

subjects of educational process came to the implicit conclusion, that exactly the presence of such co-operation guarantees conscious, transparent, clear and decision basis for further successful diagnostic actions.

Realization of the reflection training came true in a few stages: on the preparatory stage students prepared a lecture up to 10 minutes, expected for consideration of one of the aspects of the problem. A lecture contained answers for such questions: «Essence of object», «Basic concepts», «Emotional estimation»; the first stage is performances of participants. After a lecture each student is asked questions on understanding; the second stage is the expression of the students' attitude in relation to the heard information: 1) marking of interesting moments of the lecture; 2) defining positive and negative moments of the lecture, using the formulations «If I were...»; the third stage is answers of a speaker for questions and expounded positions of participants; the fourth stage is direct realization of the reflexive training, in the process of which students carried out self-examination on certain professional descriptions on levels: own ideas about themselves, about other participants, own ideas about presentations of other participants.

Key words: *reflection-diagnostic component, professional-creative abilities, heuristic dialogue co-operation, future teachers, heuristic dialogue, educational process, subjects of education, didactic model.*

УДК 373:17.022.1

Є. О. Сазонов

Сумський державний педагогічний
університет імені А. С. Макаренка

КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ СУЧАСНОГО ЗАГАЛЬНООСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ

У статті розкривається сутність поняття позитивного іміджу сучасного загальноосвітнього закладу, виокремлюються критерії оцінювання та реалізації позитивного іміджу ЗНЗ та аналізуються їх сутнісні характеристики. Визначено основні структурні компоненти іміджу ЗНЗ (мотиваційно-цільовий, змістовий та технологічний). На основі проведеного аналізу наукових джерел з проблематики дослідження виділено критеріальні показники формування позитивного іміджу школи як сучасного ЗНЗ: внутрішній і зовнішній імідж школи, імідж випускника, зв'язок з громадськістю, імідж вчителя та керівника, мікроклімат загальноосвітнього навчального закладу та вміння підбирати одяг.

Ключові слова: *імідж, позитивний імідж, загальноосвітній навчальний заклад, критерії оцінювання та реалізації.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку освіти перед школою постало таке важливе завдання, як вибір нових пріоритетів: спеціалізації, диференціації, інформатизації, профілізації, гуманізації тощо. За таких умов кожен керівник школи як сучасного загальноосвітнього закладу, працює в напрямі виявлення яскравої індивідуальності навчальних закладів. Сучасна умова реалізації індивідуальності загальноосвітніх навчальних закладів полягає у відмінності однієї навчальної установи від іншої та в зацікавленості громадськістю конкретної загальноосвітньої установи (школи)

і співпраці з нею (школою) інших освітніх та громадських установ. У зв'язку з ситуацією, яка склалася на ринку освітніх послуг, як ніколи гостро стоїть питання про створення позитивного іміджу навчального закладу. На цьому етапі виникає низка суперечностей, а саме: між необхідністю формування іміджу навчального закладу і неспроможністю керівника навчального закладу управляти цим процесом; між швидким зростанням кількості різних інноваційних навчальних закладів і недостатньою розробленістю проблеми створення ефективних управлінських систем, націлених на розвиток іміджу сучасного загальноосвітнього навчального закладу. Процес формування позитивного іміджу загальноосвітнього навчального закладу ретельний та тривалий і тому повинен мати певні критеріальні показники, за якими буде реалізовуватись та оцінюватись імідж загальноосвітньої установи. Проблема дослідження полягає у визначенні критеріїв формування позитивного іміджу школи.

Аналіз актуальних досліджень. Дослідженням трактування поняття іміджу та критеріальних показників навчальної загальноосвітньої установи в різний час займалися такі дослідники: В. Алфимов [1]; В. Дубичинський [2]; І. Зуєвська [3]; М. Кондратьєв [6]; І. Литвинов [4]; О. Лісаченко [5]; В. Маценко [7]; М. Рожнятковська [8]; С. Сушко [9].

Мета дослідження: виявити критерії формування позитивного іміджу школи як сучасного навчального закладу шляхом аналізу наукових джерел.

Завдання дослідження:

- дослідити поняття іміджу в науково-методичних джерелах;
- сформулювати поняття позитивного іміджу;
- визначити основні структурні компоненти позитивного іміджу сучасного навчального закладу.

Виклад основного матеріалу. Під час опрацювання джерельної бази автором було виявлено, що поняття імідж є відносно молодим і не існує ще чіткого тлумачення цього слова. Так, енциклопедисти тлумачать поняття імідж, образ, зображення і зазначають, що імідж – цілеспрямований створений образ будь якого предмета, особи, покликаний емоційно вплинути на будь-кого з метою популяризації чого-небудь, реклами, організації, окремої людини тощо на основі цілісного виокремлення соціального об'єкта та побудови структурної стереотипної основи усвідомлення про що-небудь в уявленні соціального об'єкта [2; 6]. Тобто, під час створення або формування позитивного іміджу навчальних закладів, зокрема і школи, первинне ставлення або стереотип у подальшому буде кардинально впливати на репутацію навчального закладу.

Думка вітчизняних педагогів і психологів про імідж відрізняється від думки енциклопедистів. Так, імідж може трактуватися як процес планування і створення емоційно-психологічного впливу, який працює з почуттями, а не тільки з логікою; вплив на будь-кого, тобто необхідно побачити тих суб'єктів, заради яких усю цю роботу здійснюють [8]. Або результат самосвідомості власного реального чи ідеального образу, як і про публічний образ, який свідомо чи несвідомо демонструється публіці, так і про образ об'єкта, прийнятого іншими, що склався в результаті перегляду того, що було продемонстровано [1]. Тобто процес створення позитивного іміджу є ретельною співпрацею із зовнішнім середовищем поза межами школи та громадськістю, при цьому потреби та запити громадськості ретельно аналізуються й досліджуються з усіх боків.

Із загального поняття імідж виводиться поняття іміджу школи. На основі узагальнення опрацьованих джерел можна виокремити декілька тлумачень. Імідж школи можна тлумачити як процес створення бажаного образу на основі наявних ресурсів. При цьому, головною метою створення іміджу є підвищення конкурентоздатності, залучення інвестицій, встановлення й розширення партнерських зв'язків [8]. Тобто в цьому випадку йдеться про створення ідеальної репутації навчального закладу різними засобами залучення інвестицій та інновацій. емоційно забарвлений. Або образ навчального закладу, часто свідомо сформований, що має цілеспрямовані характеристики і покликаний певним чином впливати на конкретні групи соціуму [3]. Тобто, імідж навчального закладу – це емоційно та яскраво забарвлений, багатофакторний образ навчального закладу, який утворився в масовій свідомості, через яскравий вплив індивідуальності навчального закладу, багатофакторності різнорівневої системи, яка визначилась у співвідношенні між різними аспектами діяльності навчального закладу, транслуючись у зовнішнє середовище. Таким чином, позитивний імідж загальноосвітнього навчального закладу – це багатофакторний різнорівневий ресурс управління і розвитку навчального закладу з метою підвищення конкурентоздатності, залучення інвестицій, встановлення й розширення партнерських зв'язків.

Отже, створення іміджу є першим кроком до побудови хорошої школи. І ініціатива тут має виходити виключно від самого керівництва навчального закладу. Позитивний імідж загальноосвітньої установи, як будь-яке управлінське нововведення, має певні структурні компоненти. Так, одні педагоги припускають, що позитивний імідж складається з мотиваційно-цільового компоненту (вивчення наявного досвіду; формування мети та

завдань даного управлінського нововведення, результатів його впровадження; вивчення потреб усіх суб'єктів педагогічної практики у формуванні іміджу школи, як усередині, так і зовні); змістового компоненту (розкриває сутність поняття «імідж освітньої установи», його структурні елементи, їхні характеристики, критерії відбору змісту інформаційних матеріалів, певного їх оформлення) та технологічного компоненту (послідовність етапів реалізації нововведення, технологічну готовність суб'єктів діяльності, вироблення рекомендацій щодо його використання) [5].

Інші до позначених вище компонентів додають внутрішній компонент, що бере участь у процесі створення творчого середовища й соціально-психологічного настрою в колективі та створення, налагоджених оптимальних міжособистісних стосунків у колективі. Зовнішній компонент, який впливає на взаємодію закладу освіти з соціальним середовищем, передусім у місті, районі, області [9].

Але все ж таки об'єктивне уявлення про позитивний імідж закладу робиться на основі конкретних критеріїв. І. Зуєвська робить наголос на існуванні таких критеріїв позитивного іміджу школи, як: наявність довгострокової освітньої стратегії; сприятливий морально-психологічний клімат у колективі; захоплений, небайдужий, професійний педагогічний колектив; наявність об'єднаного дитячого колективу та його керівних органів; культ колективних традицій; організація сімейних свят; постійний саморозвиток колективу, об'єднання спільною справою дитячого, батьківського і вчительського колективів; наявність яскравої зовнішньої атрибутики: девіз, прапор, елементи форми в одязі, власний сайт в Інтернеті тощо [3]. При цьому доречною думкою буде розподіл цих показників на три типи, а саме: постійні показники (чітке визначення педагогічним колективом місії та концепції навчального закладу; оптимістичний настрій і доброзичливий мікроклімат у вчительському й дитячому колективах; педагогічна, соціальна й управлінська компетентність співробітників тощо); змінні показники (зміст місії та пріоритети навчального закладу; види освітніх послуг; матеріальну базу закладу); інформаційні показники (ступінь поінформованості споживача; з'ясування громадської думки про різні позитивні аспекти діяльності школи; розуміння ставлення до школи) [3].

Говорячи докладніше про конкретні критерії, зазначимо, що у своїх працях І. Литвинов серед всіх існуючих критеріїв на перше місце ставить, рівень сприятливого психологічного клімату в колективі. Він також наголошує, що основні складові соціально-психологічного клімату школи

виявляються в так званих рівнях задоволеності, які проходять через призму особистості керівника:

- стиль керівництва та особистість керівника;
- стосунки з колегами;
- стосунки з учнями;
- умови праці та побуту [4].

Якщо ж говорити про імідж керівника, то цьому критерію повинно приділятися більше уваги. Так, керівник має зосереджуватися не тільки на результатах, а й на процесі та стосунках; шукати оптимальний рівень залучення членів колективу до процесу ухвалення рішень; полегшувати процес досягнення поставлених завдань; вироблювати натхненне бачення майбутнього та вміння ділитися ним з іншими членами команди [8]. Також серед списку критеріїв доречно назвати зовнішній вигляд не тільки керівника, а також і педагогічного колективу. В науковій літературі можна зустріти правила підбору одягу для керівників навчальних закладів: «...Спочатку купіть костюм. Він найголовніший з усіх елементів одягу. Прикріпіть зразок тканини вашого нового костюма хоча б до листочка записної книжки і добирайте сорочку вже згідно з нашими рекомендаціями і відповідно до вашого смаку. Якщо читач не схильний удаватися в усі тонкощі комбінування одягу, то, спрощуючи задачу, можна запропонувати йому дотримуватися системи синьо-сірих тонів, де сорочка будь-яка, а краватка гармонує з піджаком. Погано поєднуються в різних елементах одягу однакові малюнки. Краватка повинна сполучатися із сорочкою або трошки контрастувати з нею, але не дисгармоніювати з костюмом. Варто враховувати і клімат. Чим південніше, тим природніше виглядають світлі тони і більш легкі тканини одягу. Добираючи одяг відповідно до цих, навіть спрощених рекомендацій, ви будете мати досить респектабельний вигляд. Не забудьте: вузол вашої краватки завжди повинен бути ідеальним...» [4].

У більш розширеному вигляді список критеріїв оцінювання іміджу має такий вигляд.

1. Зовнішній імідж – наявність візитки школи; зв'язки з громадськістю; зв'язки з вищими навчальними закладами (з економістами, правознавцями, істориками тощо); зв'язки з дошкільними навчальними закладами; сучасний естетичний вигляд приміщень школи; наявність сучасно обладнаних кабінетів (кабінету історії, біології, англійської мови тощо); участь та висока результативність участі в районних, міських, обласних заходах, конкурсах, виставках тощо.

2. Внутрішній імідж – позитивний мікроклімат у колективі, об'єднаність навколо ідеї створення, функціонування й розвитку навчального закладу; наявність прогресивної команди адміністрації; оптимальний добір кадрів; високий рівень професіоналізму вчителів, особливо з профільних предметів; забезпечення єдності освітнього простору: навчання, виховання, фізичного розвитку; наявність сучасної матеріально-технічної бази; естетичність вигляду спеціалізованих кабінетів; висока самооцінка; традиції школи; розвиток навчального закладу в профільному напрямі, постійний пошук і впровадження нового, прогресивного; зв'язок поколінь; високий рівень вихованості учасників освітнього процесу).

3. Модель випускника – висока якість знань, особливо з профільних предметів; творче мислення; ініціативність; здатність генерувати ідеї; уміння здобувати й опрацьовувати інформацію; уміння працювати в команді; здатність змінювати сфери та способи діяльності; уміння презентувати свої досягнення та цінувати досягнення інших; здатність приймати нестандартні рішення; почуття власної гідності; патріотизм; відповідальність тощо.

4. Рекламні заходи зі створення позитивного іміджу – створення рекламного буклету, візитівки школи з вичерпною інформацією про навчальний заклад; співпраця із засобами масової інформації (інформування потенційних замовників освітніх послуг про досягнення школи); проектна діяльність, спрямована на формування позитивного іміджу закладу освіти; запровадження низки атрибутів: шевронів, значків, елементів шкільної форми; створення електронної та відео презентації школи; заходи із залученням громади) [5].

Висновки. На основі вище сказаного можна зробити такі висновки: імідж – це багатофакторне поняття, що означає цілісний образ конкретної людини, організації, продукту особливої діяльності зі створення або перетворення образу конкретної людини, організації як результату докладання цілеспрямованих професійних зусиль; імідж навчального закладу – емоційно та яскраво забарвлений, багатофакторний образ навчального закладу, який утворився в масовій свідомості через яскравий вплив індивідуальності навчального закладу, багатофакторності різнорівневої системи, яка визначилась у співвідношенні між різними аспектами діяльності навчального закладу, транслуючись у зовнішнє середовище. Позитивний імідж сучасного навчального закладу – це багатофакторний різнорівневий ресурс управління й розвитку навчального закладу з метою підвищення конкурентоздатності, залучення інвестицій, встановлення та розширення партнерських зв'язків; основними структурними компонентами іміджу ЗНЗ є

мотиваційно-цільовий, змістовий та технологічний; на основі проведеного аналізу наукових джерел з проблематики дослідження можна виділити такі важливі критеріальні показники формування позитивного іміджу школи як сучасного ЗНЗ: внутрішній і зовнішній імідж школи, імідж випускника, зв'язок з громадськістю, імідж вчителя та керівника, мікроклімат загальноосвітнього навчального закладу та вміння підбирати одяг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алфимов Д. В. Основы создания положительного имиджа учебного заведения / Д. В. Алфимов. – Донецк : Неогоциант, 2005. – 270 с.
2. Дубчинський В. В. Імідж / В. В. Дубчинський // Сучасний тлумачний словник української мови : словник-довідник / [авт.-уклад. Дубчинський В. В.]. – Х. : Школа, 2009. – 295 с.
3. Зуєвська І. Критерії ефективності позитивного іміджу школи / І. Зуєвська // Директор школи. – 2006 – № 2 (386). – С. 10–13.
4. Литвинов І. Хороший директор – хороша школа / І. Литвинов // Персонал. – 1998. – № 4. – С. 86–89.
5. Лісаченко О. Імідж сучасного ЗНЗ / Олена Лісаченко // Управління освітою. – № 15 (291). – 2012 – С. 9–11.
6. Кондратьев М. Ю. Азбука соціального психолога-практика / М. Ю. Кондратьев. – М. : ПЕР СЕ, 2007. – 464 с.
7. Маценко В. Технологія іміджу / В. Маценко. – К. : Главник, 2005. – 96 с.
8. Рожнятковська І. М. Імідж школи / І. М. Рожнятківська. – К. : Шк. світ, 2011. – 120 с.
9. Сушко С. Сучасна модель управління гімназією / С. Сушко // Директор школи, ліцею, гімназії. – 2003. – № 3. – С. 85–100.

РЕЗЮМЕ

Е. А. Сазонов. Критерии эффективности положительного имиджа современного общеобразовательного учреждения.

В статье раскрывается сущность понятия положительного имиджа современного общеобразовательного учреждения, выделяются критерии оценивания и реализации положительного имиджа общеобразовательных учреждений и анализируются их существенные характеристики. Определены основные структурные компоненты имиджа общеобразовательного учреждения (мотивационно-целевой, содержательный и технологический). На основе проведенного анализа научных источников по проблеме исследования выделены критериальные показатели формирования положительного имиджа школы как современного общеобразовательного учреждения: внутренний и внешний имидж школы, имидж выпускника, связь с общественностью, имидж учителя и руководителя, микроклимат общеобразовательного учреждения и умения подбирать одежду.

Ключевые слова: имидж, положительный имидж, общеобразовательное учреждение, критерии оценивания и реализации.

SUMMARY

Ye. Sazonov. Effectiveness criteria for a positive image of a modern educational institution.

In the article based on the analysis of scientific sources the criteria for the formation of a positive image of the school as a modern educational institution are identified; the

definition of the concept «positive image» is given; the main structural components of the positive image of the modern educational institution are defined.

It is stressed that the image is a multifaceted concept, which means a complete image of a definite person, an organization, a product of specific activity aimed at making or converting the image of a definite person, the organization, as a result of purposeful application of professional efforts; the image of the educational institution is considered to be emotionally and brightly painted, multifaceted image of an educational institution which was formed in the mass consciousness, through the bright impact of the individuality of the educational institution, multifaceted multi-level system, which is determined in the relationship between different aspects of activity of the educational institution, while translating into external environment.

The criteria of a positive image of the school are: availability of long-term educational strategies; favorable moral and psychological climate in the collective; captured, caring, professional teaching staff; children's collective and its governing bodies; collective traditions; organization of family celebrations; the constant self-development team, uniting child, parent and teacher groups by the common task; bright external attributes: motto, flag, uniform elements in clothing, own website on the Internet, etc.

Positive image of a modern educational institution is multifaceted multilevel resource of management and development of the educational institution aimed at increasing competitiveness, investments, establishment and expansion of partnerships; the main structural components of the image of the secondary school are: motivational-target, content and technological. On the basis of the analysis of scientific sources on the problem under investigation the author outlines such important criteria-based indicators of a positive image of the school as a modern educational institution formation, namely: internal and external image of the school, image of the graduate, public relations, image of the teacher and the director, microclimate of the educational institution, and the ability to choose the right clothes.

Key words: *image, positive image, educational institution, evaluation criteria and implementation.*