

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Задорожна О.Г.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри міжнародної економіки та світового господарства

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

м. Харків, Україна

У сучасних умовах вища освіта стоїть перед вибором нових пріоритетів: спеціалізації, диференціації, комп'ютеризації, профілювання, гуманізації тощо. Сьогодні управління створенням позитивного іміджу навчального закладу вважається важливою частиною навчання, методичним продуктом управлінських розробок адміністрації і, насамперед, як ресурс розвитку навчального закладу.

Становлення перехідного етапу суспільного розвитку відбувається в процесі пошуку нових альтернатив. Зміна пріоритетів державної освітньої політики змінило розуміння знань і освіти. Тому сучасні навчальні заклади по-новому трактують образ і розробляють його перспективне бачення.

Проблема створення позитивного іміджу стає актуальною і цікавить усіх керівників організацій. Створення позитивного іміджу навчального закладу вищої освіти – це процес створення конкретного запланованого іміджу на основі наявних ресурсів.

Метою створення позитивного іміджу є підвищення конкурентоспроможності, залучення інвестицій, налагодження партнерських відносин з іншими освітніми організаціями тощо.

В Україні традиційні університети все більше розробляють нові, довгострокові моделі розвитку. Проблема створення позитивного іміджу навчального закладу розглядалася багатьма українськими та зарубіжними вченими. Деякі визначають імідж навчального закладу як цілеспрямовано створений імідж, який виділяє його специфічні цінності, характеристики та спрямований на емоційно-психологічний вплив на людину, представити його тощо. Інші вважають, що імідж освіти відіграє значну роль у конкуренції між навчальними закладами, адже не всі орієнтуються лише на результати навчання, багато звертають увагу насамперед на комфортні умови навчального закладу та доступність системи, додаткову освіту, а також різноманітність дозвілля студентів, бажання молоді навчатися в даному ВУЗі. Ми вважаємо, що на імідж

навчального закладу впливають основні принципи управління: демократизація та гуманізація управління педагогічними системами; послідовність і сумлінність в управлінні; раціональне поєднання централізації та децентралізації; єдиноначальність і колегіальність; об'єктивність і повнота інформації в управлінні педагогічними системами. На позитивний імідж освітньої організації впливає інституційне впровадження інновацій. Ми також вважаємо, що з розвитком суспільства змінюються умови функціонування освіти, що зумовлює пошук інновацій. Ця ідея ґрунтується на пошуку шляхів удосконалення навчально-виховного процесу і знаходить своє вираження у розробці понять «інновація», «інноваційна діяльність».

Поява інновацій у педагогіці вплинула на її розвиток і визначила системний підхід до проблеми підвищення якості освіти. Ми наголошуємо на тому, що створення позитивного іміджу навчального закладу можливе лише шляхом комплексної реалізації освітніх принципів. Також звертаємо особливу увагу на те, що незалежно від необхідності поліпшення іміджу, важливо знати, як реалізувати задумане максимально доступно і ефективно.

Будь-який керівник навчального закладу вищої освіти може покращити як власний імідж, так і імідж організації в цілому, використовуючи наявні засоби та методи впливу. Для цього потрібно «змусити» інших бачити все в тому ж світлі, що й ви. Тому, щоб це зробити, потрібно знати, як працює зображення, що це таке.

Імідж завжди був присутній в освіті, але в наш час його значення різко зросло, і більшість навчальних закладів вищої освіти України і світу розуміють важливість іміджу і працюють над ним. Імідж зазвичай будується з тих же підходів, що і реклама товару. Є привабливий індивідуальний підхід, викладання кількох іноземних мов, практичні можливості за кордоном тощо. Проте власний імідж навчальні заклади Європейського регіону бачать у стабільному та якісному навчальному процесі, який залежить від ентузіазму викладачів.

Загальну модель створення позитивного іміджу навчального закладу можна подати на трьох структурних основах: теоретичній, мотиваційній та саморепрезентаційній. Зміст кожної з них базується на певних умовах, що визначають їх специфіку. Цілі, завдання і функції окремих структурних основ відрізняються одна від одної особливостями зовнішньої і внутрішньої взаємодії. Вони забезпечують теоретичну базу: усвідомлення змісту та значення поняття позитивного іміджу, усвідомлення важливих особистісних детермінант іміджу, усвідомлення зовнішнього вигляду та видів іміджу. Останнє включає знання етапів формування іміджу, стратегій, умов і технологій, які їх підтримують.

По суті, теоретична база є певною базовою платформою для сполучення мотивів і самовираження.

Створення позитивного іміджу закладу вищої освіти насамперед включає визначення основної мети та принципів діяльності. Головною метою має стати виховання та розвиток здібної, обдарованої і талановитої молоді за міжнародними та національними критеріями, а також створення умов для інтелектуального, духовного та професійного розвитку особистості. Досягнення цієї мети можливе лише через комплексну реалізацію принципів виховання:

1. Гуманізм – утвердження людини як найвищої соціальної цінності, створення умов для різноманітних потреб педагогів і студентів, враховувати Ваші інтереси та ціннісні орієнтації, враховуючи Ваші індивідуально-психологічні особливості при організації управлінської та навчальної діяльності.

2. Демократизм – створення умов для активної участі педагогів і студентів у вирішенні нагальних проблем, організації навчально-виховного процесу на основі партнерства викладачів та студентів.

3. Відкритість освіти – орієнтація освіти на інтегрований педагогічний світ і його глобальні проблеми, усвідомлення переваги загальнолюдських цінностей над груповими і класовими, інтеграція в міжнародні освітні, соціальні та культурні системи.

4. Різноманітність навчання – забезпечення широкого вибору профілів, форм і методів навчання, реалізація принципів диференціації та індивідуалізації.

5. Активізація пізнавальної діяльності студентів – інтенсивне засвоєння знань, розвиток умінь і навичок, необхідних для здобуття нових знань, розвиток мотивації позитивної навчально-пізнавальної діяльності.

6. Розвиток творчого потенціалу – розвиток умінь і навичок з новими проблемами як на теоретичному, так і на практичному рівні, пошук альтернативних шляхів їх вирішення, розвиток гнучкості мислення та здатності адаптуватися до соціальних змін.

7. Єдність навчання і виховання – органічне поєднання навчання, виховання та розвитку особистості, де центром виховання є формування цілісної та гармонійно розвиненої особистості.

Формуванню позитивного іміджу навчального закладу сприяють особливості роботи адміністрації, викладачів, студентів та їх батьків. Університет як і всі організації, протягом свого життя проходить чотири стадії: формування, визнання на певних позиціях і більш-менш стабільне існування, інноваційна діяльність зі стабільною позицією на займаних позиціях і трансформація, що веде до деградації або наступного витка інновацій.

Звичайно, кожна стадія повинна мати свою іміджеву політику, як зовнішню, так і внутрішню. Зовнішній імідж університету включає: високий показник у національних та міжнародних рейтингах закладів вищої освіти, якісний показник участі студентів у фахових олімпіадах, постійний пошук підвищення освітнього рівня учасників навчально-виховного процесу, імідж окремих педагогів, сучасну систему розвитку і взаємодії ВУЗу з роботодавцями.

Звідси можна зробити висновок, що за умови втілення всіх вищезазначених чинників ректорат та студенти закладу вищої освіти будуть взаємодіяти як команда, метою якої є створення умов і можливостей для гармонійного розвитку, самостійної індивідуальності та створення та зміцнення позитивного іміджу в повсякденному житті.

Тому перед навчальним закладом має стояти багато завдань – підкреслення та динамічний розвиток позитивного іміджу, генерація ідей для надання нових освітніх послуг, залучення додаткових ресурсів, підвищення кваліфікації в конкурентному освітньому середовищі. Іміджеве планування рекомендовано здійснювати керівництву навчального закладу в тісній співпраці з психологічною службою та науковими керівниками.