

## ЕТАПИ СТВОРЕННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ШКОЛИ

*У статті розкрито поняття "імідж школи" і умови його створення, проаналізовано етапи створення позитивного іміджу школи та результати його втілення на практиці.*

**Ключові слова:** імідж, імідж школи, якість іміджу, репутація школи, концепція розвитку школи.

Як відомо, сучасна школа – це відкрита, взаємодіюча з багатьма соціальними інститутами соціально-педагогічна система, про яку все частіше говорять як про сферу послуг. Коли йдеться про школу, все частіше люди вживають такі поняття, як "конкурентоспроможність", "сегмент ринку", "освітня послуга", "реклама" і т. ін. У зв'язку з цим маркетинговий аспект методичної служби школи є одним з напрямів оптимізації методичної роботи освітньої установи.

Сучасний словник трактує поняття "імідж" (від лат. imago – "зображення, образ") як цілеспрямовано формований образ (будь-якої особи, предмета), покликаний здійснити емоційно-психологічний вплив на когось із метою популяризації, реклами тощо. Зауважимо на ключові слова: "цілеспрямовано", тобто імідж – це те, що можна планувати й створювати; "емоційно-психологічний вплив", - тобто він "працює" з почуттями, а не тільки з логікою; "вплив на будь-кого", - тобто необхідно побачити тих суб'єктів, заради яких вся ця робота й започатковується [3: 196].

Імідж будь-якої організації в цілому і освітньої установи, зокрема, - це цілісне сприйняття (розуміння й оцінка) оцінки різними групами громадськості, що формується на основі інформації, що зберігається в їхній пам'яті, про різні сторони діяльності навчального закладу: навчальної, наукової, виховної, суспільної тощо [4].

Інакше кажучи, зміст поняття іміджу школи містить у собі дві складові: описову (інформаційну) складову, що являє собою образ школи, або сукупність усіх уявлень (знань) про організацію. І складову, пов'язану з відношенням, або оцінну складову. Оцінна складова існує в силу того, що інформація, що зберігається в пам'яті, не сприймається нейтрально, а спонукає до оцінки й емоцій, які можуть мати різну інтенсивність, оскільки конкретні риси образу організації можуть викликати більш-менш сильні емоції, пов'язані з їхнім прийняттям або неприйняттям. Люди оцінюють навчальний заклад крізь призму свого минулого й сьогоденного досвіду, ціннісних орієнтацій, загальноприйнятих норм і моральних принципів.

Як наголошує М.С. Піскунов, якість іміджу – це не тільки психологічний аванс, але й цілком конкретні матеріальні інвестиції, які школа може одержати / не одержати в перспективі. Відтак звернімось до механізмів формування іміджу й способів його побудови. Сьогодні, коли PR може творити чудеса, нерозумно було б не враховувати можливості публічної політики в освіті. Саме той образ, що створюється в очах громадськості про освітню установу і її керівника, істотно впливає й на кількість зацікавлених батьків, і на одержання високих нагород, і на розвиток соціального партнерства.

Таким чином, кінцевим результатом, тобто метою формування іміджу, є підвищення конкурентоспроможності освітньої установи. А конкурентоспроможність досягається сформованим ставленням до освітньої установи. Якщо те ставлення, що є у ваших бажаних союзників, вас повністю влаштовує, можете вважати, що ви досягли своєї мети у формуванні іміджу [4].

Механізм досягнення тут виглядає так: імідж впливає на розвиток соціальних зв'язків, які стають ресурсом для одержання інвестицій. Школа, що володіє більшою кількістю ресурсів, стає більш конкурентоспроможною й підвищує свою привабливість для нових партнерів. Її імідж стає все більш позитивним і залучає все більше партнерів.

Формування іміджу є першим кроком для побудови хорошої школи. І ініціатива тут повинна виходити винятково від самої освітньої установи. З поняттям іміджу тісно пов'язано й поняття "репутація школи", що складається з декількох складових і яка втримується в масовій свідомості довгі роки. Відмінність іміджу від репутації полягає саме в тому, що репутація є кінцевою метою побудови іміджу.

Необхідність формування позитивного іміджу школи в сучасних умовах визначається наступними причинами:

- по-перше, складна демографічна ситуація (особливо в селах і невеликих містах) підсилює конкуренцію серед освітніх установ однієї території в боротьбі за набір учнів і збереження контингенту;
- по-друге, сильний позитивний імідж полегшує доступ освітньої установи до кращих ресурсів з можливих: фінансових, інформаційних, людських тощо;
- по-третє, маючи сформований позитивний імідж, освітня установа за інших рівних умов стає більш привабливою для педагогів, тому що вона спроможна забезпечити стабільність і соціальний захист, задоволеність працею й професійний розвиток;
- у-четвертих, стійкий позитивний імідж дає ефект надбання освітньою установою певної сили – у тому розумінні, що створює запас довіри до всього, що відбувається в стінах установи, у тому числі до інноваційних процесів.

Все це робить актуальною діяльність адміністрації школи в галузі прикладної (освітньої) іміджелогії.

Аналіз декількох технологій формування іміджу організації (фірми), розроблених різними авторами (І.В. Альошина, М.С. Вишнякова, Л.В. Даниленко, М.С. Пискунів, Г.Г. Почепцов, М.Ю. Самохин, М.В. Томілова, К.М. Ушаков та ін.), дає підставу вважати, що алгоритм створення позитивного іміджу включає:

- виявлення в соціальних груп, зацікавлених у наданні освітніх послуг, усталених уявлень про школу;
- виявлення актуальних переваг і очікувань аудиторії;
- конструювання іміджу, розробку стратегії його формування;
- безпосереднє формування іміджу;
- контроль проміжних результатів, корегування;
- моніторинг сформованого іміджу школи [5].

Оскільки проблема формування іміджу освітньої установи – явище досить нове у сфері керування школою, то логічно розглядати особливості процесу формування іміджу відповідно до етапів роботи над його створенням у загальноосвітній навчальній установі.

На думку І.М. Зуєвської, існує чотири *етапи формування іміджу освітньої установи*.

*Перший етап* – визначення мети, базової ідеї освітньої установи. Її можна назвати також "концепцією", "місією" тощо. Тобто, перш ніж визначитися із цільовою аудиторією, потрібно зрозуміти власні особливості – переваги й недоліки. Це – найголовніше питання, навколо якого й будуватиметься вся подальша робота. Барбара Джи, відомий американський фахівець з іміджу, виділяє п'ять позицій, за якими необхідно визначитися компанії при побудові свого іміджу: принципи; мета створення компанії; корпоративна філософія; довгострокові цілі; стандарти. Підсумком цього етапу має бути чітке усвідомлення сильних й слабких сторін школи. У подальшому – сильні сторони керівництвом школи актуалізуються й популяризуються, а з проблемами – слід працювати [1: 27].

*Другий етап* – визначення цільової аудиторії. Після того як специфіка школи визначена, необхідно зрозуміти, яку цільову аудиторію вам хотілося б залучити в союзники. Тут є чотири основні групи: 1) учні – це візитна картка школи: те, якого рівня вони досягли в навчанні (участь і перемоги в олімпіадах, конференціях, конкурсах), що вони розповідають про свої шкільні будні (особливо в Інтернеті), або те, як вони поведуться в громадських місцях, прямо демонструє певні стандарти, прийняті у навчальному закладі; 2) батьки учнів. Мабуть, це самі авторитетні суб'єкти, здатні не тільки дати реальну оцінку вашій роботі, але й відкоригувати суспільну думку й думку своїх дітей про школу. Саме тому батьки є головною цільовою групою, на яку необхідно орієнтуватися в іміджеві роботі; 3) засоби масової інформації, вони є своєрідними посередниками між школою й суспільством: саме завдяки своєчасному інформуванню про шкільні плани або досягнення школа може істотно розширити коло своїх потенційних партнерів і (або) сформувати позитивну думку про себе в очах навколишніх [2].

*Третій етап* – планування. На цьому етапі відбувається розробка конкретних заходів, пов'язаних з формуванням іміджу. Умовно їх можна розділити на внутрішні й зовнішні. Внутрішні: підвищення організаційної (корпоративної) культури: створення шкільної символіки, розробка дресс-кода (стандартів одягу), зміна якості взаємин всіх учасників освітнього процесу, навчання етиці ділових стосунків тощо. Зовнішні: трансляція цілей і діяльності школи для зовнішніх "споживачів" – батьків, соціальних партнерів, ЗМІ. Це створення й регулярне поповнення сайту школи, акції, письмові й усні контакти, включаючи інформування через буклети, пам'ятки, листівки, розсилання листів подяки, участь у масштабних проектах, дослідженнях, волонтерській діяльності та інших освітніх і громадських заходах. Необхідно створити рольовий розподіл навантаження, головне тут, щоб діяльність з формування іміджу об'єднувала інтереси й зусилля всіх членів шкільного співтовариства.

*Четвертий етап* – мотивація членів шкільного співтовариства. Природно, не кожний педагог, що почує про нові ініціативи, зрадіє перспективам змін. Це відбувається тому, що він добре уявляє собі рівень майбутнього навантаження й недостатньо чітко розуміє, яку особисту користь принесуть йому ці зміни. Завдання керівника – вчасно показати педагогічному колективу цей взаємозв'язок [2].

Важливе значення для успішних педагогів має й популяризація їхніх досягнень у місцевому співтоваристві, адже відомо, що статус учителя сьогодні до непристойності низький. Однак нерідко в цьому винуваті й самі вчителі: напевно в кожній школі знайдуться люди, про яких можна з гордістю розповісти широкому загалу, але школа залишається без підтримки ЗМІ саме тому, що місцеве співтовариство вважає її "слабкою, нецікавою й невартою уваги", адже в наших ЗМІ здебільшого прийнято писати про негативні, інколи шокуючі випадки, що відбуваються в школах, аніж про позитивні факти. Цю тенденцію необхідно змінювати: якщо педагоги знатимуть, що популяризація досягнень їхніх колег сприятливо позначається на ставленні громадськості до певної школи й системи освіти загалом, то наші вчителі й адміністратори перестануть страждати від удаваної скромності й сприймуть свою популярність як безцінний ресурс. Адже не секрет, що в переважно жіночих педагогічних колективах питання типу "кого висувати на премію" або "кого показувати на телебаченні" створюють психологічну напругу.

*П'ятий етап* – реалізація проекту. Найважливіше в реалізації будь-яких шкільних проектів – це їхня органічна інтеграція в безпосередній освітній процес. Діяльність зі створення іміджу може бути частиною домашніх завдань з різних предметів, або заліковою роботою, або конкретним "позакласним заходом".

*Шостий етап* – перевірка ефективності. На цьому етапі (як правило, щорічно) проводиться аналіз відповідності отриманого іміджу з бажаним результатом. обов'язковою умовою тут є доведення підсумків моніторингу до всіх учасників цієї діяльності. Між іншим, сама зацікавленість освітньої установи в знаходженні гарної репутації, створює прискливе враження на навколишніх. Людина, що говорить: "Мені дорога наша репутація", демонструє суспільству не тільки турботу про свою організацію, але й важливість корпоративних зусиль, орієнтованих на співробітництво й розвиток [2].

Досліджуючи створення позитивного іміджу загальноосвітньої навчальної установи ми проаналізували досвід його створення в Одеській спеціалізованій школі № 54, м. Одеси. Так, відповідно до алгоритму створення

позитивного іміджу та його етапів у цій спеціалізованій школі, було визначено концепцію розвитку школи, яка визначає *місію* "Школи розвитку творчої особистості": створити сприятливі умови для творчого самовдосконалення учнів, відкрити перед ними перспективи, можливості, підготувати до подальшого життя, виробити вміння практичного і творчого застосування здобутих знань.

*Метою* "Школи розвитку творчої особистості" стало забезпечення гармонійного розвитку, високого рівня освіченості і виховання високomorального, духовно багатого, фізично розвинутого, здатного до самоосвіти та самореалізації творчого громадянина України.

Серед аспектів, що визначають напрями розвитку школи й формування її позитивного іміджу слід відзначити управлінський аспект, *мета якого*: координація дій усіх учасників навчально-виховного процесу, створення умов для їх продуктивної творчої діяльності. Основні його завдання: 1. Управління якістю освіти на основі нових інноваційних технологій та освітнього моніторингу. 2. Моделювання сприятливого соціально-психологічного мікроклімату для життєдіяльності школи задля максимально широкої актуалізації творчих здібностей кожної особистості. 3. Забезпечення відповідної підготовки вчителів, здатних успішно втілювати в життя особистісно-орієнтовану творчу педагогіку. 4. Виконання завдань розвитку, спрямованих на самореалізацію особистості. 5. Створення та ефективне використання умов для продуктивної творчої діяльності вчителів. 6. Формування внутрішньо-шкільної культури.

*Шляхи реалізації*: 1. Впровадження в практику роботи школи інноваційні технології. 2. Створення сприятливого мікроклімату серед учасників навчально-виховного процесу для успішної реалізації їх творчого потенціалу. 3. Забезпечення виконання замовлень педагогічних працівників щодо підвищення їх фахового рівня через заняття самоосвітою. 4. Підтримка ініціативи кожного учасника навчально-виховного процесу в його самореалізації. 5. Розкриття творчого потенціалу учасників навчально-виховного процесу. 6. Стимулювання творчості учасників навчально-виховного процесу. 7. Основні напрямки розвитку нової моделі школи.

У школі було створено шкільне дитяче об'єднання "Бригантина", з метою залучення учнів до управління шкільними справами через діяльність в органах учнівського самоврядування. Педагогічний колектив прагне створити в школі сприятливі умови для розвитку творчої особистості школярів, особливо учнів молодших класів, що й стало можливим, завдяки плідній роботі дитячого самоврядування "Бригантина", до якого входять всі учні школи.

*Проводиться робота з педагогічними кадрами.*

1. З метою демократизації роботи педагогічного ради, як дорадчого колегіального органу, залучення вчителів до вирішення проблем, які будуть розглядатися на засіданнях.

2. Створення умови для професійного росту молодих спеціалістів та молодосвідчених вчителів: закріпити наставників з метою своєчасної корекції; активізація роботи консультпункту в період адаптації; залучення до участі в методичній роботі на різних рівнях; практикування творчих звітів "Перші сходинки до успіху"; моніторинг рівня ефективності результатів праці.

3. Забезпечення виконання замовлень педагогічних працівників щодо підвищення кваліфікації на курсах.

4. Охоплення всіх вчителів різноманітними формами методичної роботи та роботи з реалізації науково-методичної проблеми: "Від інноваційного змісту й технологій освіти через педагогічну майстерність вчителя до формування особистості учня та підготовки його до життя в сучасних умовах".

5. Упровадження в практику роботи інновації.

6. Вивчення, узагальнення й опис досвіду кращих вчителів школи.

Важлива роль у роботі методичного об'єднання належить підвищенню педагогічної майстерності учителів, що відбувається за трьома напрямками: навчальна робота; методична робота; робота класного керівника. Учителі вивчають перспективний педагогічний досвід, удосконалюють методіку роботи і набувають необхідних практичних навичок. На засіданнях методичного об'єднання розглядаються питання впровадження в навчально-виховний процес інтерактивних технологій, нетрадиційних форм і методів роботи, адже творчого учня може виховати тільки творчий учитель.

*Активізація ролі громадськості в житті школи.*

1. Удосконалення форм роботи з батьками: з метою пропаганди педагогічних знань серед батьків започатковано роботу батьківського університету; щорічно проводяться звіти шкільного колективу перед батьками, громадськістю; залучення батьків до проведення свят, змагань, конкурсів; систематично проводяться загальношкільні та класні батьківські збори, конференції.

2. Сприяння активної діяльності ради школи з питань: затвердження плану та режиму роботи школи; погодження навчального плану; здійснення гарячого харчування; охоплення навчанням учнів мікрорайону школи; відвідування школи учнями; стан навчання та виховання учнів з неблагополучних сімей; забезпечення школи педагогічними кадрами; ефективність позакласної робота з учнями.

3. Залучення членів піклувальної ради до вирішення наступних питань: оздоровлення дітей у пришкольньому таборі відпочинку; проведення новорічних свят; участь учнів у районних, обласних та Всеукраїнських конкурсах, фестивалях; здійснення косметичного ремонту приміщень школи; придбання для школи сучасних технічних засобів навчання, іншої оргтехніки.

Результатами проведеної роботи зі створення позитивного іміджу спеціалізованої школи № 54, м. Одеси стало те, що її учні беруть активну участь у багатьох різноманітних конкурсах, змаганнях, оглядах творчості й посідають призові місця в районних, міських, обласних та Всеукраїнських заходах, що свідчить не тільки про високий рівень підготовки дітей, відповідно до програми навчання, але й про їх відповідальне, сумлінне ставлення до навчання. Створено банк даних "Обдарована дитина", в якому висвітлено рівні досягнень учнів у районних, міських предметних олімпіадах, різноманітних творчих конкурсах, спортивних змаганнях; здійснюється аналіз

роботи порівняно з попередніми навчальними роками, вміщено фотографії переможців на шкільному стенді "Наші зірочки". Упродовж кількох років школа №54 займає гідне місце в рейтингу серед загальноосвітніх закладів Малиновського району м. Одеси.

Батьки учнів займають активну позицію у шкільному житті. Так, разом із батьками проводяться шкільні свята, при підготовці до яких, батьки оформляють зали для свят, добирають музичний супровід, беруть участь у конкурсах, проводять бесіди на виховних годинах тощо; працюючи з батьками, застосовуються найрізноманітніші заходи: анкетування, індивідуальні консультації, відкриті заняття, батьківські збори, консультації психолога. Унаслідок такої тісної співпраці вчителів та батьків школи вироблено єдині погляди на процес розвитку, виховання та навчання творчої особистості дитини.

Реалізація програми зі створення позитивного іміджу школи, мети і основних завдань Школи розвитку творчої особистості забезпечує творче зростання дитини; зміцнення самосвідомості особистості, її національної гідності; прагнення до пошуку, дослідження, успіху; бажання творчо зростати та самовдосконалюватися. Оновлено навчально-виховний процес, застосовуються педагогічні технології на основі провідних ідей педагогіки творчості. Запроваджено комплексну модель моніторингу якості освіти та виховання особистості. Забезпечується загальноосвітня, загальнокультурна підготовка учнів: оволодіння знаннями про природу, людину, суспільство; всебічний розвиток нахилів, інтересів, здібностей і обдарувань; створення умов для самовдосконалення і самореалізації в різних видах діяльності; добровільність і право вибору занять з широкого діапазону творчої діяльності; всебічний розвиток індивідуальності дитини на основі виявлення її задатків і здібностей, формування ціннісних орієнтацій, задоволення інтересів і потреб.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Джи Б.* Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – СПб.: Питер, 2000.
2. *Зуевская И.Н.* Имидж школы как ресурс ее развития / И.Н. Зуевская [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://upr.1september.ru/2005/07/1.htm>
3. Краткий словарь современных понятий и терминов. – 3-е изд., дораб. и доп. / Н.Т. Бунимович, Г.Г. Жаркова, Т.М. Корнилова и др. [Сост., общ. ред. В.А. Макаренко]. – М.: Республика, 2004. – 457 с.
4. *Пискунов М.С.* Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования / М.С. Пискунов // Мониторинг и стандарты в образовании. 1999. – № 5. – С. 45-51.
5. *Томилова М. В.* Модель имиджа организации [Текст] / М. В. Томилова // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – №1. – С. 26-29.

*Подано до редакції 28.03.12*

---