й до інноваційних процесів.

Одна з актуальних проблем, що постає перед керівництвом і колективом закладу загальної середньої освіти, полягає у формуванні його іміджу.

Сьогодні поняття «імідж установи», «імідж керівника», «корпоративний імідж» разом з поняттями «інновація», «моніторинг» стали характеристиками освітньої системи і самих управлінців, тому створення іміджу освітнього закладу – *важлива управлінська проблема*.

Створення *позитивного іміджу* підвищує ефективність діяльності закладу освіти, дає можливість більш повно задовольнити потреби всіх учасників освітнього процесу. *Імідж* – це яскравий вияв індивідуальності освітнього закладу, що прогнозує модель конкурентоспроможного випускника.

Питання формування позитивного іміджу набуло свого відображення у дослідженнях Л. Брауна, Г. Почепцова, О. Кудінова. Загальні психологічні основи іміджу навчальних закладів розглядали О. Бандурка, О. Землянська, Л. Алексеєва, А. Громова, В. Шпалінський. Проблеми взаємозалежності управління та іміджу відображено у працях З. Старобинського, О. Ільїна, Б. Андрюшкіна, Р. Гріфінв, В. Яцури, С. Скібинського. Різні аспекти роботи

керівника зі створення іміджу розглядаються в дослідженнях Г. Почепцова, Є. Уткіна, О. Омарова, Г. Тимошко, З. Рябової, О. Доброневського.

У науковій літературі співіснують різноманітні визначення поняття “імідж”: *це* – особливий психологічний образ, який певним чином впливає на емоції, поведінку та взаємин особистості чи соціальної групи (Г. Почепцов) [2,3]; *це* – надзвичайно яскраво й емоційно забарвлений образ чогось або когось, який сформувався у масовій свідомості і має характер стереотипу, йому також характерні значні регуляторні властивості (Л. Браун) [1]; *це* – цілеспрямований, сформований образ, що вирізняє певні ціннісні характеристики і покликаний здійснити емоційно-психологічний вплив на людину (В. Шепель) [5].

Процес створення іміджу є процесом двосторонньої взаємодії, у якому активну роль відіграє як освітній заклад, імідж – образ якого створюється, так і громадськість, яка сприймає даний імідж – образ. Тому перед освітнім закладом постає завдання – висвітлення свого іміджу.

Етапи створення позитивного іміджу сучасного закладу загальної середньої освіти:

1. *Початок цілеспрямованої роботи з формування іміджу школи.*
2. *Активне формування іміджу школи.*
3. *Підтримка, коригування, оновлення й розвиток сформованого іміджу.*

Кінцевим результатом формування позитивного іміджу сучасного освітнього закладу є підвищення його конкурентоспроможності, що впливає на розвиток соціальних зв'язків, які стають ресурсом для отримання інвестицій.

Визначивши організаційно-педагогічні умови розвитку позитивного іміджу сучасного закладу загальної середньої освіти, ми об'єднали їх у чотири логічно сформовані блоки та визначили основні умови успішного їх впровадження:

- безпечність та комфортність шкільного середовища;
- якість освітніх послуг;

- співтворчість високкваліфікованого педагогічного колективу із батьківською громадськістю у формуванні моделі конкурентоздатного випускника;
- позитивний образ керівника й персоналу освітньої установи [4].

Дослідження особливостей розвитку іміджу закладу загальної середньої освіти (на прикладі Глухівської загальноосвітньої школи I-III ступенів №6) свідчать про те, що завдяки діяльності педагогічного колективу в школі успішно реалізується державна політика у створенні інтелектуального, духовного потенціалу учнів, забезпечується їх право на здобуття якісної загальної середньої освіти. У свою чергу, сьогодення вимагає підготовки нової генерації педагогічних працівників, підвищення професіоналізму вчителя, його національної свідомості, готовності до творчої діяльності.

Освітня діяльність у закладі здійснюється на основі комплексної оцінки рівня кваліфікації та педагогічної майстерності вчителя шляхом проведення контрольних робіт, тестування, відвідування уроків, позакласних заходів, здійснення аналізу освітнього процесу з урахуванням думки батьків, учнів.

Серед завдань, які вирішує заклад – формування в особі сьогоденішніх здобувачів освіти конкурентоспроможної особи, створення умов для самовизначення, самовиховання та самореалізації особистості – носія особистісних, сімейних, етнонаціональних, полікультурних, толерантних, громадянських, загальнолюдських цінностей.

Організація виховної роботи позитивно впливає на формування іміджу закладу загальної середньої освіти. У виховній роботі закладу утвердились ефективні технології, які забезпечують творчий розвиток особистості. Особливо важливою складовою успішного виховного процесу є учнівське самоврядування, діяльність якого спрямована на створення дієвої, чіткої, адекватної сучасним освітнім пріоритетам і завданням виховної системи, здатної забезпечувати виховання учня як громадянина України, особистості моральної, вільної, демократичної, життєво і соціально компетентної, готової

здійснювати самостійний вибір, приймати відповідальні рішення у різноманітних життєвих ситуаціях і бути готовою до відповідальності за них.

Суттєві зміни в управлінні освітніми закладами та основні орієнтири розвитку їх позитивного іміджу обумовлюють також вимоги до формування іміджу управлінської команди сучасного закладу освіти. Керівникам закладів освіти, які прагнуть постійно удосконалювати свою майстерність і мистецтво управління, шукати нові грані в теорії і практиці управління, впливати засобами особистого іміджу на формування позитивного іміджу освітнього закладу вдається успішно здійснювати управлінську діяльність.

Таким чином, ефективність діяльності управлінської команди закладу освіти багато в чому залежить від *особистого іміджу* кожного її члена. В умовах швидких змін в освіті керівники професійно володіють не тільки академічними навиками менеджменту, але злагодженою управлінською діяльністю, сприяють розвитку позитивного іміджу закладу.

Основними шляхами ефективного розвитку іміджу сучасного освітнього закладу у процесі дослідження визначено:

- розуміння значення іміджу освіти керівником освітнього закладу та учасниками освітнього процесу;
- вироблення особистої позиції у житті, власного світогляду, ставлення до себе, інших, постанови відповідного завдання, створення індивідуального способу життя;
- зміна іміджевої характеристики учителя та учня у процесі створення іміджу сучасного освітнього закладу;
- усвідомлення того, що знання, уміння і навички, які дає освіта, повинні мати свою ринкову вартість.

Отже, процес формування іміджу сучасного закладу освіти – складна, багаторівнева система, яка визначає необхідність удосконалення якості шкільної освіти, формування позитивного іміджу всіх учасників освітнього

процесу, здатних до ефективної діяльності в умовах сучасного соціуму, що швидко змінюються.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Браун Л. *Имидж – путь к успеху*. Спб.: Питер – Пресс, 2006. 288с.
2. Почепцов Г. *Имидж: от фараонов до президентов. Строительство вообразяемых мифов в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз*. К.: АДЕФ – Украина, 2007. 328 с.
3. Почепцов Г. *Профессия: имиджмейкер*. К.: ИМСО МО Украины : НМВФ «Студцентр», 2009. 256 с.
4. Тимошко Г.М. *Організаційна культура керівника загальноосвітнього навчального закладу: теорія і практика: монографія*. Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2014.596 с.
5. Шепель В. *Имидж: Искусство общения [в статье использованы тесты]*. *Воспитание школьников*. 2015. №4. С. 45-47.

***Матеріали подано в авторській редакції***