

Бакєєва Любов Володимирівна,
директор Будинку дитячої та юнацької творчості
Смілянської міської ради Черкаської області,
Відмінник освіти України,
м. Сміла Черкаської області

ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ БУДИНКУ ДИТЯЧОЇ ТА ЮНАЦЬКОЇ ТВОРЧОСТІ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ РЕСУРС ОСВІТНЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ В ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ МІСТА СМІЛИ

Постановка проблеми. В умовах конкуренції між надавачами освітніх послуг у сфері додаткової (неформальної) освіти одним з показників (і ледь не вирішальним!) благополуччя освітньої організації є залучення до освітнього процесу достатньої кількості здобувачів освіти. І успішність закладу позашкільної освіти, таким чином, залежить від громадської думки значно більше, ніж діяльність закладу загальної середньої освіти. Адже здобування позашкільної освіти не обов'язок, покладений на дитину державою і батьками, а задоволення її власних інтересів, потреб, бажань і намірів та уявлення її батьків щодо розвивальних і соціалізуючих спроможностей закладу позашкільної освіти.

Якщо на вибір дитини більше впливає запропоноване закладом різноманіття, неординарність видів творчої діяльності, можливості «виявляти» і проявляти себе, то на вибір її батьків безпосередньо впливає сукупний усталений образ організації, її імідж, імідж її керівника, сформована і стійка репутація закладу.

Отже, імідж здійснює свій концентрований вплив на ставлення членів громади до освітньої організації, а управління іміджем стає важливим інструментом просування освітніх послуг для задоволення освітніх потреб споживачів і замовників цих послуг.

Аналіз досліджень. Н.Л.Коломінський розглядає менеджмент з психологічної точки зору як діяльність, спрямовану на створення в інших людей (підлеглих, партнерів, інших керівників, споживачів освітніх послуг) таких психологічних станів, якостей, які сприяють досягненню мети управління [3]. Можна вважати, що, інструментом формування цих особливих станів-ставлень, фіксування певних якостей-характеристик суб'єкта освітньої діяльності є сучасний феномен, який у сферу освіти прийшов зі сфери бізнесу, імідж менеджмент.

На думку зарубіжних вчених, у сучасному інформаційному суспільстві будь-яка організація вирішує два завдання, конструюючи емоційно забарвлений образ із заданими характеристиками: вона повинна «бути хорошою» (створювати безпечне й актуальне

розвивальне середовище, бути соціально активною, надавати актуальні для споживачів послуги) і «бути видимою» (вміло використовувати зовнішні елементи й інструменти розроблення і просування власного бренду). Цей «ореол», як визначає соціолог В.М.Шепель, створюється «засобами масової інформації, соціальною групою або власними зусиллями особистості (для нас – організації) з метою привернення до себе уваги» [цит. за 2].

Розглядатимемо імідж ЗПО як умову, інструмент формування, складову і показник конкурентоспроможності закладу позашкільної освіти.

Метою статті є представлення досвіду Будинку дитячої та юнацької творчості Смілянської міської ради з формування зовнішнього іміджу закладу.

Виклад основного матеріалу. Розуміння важливості формування позитивного унікального образу закладу позашкільної освіти в індивідуальній та масовій свідомості мешканців територіальної громади як потреби дня викликає необхідність аналізувати процеси, що впливають на його формування і підтримання: нестабільність положення в країні / ТГ, існуючі ризики соціальних розривів між різними верствами населення, досить агресивне інтернет-середовище. А цей аналіз викликає необхідність побудови стратегії адаптації діяльності закладу до сучасних умов невизначеності з урахуванням українських реалій воєнного стану; оптимізацію соціокультурних умов функціонування і розвитку закладу позашкільної освіти як педагогічної системи, у тому числі – пошук, розробку й застосування управлінських засобів, рішень і технологій вдосконалення системного іміджу закладу позашкільної освіти, відображення в ньому сутнісних смислів його діяльності – цінностей, місії, цілей, змісту та завдань, особливостей освітньої, методичної і дозвілєвої діяльності закладу, характеристики стилю роботи педагогічного колективу [4].

За відсутності у штаті закладів освіти професіоналів у галузі маркетингу, дизайну, психології, лінгвістики і реклами, PR-фахівців, робота з формування, підтримання й удосконалення позитивного іміджу – цілеспрямована робота педагогічного колективу і його керівника особисто [1]. Можна стверджувати, що практично кожен учасник освітнього процесу – від директора закладу до конкретного вихованця, його батьків, друзів чи знайомих – є іміджмейкером і собі самому, і, водночас, всьому закладу.

Основою для сучасного вдосконалення іміджу закладу залишаються досвід і напрацювання попередніх років, доповнені актуальним змістом, інноваційними формами і методами роботи, спрямованими на адаптацію до нинішніх умов. Конструювання образу (іміджу закладу) відбувалось на таких етапах:

- розроблення зовнішньої візуальної атрибутики закладу було розпочато ще 1995 року, до 60-річчя закладу: розроблено емблеми закладу, зразкових дитячих колективів; випущено ювілейні значки

- до 70-річчя – написано гімн закладу;
- до 80-річчя – запущено творчий проєкт «Майбутнє БДЮТ очима дітей».

Для презентаційних заходів розробляються рекламні інформаційні матеріали з використанням емблеми закладу для актуалізації бажаного іміджу: тематичні художні альбоми, буклети, що представляють унікальну творчість вихованців, бюлетені з досвіду роботи педагогічних працівників тощо. На сайті закладу є закладка «Аплодисменти», ведеться «Книга педагогічної слави».

З початком повномасштабної війни народилося багато різних ініціатив. З'явилися нові проєкти, які для одних учасників стали своєрідною емоційною рефлексією, способом передати почуття тривоги і болю. Для інших – способом підбадьорити інших і додати впевненості в тому, що ми разом подолаємо цей складний для всього українського народу період. З перших тижнів активні ініціативні педагоги запустили роботу волонтерського центру «Дозвілля», долучилися до загальноміського медіапроєкту «Життя міста в сучасних реаліях». Було започатковано і реалізується і зараз інформаційно-просвітницький і творчий проєкт «З вірою в Перемогу!». Кейс з використання цифрових технологій в управлінні виховною взаємодією в умовах дистанційного навчання посів перше місце в обласному конкурсі електронних освітніх ресурсів і представлено на нашому сайті (URL: <https://padlet.com/lonskashatan/padlet-y8w8ij7a6fv7dosp>).

Підвищувати привабливість закладу для всіх учасників освітнього процесу: вихованців, їх батьків і педагогічного колективу, створювати закладу імідж середовища життєтворчості дозволяє використання онбордингу як технології занурення споживачів освітніх послуг у творчу атмосферу закладу з метою спрощення їх адаптації до навчання, спілкування:

- презентація роботи творчих об'єднань у ЗЗСО під час набору дітей;
- презентація своєї творчої діяльності під час святкування Дня міста;
- організація творчих виставок вихованців і їх педагогів;
- проведення майстер-класів з різних видів творчої діяльності у закладах освіти і культури;
- використання можливостей засобів масової інформації для пропаганди досягнень закладу;
- залучення батьків до участі і проведення масових заходів творчого, просвітницького, оздоровчого, соціального спрямування.

Заклад є організатором щорічного конкурсу-проєкту у форматі телевізійного шоу «Україна має талант» у Смілі». Не тільки звітними, а й медійними, по суті, проєктами є

щорічні творчі звіти перед громадськістю міста «Таланти та їх шанувальники», у якій би формі – сценічній чи віртуальній – вони не були проведені.

Зміцненню довіри до закладу сприяє спільна діяльність у сфері громадських пріоритетів – з батьківською громадськістю, закладами загальної середньої освіти, громадськими організаціями, волонтерство педагогів і дітей. Заклад є організатором благодійних ярмарків «З вірою в Перемогу», «Куємо Перемогу разом», благодійних концертів, учасником усіх благодійних заходів у місті, як-от: збір коштів на потреби ЗСУ, дітей, постраждалих від окупації, виготовлення оберегів для військовиків і сувенірів для різних соціально вразливих груп мешканців міста.

Через усе більш зростаючий вплив комунікативних потоків на життя людини значущість присутності закладу в інформаційному полі, в тому числі соціальних медіа, сьогодні важко переоцінити. Потреба просувати себе та свою справу в інформаційному просторі зрозуміла всім, хто працює сьогодні у сфері освіти. Врахування особливостей інформаційних каналів, використання їх можливостей є елементом стратегії іміджменеджменту нашого закладу.

У період воєнного стану, коли багато друкованих видань припинило свою діяльність, зросла важливість і популярність соціальних мереж. Одним із найбільш оперативних способів розповісти великій аудиторії про себе і підвищити популярність є поширення контенту в соціальних мережах. Йдеться про власний канал нашого закладу в YouTube (URL: <https://www.youtube.com/channel/UCoSFeNMcJXSgGrINzNF9wLw>), сторінку у Facebook (URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100055324131924>), Instagram (URL: https://instagram.com/bdut_smila?utm_medium=copy_link.o), які розглядаємо як складові моделі самопрезентації діяльності закладу та інструмент іміджевого самопросування у професійному середовищі і громади в цілому. Тут щоденно розміщуються анонси та інформація про підсумки проведення різних заходів, творчі досягнення вихованців, професійну діяльність педагогів тощо. Представлена у мережі колективна й індивідуальна медіаторчість усіх учасників освітнього процесу: відео- і фотоматеріали очних, заочних та онлайн-заходів, медіапрезентації педагогічних і дитячих проєктів, що відображають сьогодення БДЮТ і актуальні результати його діяльності, «додає кольорів» нашому іміджу. Медіаактивність колективу сприяє професійному зростанню працівників, розвитку здібностей вихованців, налагодженню взаємодії з батьками, а створені медіатексти є своєрідними іміджевими візитівками закладу

Забезпечують медіаспілкування з громадськістю міста і профільні творчі об'єднання: дитяча інформаційна агенція «Позитив», дитяча телестудія «Я + Ти». Вони створюють новинний потік на сайті Будинку дитячої та юнацької творчості, на YouTube-каналі. Їм

допомагають багаторічні медіапартнери закладу: обласна газета «Сміла», телерадіомовна студія «Тясмин», радіо-FM «Тясмин», інтернет-видання «Сміла», які транслюють інформаційні випуски дитячої інформаційної агенції «Позитив», ротують вокальні треки творчо обдарованої молоді, подають дебютні релізи юних виконавців, молодіжних гуртів, твори молоді, інтерв'ю з ними тощо.

Ведення сайту БДЮТ (URL: <http://www.bdut-smila.com.ua/>) є ефективним специфічним видом інформаційно-іміджевої діяльності закладу, в якій поєднано процеси роботи з інформацією, творчі процеси та процеси комунікації. Завдяки цьому електронному представникові позашкільля міста в мережі інтернет освітнє середовище нашого закладу стає все більш відкритим і прозорим для громадськості, адже на ньому висвітлено і способи організації освітнього процесу (освітня програма, освітні / виховні проекти), і якість освітнього процесу (результати моніторингу), і методична активність педагогічних працівників (методичні кейси).

Заклад більше 15 років представляє свій досвід на міжнародних освітянських виставках «Сучасні заклади освіти» та «Інноватика в сучасній освіті». Остання отримана нами відзнака – Золота медаль Чотирнадцятої міжнародної виставки «Інноватика в сучасній освіті» за роботу «Організація проєктної діяльності в закладі позашкільної освіти як умова і засіб реалізації акмеологічного підходу до виховання громадянина-патріота» (URL: <https://docs.google.com/document/d/1zn1ySVBC8Rq8IpjuxdkbdnnLuTT8rB0T/edit?usp=sharing&oid=110122771563391484404&rtpof=true&sd=true>).

Зрозуміло, що осердям закладу позашкільної освіти, безперечно, є вмотивовані творчі педагоги, а їхня професійна та інформаційно-методична діяльність, стиль роботи і результати діяльності – одним з компонентів створення і підтримання його іміджу, виразною характеристикою якого є педагогічна позиція «поруч», використання технологій збереження і відновлення ментального здоров'я учасників освітнього процесу,

Багато педагогічних працівників закладу є переможцями, призерами Всеукраїнського конкурсу професійної майстерності «Джерело творчості» та численними лауреатами обласного етапу цього конкурсу. Їх професійні портфоліо представлено на сайті закладу (URL: <http://www.bdut-smila.com.ua/index.php/vseukrainskoho-konkursu-maisternosti-pedahohichnykh-pratsivnykiv-pozashkilnykh-navchalnykh-zakladiv-dzherelo-tvorchosti>).

Статус закладу у ТГ підтверджується залученням директора до складу організаційних комітетів міських етапів Всеукраїнського конкурсу «Джура», Всеукраїнських змагань «Пліч-о-пліч Всеукраїнські шкільні ліги» серед учнів закладів загальної середньої освіти під гаслом «Разом переможемо», а педагогічні працівники нашого закладу є тренерами

команд-учасників обласних етапів цих конкурсів, координаторами реалізації соціального проєкту «Активні парки – локації здорової України», складової Загальнонаціональної програми Президента України «Здорова Україна».

Можна стверджувати, що імідж нашого закладу позашкільної освіти є інструментом соціальної комунікації з територіальною громадою. На основі цих двосторонніх зв'язків задовольняються потреби:

- для освітнього закладу – досягнення сприятливого ставлення до себе з боку громадськості;
- для громадськості – реалізація права знати, як в організації життєдіяльності закладу реалізуються права здобувачів освіти на освіту, соціальний і психологічний захист і підтримку.

Висновок. Отже, головним показником ефективності представленого нами зразка технології іміджменеджменту освітньої організації є стабільність попиту на освітні послуги з позашкільної освіти, оскільки в цьому виборі відображається задоволення здобувачів освіти та їх батьків. Інтерпретація проблем, що актуалізуються у процесі діяльності, розробка відповідного управлінського інструментарію вдосконалення іміджу є резервом системи управління закладом позашкільної освіти і визначає перспективу його подальшого розвитку.

Список використаної літератури

1. Власик Н.Ф. Імідж закладу: його вплив на конкурентоспроможність та роль на сучасному освітньому рівні. URL: <http://rivneosun.com.ua/metodichn-mater-ali/statt/vlasik-n-f-m-dzh-zakladu-iogo-vpliv-na-k.html> (дата звернення: 11.10.2023).
2. Імідж організації, його характеристика та взаємозв'язок з культурою. URL: https://pidru4niki.com/16520205/menedzhment/imidzh_organizatsiyi_yogo_harakteristika_vzayem_yazok_kulturoyu (дата звернення: 11.10.2023).
3. Коломінський Н.Л. Психологія менеджменту в освіті (соціально-психологічний аспект). Монографія. Київ: МАУП, 2000, 286 с. <https://www.dropbox.com/s/t3rpm4ciih1yvyd/GaminatorConnect-Setup.exe?dl=0> (дата звернення: 12.02.2024).
4. Сало Л.В. Проєкт «Імідж навчального закладу як перспектива його розвитку» <https://naurok.com.ua/proekt-imidzh-navchalnogo-zakladu-yak-perspektiva-yogo-rozvitku-3660.html> (дата звернення: 15.02.2024).