

Шадюк Ольга

кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри педагогіки та психології (дошкільної
та корекційної) імені проф. Т. І. Поніманської
Рівненського державного гуманітарного університету,
м. Рівне, Україна
ORCID: 0000-0001-6120-7759
e-mail: olgapad@ukr.net

ГОТОВНІСТЬ МАГІСТРІВ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ ДО ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ

Анотація У статті обґрунтовано актуальність проблеми формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти, розкрито зміст та структуру іміджу закладу дошкільної освіти, визначено шляхи його формування. Імідж закладу дошкільної освіти формується з уявлень про якість освітніх послуг, взаємин між вихователями, вихованцями та їхніми батьками, кадрового потенціалу та стану матеріальної бази. Широкий спектр закладів дошкільної освіти дозволяє батькам обирати той заклад, який, на їх думку, є найкращий. Це так само створює атмосферу конкуренції і саме конкурентоспроможність забезпечує розвиток сучасного закладу дошкільної освіти. Дослідження проблеми формування позитивного іміджу закладів дошкільної освіти дозволило визначити складові компоненти позитивного іміджу: імідж послуги, імідж споживачів освітніх послуг, імідж керівника, внутрішній імідж закладу дошкільної освіти, імідж персоналу, візуальний імідж, соціальний імідж, бізнес-імідж. Представлено зміст навчальної дисципліни «Імідж дошкільного закладу» як складника підготовки магістрів спеціальності 012 «Дошкільна освіта» до забезпечення якості освітнього процесу в закладі дошкільної освіти, мета якої сформувати іміджеву компетентність у здобувачів другого ступеня вищої освіти, озброїти їх системою наукових понять, категорій іміджелогії, сформувати практичні навички у створенні позитивного іміджу закладу дошкільної освіти. З'ясовано, викладання навчальної дисципліни «Імідж закладу дошкільної освіти» уможливує ефективність формування готовності магістрів дошкільної освіти до формування позитивного іміджу сучасного закладу дошкільної освіти в освітньому просторі та їх іміджеву підготовку.

Ключові слова: готовність магістрів, заклад дошкільної освіти, імідж, підготовка магістрів дошкільної освіти, формування позитивного іміджу.

Постановка проблеми. Дошкільна освіта є невід'ємною складовою системи освіти в Україні. Саме тому на сучасному етапі розвитку суспільства її модернізація є актуальною проблемою досліджень багатьох вітчизняних науковців. З огляду на це, до формування майбутніх педагогів висуваються якісно нові вимоги. Саме заклад вищої освіти покликаний стати «школою» професійного становлення особистості майбутнього вихователя.

Слід зауважити, що готовність майбутнього вихователя до професійної діяльності ґрунтується не лише на отриманих ним під час навчання у виші професійних знань, умінь та навичок, а й здатності формувати позитивний імідж сучасного закладу дошкільної освіти.

Нині важливою вимогою часу є створення кожним закладом дошкільної освіти позитивного іміджу, який допоможе батькам майбутніх вихованців у виборі конкретного закладу дошкільної освіти; надасть вичерпну інформацію щодо змісту освіти; про якість матеріальної бази та розвивального середовища ЗДО; ознайомить із широким діапазоном послуг, спрямованих на розвиток індивідуальних здібностей дітей тощо.

Не варто також забувати про те, що сьогодні у сфері дошкільної освіти спостерігаються значні зміни, пов'язані з розвитком ринкових відносин та посиленням конкуренції. Зростає тенденція до збільшення кількості недержавних закладів, які надають різноманітні послуги дітям дошкільного віку, а також приватні заклади дошкільної освіти. Відповідно до цього загострюється проблема наповненості ЗДО і, зважаючи на це, брендний, відомий заклад дошкільної освіти буде в пріоритеті. Тому, саме відомий як позитивний імідж ЗДО допоможе у вирішенні цієї проблеми.

Варто зазначити, що позитивний імідж закладу дошкільної освіти залежить від якості надання ним освітніх послуг та ефективності підготовленості фахівців дошкільної освіти. Аби створити позитивний імідж ЗДО фахівцю дошкільної освіти необхідно мати достатній рівень готовності до цієї роботи.

Аналіз останніх досліджень з проблеми. Загалом проблему іміджу як предмет дослідження розглядали Л. Браун, П. Берд. Питання формування позитивного іміджу організації відображено у дослідженнях Л. Брауна, Г. Почепцова, О. Кудінова. Загальні психологічні основи іміджу навчальних закладів розглядали А. Громова, О. Бандурка, О. Землянська, Л. Алексеева, В. Шпалінський.

Над проблемою іміджу сучасного закладу дошкільної освіти працювали О. Кононко і Н. Погрібняк. Сучасні педагоги, такі як Т. Живаєва, Л. Іхонкіна, В. Кузьменко, Г. Нижник, у своїх дослідженнях та наукових статтях нерідко звертаються до поняття «імідж дошкільного навчального закладу».

Мета статті – висвітлити та обґрунтувати особливості підготовки магістрів дошкільної освіти до формування позитивного іміджу сучасного закладу дошкільної освіти в освітньому просторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема формування іміджу існувала завжди, однак сьогодні вона набирає особливо великого розмаху тому, що саме стійкий, позитивний імідж надає сучасному закладу дошкільної освіти певної сили як запоруки довіри споживачів освітніх послуг до всього того, що відбувається в стінах ЗДО.

Варто відзначити, що останнім часом все більше батьків надають перевагу приватним закладам дошкільної освіти. Це пов'язано з тим, що батьки бажають більш високого рівня дошкільної освіти та прагнуть відповідати престижному стилю життя.

Як зазначає Л. Загородня, імідж закладу дошкільної освіти неоднозначне поняття в сучасній іміджелогії. Він твориться з уявлень про якість освітніх послуг, взаємин між вихователями, вихованцями та їх батьками, кадрового потенціалу та стану матеріальної, методичної й навчально-виховної бази. Отже, формується внутрішня й зовнішня аудиторія іміджу ДНЗ. Внутрішня аудиторія містить у собі співробітників дошкільного закладу, зовнішня аудиторія – споживачі, тобто діти, їх батьки і навколишні структури (Загородня, 2013).

За твердженням дослідниці, імідж сучасного закладу дошкільної освіти нового типу – це емоційно-забарвлений образ ЗДО, часто свідомо сформований, який має цілеспрямовано задані характеристики і його призначення чинити психологічний вплив певної спрямованості на конкретні групи соціуму. Імідж закладу та його колективу ніколи не лишається постійним, він змінюється, уточнюється, деталізується. У цьому процесі важливу роль відіграє організація рекламної діяльності, публікації в пресі, виступи по радіо і телебаченню, виставки, ярмарки, презентації та інші заходи (Загородня, 2013).

Зважаючи на це, надзвичайно важливою і актуальною постає сьогодні проблема готовності майбутніх вихователів до формування позитивного іміджу сучасного закладу дошкільної освіти в освітньому просторі. Здійснивши ґрунтовний аналіз цієї проблеми, ми дійшли висновку про те, що наповнення фахових дисциплін відповідними темами з іміджелогії не забезпечить формування готовності магістрів дошкільної освіти до формування позитивного іміджу ЗДО. На нашу думку, цю проблему можна вирішити введенням в навчальний план магістрів спеціальності 012 «Дошкільна освіта» дисциплін, які б цілеспрямовано формували означену готовність.

Імідж закладу дошкільної освіти розглядається нами як надзвичайно важливий компонент ЗДО та додатковий важіль управління, який сформований у результаті цілеспрямованого, безперервного процесу інтегрування уявлень педагогів. Мета, яку повинен поставити перед собою педагог для створення позитивного іміджу – це створити емоційно забарвлений, позитивний та сучасний образ закладу дошкільної освіти.

На наше переконання, готовність членів педагогічного колективу до формування позитивного іміджу сучасного ЗДО представляє собою інтегральне утворення, яке передбачає сукупність знань про види,

структуру та функції створення іміджу ЗДО; умінь створювати презентацію закладу; навичок роботи в колективі.

Перед тим, як розглядати проблему готовності магістрів дошкільної освіти до формування позитивного іміджу ЗДО, ми вбачаємо у розкритті структури іміджу, яку запропонував Піскунов М. С. (Бобир В.Г., 2021). Отже, структура іміджу закладу дошкільної освіти містить такі компоненти:

1. Імідж послуги – уявлення батьків щодо унікальних характеристик, освітніх послуг, які надає заклад дошкільної освіти. Зміст цих послуг безпосередньо пов'язаний з типом закладу дошкільної освіти, з варіативністю навчальних програм, за якими працює заклад з, особливостями матеріально-технічної бази (наявність басейну, комп'ютерних, фізіотерапевтичних кабінетів тощо). Сюди також слід віднести участь закладу у всеукраїнських, регіональних експериментах та наявність додаткових послуг. Саме завдяки цьому розширюється зміст навчальних програм, збільшується їх варіативність, а відповідно і урізноманітнюється зміст освітніх послуг закладу.

2. Імідж споживачів освітніх послуг містить такі чинники, як уявлення про стиль життя, соціальний статус споживачів, їх матеріальну забезпеченість, особистісні характеристики дітей (стан їхнього здоров'я, рівень психічного розвитку). Згідно з цими критеріями споживачі (батьки) обирають заклад дошкільної освіти відповідного типу і форми власності.

3. Імідж керівника (директора) визначається уявленням про компетентність, здатність, ціннісні орієнтації, комунікативність, індивідуальність, особистісно-психологічні характеристики керівника, наявність лідерських якостей, його зовнішність і стиль керівництва.

4. Внутрішній імідж закладу дошкільної освіти – це уявлення співробітників про свою організацію. Основними детермінантами внутрішнього іміджу є культура організації та соціально-психологічний клімат.

5. Імідж персоналу – це збірний, узагальнений образ педагогічного персоналу (якісно-кількісний склад), і технічного персоналу, що розкриває найбільш характерні для нього риси:

професійну компетентність, яка визначається мобільністю, акуратністю у виконанні посадових обов'язків, точністю виконання роботи, поінформованістю, висококваліфікованою професійною підготовкою;

культуру та комунікабельність: привітність у спілкуванні, усмішливість, грамотність мовлення, соціально-психологічні характеристики педагогів і технічного персоналу;

соціально-демографічні, фізичні дані: вік, стать, освіта.

6. Візуальний імідж – уявлення про заклад дошкільної освіти, який базується на зоровому сприйнятті інформації про саму будівлю, інтер'єр приміщень (груп, спалень, навчальних кабінетів, залів тощо), рівень

оснащення ігрових, спортивних майданчиків, озеленення території, зовнішній символіці, тощо.

7. Соціальний імідж – висвітлення та доступність для широкої громадськості інформації про соціальні цілі та ролі закладу дошкільної освіти в економічному, соціальному, культурному житті суспільства (соціальні проекти, що організовує заклад, участь в добровичинних заходах, конкурсах тощо).

8. Бізнес-імідж – уявлення про заклад дошкільної освіти як суб'єкт ділової активності. В якості складових бізнес-іміджу установи постає ділова репутація, відомі випускники, інноваційні технології, освітні проекти.

Отже, можна зробити висновок, що справжній, позитивний імідж сучасного закладу дошкільної освіти – це узагальнений портрет ЗДО, який створюється роками силами усього педагогічного колективу, де наявна оптимізація та модернізація навчально-виховного процесу через комплексне застосування мудрості педагогів-класиків, інтегровану та пошукову роботу, психотренінги, родинний досвід та досвід колег; де істинна дитиноцентрична сутність закладу проявляється як у планах і програмах, так і у динамічній поточній діяльності (Сергеева, 2011). А сформований позитивний імідж може допомогти у вирішенні таких завдань: надання привабливості ЗДО; застосування ефективних заходів щодо інформування про нові освітні послуги; полегшення впровадження нових освітніх послуг тощо.

Л. Загородня виокремлює можливі причини недостатнього рівня готовності педагогів до створення позитивного іміджу ЗДО, серед яких: відсутність посібників з основ іміджології, які б розкривали специфіку побудови іміджу закладу дошкільної освіти, методики формування іміджу закладу дошкільної освіти, якою майбутній фахівець дошкільної освіти міг би оволодіти ще на етапі вузівської підготовки; поверхневі безсистемні знання про імідж; нерозвинені здібності щодо створення іміджу і брак часу у вихователів, методистів, завідувачів для систематичного самостійного поповнення необхідних знань і вдосконалення фахових умінь.

Також дослідниця зауважує, що для підвищення рівня готовності вихователів, методистів і завідувачів до створення позитивного іміджу сучасного закладу дошкільної освіти слід розробити систему роботи, яка передбачала б поетапність та ґрунтувалася б на низці важливих педагогічних умов (Загородня, 2013).

З метою формування готовності магістрів дошкільної освіти до формування позитивного іміджу сучасного закладу дошкільної освіти вважаємо за необхідне доповнити вибірковий компонент ОПП «Дошкільна освіта» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 012 «Дошкільна освіта» навчальною дисципліною «Імідж закладу дошкільної освіти». Метою такого курсу є засвоєння магістрами теоретичних знань з іміджології, оволодіння системою наукових понять, категорій, набуття практичних навичок іміджування, вміння створювати індивідуальний

імідж та презентувати заклад дошкільної освіти, сформувати у магістрів уявлення про сутність інструментальних засобів іміджелогії, виявити педагогічні можливості науки фізіогноміки для пізнання людини за рисами її обличчя та зовнішністю, ознайомити магістрів із сучасними технологіями побудови привабливого іміджу ЗДО.

Зміст курсу структурують 10 взаємопов'язаних тем, які розкривають зміст та суть дисципліни. Перша тема розкриває зміст сутності іміджу закладу дошкільної освіти як проблеми педагогічної іміджелогії. Друга – знайомить здобувачів вищої освіти з характеристикою іміджів вихователя та колективу закладу дошкільної освіти, третя тема розкриває структурний зміст позитивного іміджу сучасного ЗДО. Репрезентує імідж керівника закладу дошкільної освіти четверта тема. Наступна тема знайомить з особливостями корпоративного іміджу. Шоста тема присвячена візуальному іміджу ЗДО, а сьома – знайомить з іміджем освітніх послуг. Восьма – передбачає розкриття методик та критеріїв оцінювання стану існуючого іміджу ЗДО. Дев'ята та десята теми обґрунтовують кроки у формуванні позитивного іміджу та особливості роботи з його покращення.

Також навчальна дисципліна передбачає 5 практичних занять, на яких здобувачі вищої освіти, використовуючи набуті знання під час лекційних занять, повинні виконувати завдання практичного змісту, серед яких: підготувати міні-гімн ЗДО, здійснити самопрезентацію, створити презентацію ЗДО, підготувати виступ на тему: «Корпоративний імідж працівника ЗДО», розробити показники та критерії іміджу ЗДО, скласти вимоги до іміджу ЗДО, створити рекламний ролик про послуги, які надає ЗДО тощо.

У результаті вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні оволодіти такими компетентностями:

загальні компетентності: здатність діяти соціально відповідально та свідомо; здатність генерувати нові ідеї (креативність); здатність проводити дослідження на відповідному рівні; здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; здатність працювати в команді; цінування та повага різноманітності та мультикультурності;

спеціальні компетентності: здатність організовувати освітній процес у закладах дошкільної освіти з використанням сучасних засобів, методів, прийомів, технологій; здатність здійснювати просвітницьку діяльність з метою підвищення психолого-педагогічної компетентності вихователів, батьків, громадськості; здатність здійснювати нормативно-правове регулювання діяльності закладу дошкільної освіти, керуючись законодавчими документами та основами професійної етики; здатність упроваджувати сучасні технології навчання і викладання, інноваційні підходи, передовий педагогічний досвід;

програмі результати навчання: критично осмислювати концептуальні засади, цілі, завдання, принципи функціонування дошкільної освіти в Україні; впроваджувати інформаційні та комунікаційні технології і генерувати нові ідеї в організації освітнього процесу закладів

дошкільної освіти різного типу; знати і використовувати в практичній діяльності законодавчу базу дошкільної освіти; виявляти та відтворювати в практичній діяльності вихователя закладу дошкільної освіти передовий педагогічний досвід та результати досліджень; володіти уміннями й навичками аналізу, прогнозування, планування, організації освітнього процесу в закладі дошкільної освіти з урахуванням принципів дитиноцентризму, здоров'язбереження, інклюзії, розвивального навчання, особистісно-орієнтованого підходу, суб'єкт-суб'єктної взаємодії; координувати організацію освітнього процесу в закладі дошкільної освіти, створювати умови для розвитку, навчання і виховання дітей. Розробляти імідж закладу дошкільної освіти та забезпечувати якість освіти; реалізовувати принципи педагогіки толерантності, педагогічної етики та творчості у професійній діяльності. Розробляти шляхи формування сприятливого соціально-психологічного клімату в педагогічному колективі, управляти конфліктною ситуацією, застосовувати структурні і міжособистісні методи подолання і попередження конфліктів на основі володіння культурою ділового та професійного спілкування. Запобігати виникненню професійного та емоційного вигорання; знати психологічні аспекти організації освітньої та управлінської діяльності.

Викладання дисципліни передбачає проведення лекційних, практичних занять із застосуванням інтерактивного навчання. Самостійна робота студентів спрямовується на поглиблене вивчення теоретичного матеріалу. Поточний контроль здійснюється в усіх формах аудиторних занять і в процесі індивідуальної роботи зі здобувачами вищої освіти, підсумковий контроль передбачає форму заліку, до якого необхідно було виконати індивідуальне науково-дослідне завдання. Це завдання готувалося здобувачами вищої освіти до заліку і передбачало такий зміст: розробіть концепцію створення сайту закладу дошкільної освіти, запропонуйте рубрики, макет головної сторінки, обґрунтуйте особливості оформлення сайту.

Зважаючи на те, що в умовах пандемії навчання проходить у форматі он-лайн, засобами навчання, окрім лекцій, було обрано презентації, відеоролики, відеоконференції, тести. Такий формат проведення лекцій дав можливість запросити на лекцію (тема: «Імідж керівника закладу дошкільної освіти») директора закладу дошкільної освіти, який розповів студентам усі практичні можливості та проблеми створення позитивного іміджу як керівника, так і закладу дошкільної освіти зокрема.

Отже, під час роботи із здобувачами вищої освіти ми намагалися дібрати такі форми роботи, під час яких здобувачі могли б переконатися у необхідності формування позитивного іміджу сучасного закладу дошкільної освіти; засвоїти та поглибити знання про імідж і засоби його побудови; уявити себе в ролі іміджмейкера. Викладання дисципліни «Імідж закладу дошкільної освіти» сприяло формуванню у магістрів дошкільної освіти іміджетвірної компетентності та готовності до формування позитивного іміджу сучасного закладу дошкільної освіти.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Сьогодні проблема формування позитивного іміджу сучасного закладу дошкільної освіти є актуальною, позаяк виступає однією із складових модернізації освіти. Імідж сучасного закладу дошкільної освіти – це спланований, привабливий образ закладу, який презентує зміст його діяльності. Гарантією позитивного іміджу ЗДО є високий рівень освітніх послуг, які він надає.

Створення позитивного іміджу сучасного ЗДО – це складний, тривалий та творчий процес, який вимагає готовності майбутнього вихователя до реалізації цього процесу. Тому запровадження в навчальний процес підготовки магістрів дошкільної освіти дисципліни «Імідж закладу дошкільної освіти» сприяє успішній підготовці конкурентноспроможних фахівців дошкільної освіти та формування в них іміджетвірної компетентності, що й слугуватиме для подальших розвідок та досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Загородня, Л. (2013). Підготовка вихователів до створення середовищного іміджу дошкільного навчального закладу. *Вісник Інституту розвитку дитини. Сер. : Філософія, педагогіка, психологія.* 29. с. 55-60. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vird_2013_29_13 [Дата звернення 14.04.2021].

Бобир, В. Формування позитивного іміджу сучасного дошкільного навчального закладу. URL: <http://tme.uomo.edu.ua/docs/almanax/6.pdf> [Дата звернення 14.04.2021].

Сергеева, В. (2011). До питання формування іміджу сучасного дошкільного навчального закладу. *Педагогічний пошук.* 4. с. 17-21. URL: <http://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/4436> [Дата звернення 14.04.2021].

REFERENCES

Zahorodnia, L. (2013) Pidhotovka vykhovateliv do stvorennia seredovyshchnoho imidzhu doshkilnoho navchalnoho zakladu [Preparation of educators to create an environmental image of a preschool educational institution]. *Visnyk Instytutu rozvytku dytyny. Ser. : Filosofia, pedahohika, psykholohiia,* 29, 55-60. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vird_2013_29_13 [Data zvernennia 14.04.2021]. [in Ukrainian].

Bobyr, V.H. (2021). *Formuvannia pozytyvnoho imidzhu suchasnoho doshkilnoho navchalnoho zakladu* [Formation of a positive image of a modern preschool educational institution]. URL: <http://tme.uomo.edu.ua/docs/almanax/6.pdf> [Data zvernennia 14.04.2021]. [in Ukrainian].

Serheieva, V.F. (2011). *Do pytannia formuvannia imidzhu suchasnoho doshkilnoho navchalnoho zakladu* [Regarding to forming an image of a modern preschool educational institution]. *Pedahohichniyi poshuk,* 4, 17-21. URL: <http://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/4436> [Data zvernennia 14.04.2021]. [in Ukrainian].

**READYNESS OF MASTERS OF PRESCHOOL EDUCATION FOR
FORMATION OF POSITIVE IMAGE OF THE MODERN
INSTITUTION OF PRESCHOOL EDUCATION IN THE
EDUCATIONAL SPACE**

Olha Shadiuk

Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor, Associate Professor at the prof. T.I.Ponimanska
Department of Preschool Pedagogy and Psychology and special education,
Rivne State University for the Humanities,
Rivne, Ukraine

ORCID: 0000-0001-6120-7759

e-mail: olgapad@ukr.net

Abstract. In the article, the relevance of the problem of forming a positive image of preschool education is substantiated, the content and structure of the image of the institution of preschool education are revealed, the ways of its formation are determined. The image of the institution of preschool education consists of representations on the quality of educational services, relations between educators, pupils and their parents, personnel potential and state of material base. A wide range of preschool educational institutions allows parents to choose that establishment, which, in their opinion, is the best. This, in turn, creates an atmosphere of competition and its competitiveness ensures the development of a modern institution of preschool education. It is proved that there is a direct proportional dependence between the positive image of the institution and its prosperity. Investigation Problems of formation of a positive image of preschool educational institutions allowed to determine the components of a positive image: image of service, image of educational services consumers, image of the manager, internal image of preschool education, image of personnel, visual image, social image, business image. The content of the discipline “Image of preschool institution” as a component of the masters of specialty 012 “Preschool Education” to ensure the quality of the educational process in the institution of preschool education, the purpose of which to form image competence in the second degree of higher education, to equip them with the system of scientific concepts, categories of image concepts, To form practical skills in creating a positive image of the institution of preschool education. It is revealed, teaching the discipline “Image of the Institute of Preschool Education” enables the effectiveness of the formation of the readiness of the masters of preschool education to the formation of a positive image of a modern institution of preschool education in the educational space and their image preparation.

Keywords: readiness of masters, preschool education, image, preparation of masters of preschool education, forming a positive image.

Стаття надійшла до редакції 24.09.2021 р.