

Тому опанування майбутніми вчителями сучасними педагогічними технологіями, формами, методами, засобами та прийомами розвитку пізнавальних інтересів учнів у процесі навчання хімії – одне з пріоритетних завдань закладів вищої педагогічної освіти. При цьому майбутній учитель повинен усвідомлювати, що пізнавальний інтерес – один з найважливіших мотивів навчання школярів, який формується в соціальних умовах його існування і жодним чином не є іманентно властивим людині від народження.[3]

Серед форм, методів і засобів підготовки майбутніх вчителів хімії звертається увага на форми й засоби, які передбачені навчальними планами вищих педагогічних навчальних закладів: аудиторні заняття, спецкурси з використанням інформаційно-комунікативних технологій, кооперативне навчання; позааудиторну діяльність студентів; самостійна робота студентів; педагогічна практику; курсова та дипломна робота.[2]

На рефлексивному етапі (4-5 курси) передбачається формування умінь самоаналізу результатів діяльності з питань розвитку пізнавальних інтересів учнів за загальними критеріями, аналізу роботи учнів з метою корекції їх діяльності, а також діяльності студентів у майбутньому тощо.

Кожен з окреслених етапів включає блоки, однакові за назвою, але різні за змістом:

— *Педагогічні завдання (короткий опис та набір педагогічних завдань, які необхідно розв'язати на кожному етапі підготовки майбутніх учителів хімії до розвитку пізнавальних інтересів учнів у процесі навчання);*

— *Основні дидактичні принципи підготовки майбутніх учителів (сутність основних принципів дидактики, які на кожному етапі підготовки дозволяють відобразити закономірності навчального процесу, регулюють діяльність майбутніх учителів);*

— *Форми, методи, засоби та прийоми реалізації моделі (форми, засоби, прийоми та ін., які рекомендовано використовувати для реалізації структурно-функціональної моделі підготовки майбутніх учителів хімії до розвитку пізнавальних інтересів школярів у процесі навчання загальноосвітньої школи);*

— *Контроль та оцінка діяльності студентів (засоби контролю та оцінки діяльності майбутніх учителів хімії у процесі реалізації моделі підготовки майбутніх учителів хімії до розвитку пізнавальних інтересів учнів у процесі навчання загальноосвітньої школи);*

— *Методичне забезпечення діяльності учителів хімії.[3]*

Отже, усі взаємопов'язані складові поетапного процесу підготовки майбутніх учителів створюють сприятливе середовище для цілеспрямованого формування готовності студентів до розвитку пізнавальних інтересів учнів.

Література

1. Державна програма «Вчитель». – К.: Редакція загальнопедагогічних газет, 2002. –: 40 с.
2. Єрмак Н.П. Проблеми психолого-педагогічної підготовки вчителя до викладання хімії в школі/ Н.П.Єрмак // Науковий вісник Чернівецького університету: збірник наук. пр. – Чернівці: Рута, 2003. – С. 67 – 72. – (Вип. 181: Педагогіка і психологія).
3. Нечволод Л. Системний підхід до формування педагогічної майстерності вчителя Л. Нечволод// Науковий вісник Чернівецького університету: зб. наук. пр. – Чернівці: Рута. – С. 118 –122. – (Вип. 181: Педагогіка і психологія).

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ У ФОРМУВАННІ СУСПІЛЬНОГО ІМІДЖУ ЗАГАЛЬНО-ОСВІТНЬОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

*О.Ю. Павленко
Полтава, Україна*

Проблема іміджу сучасної школи – це проблема пошуку, розробки та застосування управлінських, пізнавальних та художньо – естетичних засобів створення позитивного образу навчального закладу [3].

В умовах існуючих соціально-економічних процесів та реформування освіти в Україні, модернізації загальноосвітніх навчальних закладів і появи нових їх типів виникає нагальна потреба у створенні адекватних моделей управління освітніми закладами, створення позитивного суспільного іміджу на засадах наукового менеджменту, соціальної психології та педагогіки.

Процес формування суспільного іміджу загальноосвітніх навчальних закладів регулюється, в першу чергу, державою та законодавством України. Міністерство освіти України бере участь у визначенні державної політики в галузі освіти, науки, розробляє програми розвитку освіти, державні стандарти освіти; встановлює державні стандарти знань з кожного предмета; визначає мінімальні нормативи матеріально-технічного, фінансового забезпечення навчальних закладів; здійснює контроль за дотриманням державних стандартів освіти; забезпечує зв'язок із навчальними закладами; розробляє умови прийому до навчальних закладів; забезпечує випуск підручників, посібників, методичної літератури; організовує атестацію педагогічних і науково-педагогічних працівників щодо присвоєння їм

кваліфікаційних категорій, педагогічних та вчених звань; разом з іншими міністерствами і відомствами реалізує державну політику в галузі освіти, здійснює контроль за її практичним втіленням [5].

З огляду на реальний стан процесів реформування освіти очевидною є суперечність між об'єктивною потребою модернізації управління процесом формування суспільного іміджу навчального закладу і недостатньою розробкою цієї проблеми як на теоретичному, так і на технологічному рівнях.

В структурі іміджу навчального закладу виділяють наступні складові:

- Р R - акції: візитка, рекламна діяльність, презентації, виставки, участь у конкурсах та висвітлення їх у засобах масової інформації;
- якість освіти: успішність учнів, вступ до ВНЗ, переможці олімпіад, написання учнями робіт у Малій Академії Наук;
- дизайн: оформлення інтер'єру, атрибутика, шкільна форма, зовнішній вигляд педагогів та учнів;
- культура організації: цінності, психологічний клімат, етика стосунків, традиції [2].

Значимою характеристикою сучасної школи виступають: доброзичливий мікроклімат у педагогічному і дитячому колективах; педагогічна й управлінська компетентність вчителів; сформований образ керівника-професіонала-лідера, особистості яскравої, захопленої, котра володіє неформальним авторитетом, здатної надихнути колектив на досягнення високої мети; наявність і функціонування дитячих і юнацьких організацій; зв'язок школи з різними соціальними інститутами, ВНЗ тощо; внесок навчального закладу в розвиток освітньої підготовки учнів, їх вихованості, психічних функцій, творчих здібностей; формування здорового способу життя; турбота адміністрації про надання своєчасної актуальної психологічної допомоги окремим учасниками освітнього процесу; наявність яскравої зовнішньої символіки.

Створення позитивного іміджу, високої репутації навчального закладу здійснюється в процесі тривалої і складної PR-кампанії, до особливостей проведення якої варто віднести цілеспрямованість, довго строковість та складність реалізації [4].

Можна виділити наступні основні етапи формування іміджу:

- аналіз зовнішнього середовища;
- аналіз зовнішніх ресурсів, визначення основних завдань ;
- мотивація учасників проекту;
- визначення принципів формування іміджу;
- розробка технології формування кожної складової іміджу;
- аналіз відповідності отриманого іміджу очікуваному результату.

Імідж сучасної школи характеризується у двох напрямках: зовнішні складові іміджу – при безпосередній взаємодії школи з громадськістю; внутрішні складові іміджу – у процесі формування творчого, сприятливого психологічного мікроклімату в колективі..

Внутрішні складові суспільного іміджу школи включають творчий пошук педагогічного колективу, учнів, батьків, громадськості, спрямований на пошук філософії своєї школи, власних пріоритетів; поліфонічність школи і права дитини на реалізацію своїх освітніх інтересів. Основними формами участі педагогічного колективу у створенні творчого, розвиваючого середовища у школі можуть бути:

- пошук нових підходів до організації навчання та виховання;
- залучення вчителів до науково-пошукової роботи (співпраця з науковцями);
- підвищення педагогічної майстерності вчителів;
- формування психологічної культури вчителів [7].

До зовнішніх показників іміджу, за допомогою яких здійснюється інформаційний та емоційний вплив на громадськість як всередині навчального закладу, так і поза його межами, належить атрибутика школи (гімн, герб, прапор, девізи як навчального закладу в цілому, так і окремих класів). Неабияке значення має шкільна форма, яка сьогодні все більше впроваджується в школах України. Окремими елементами шкільної форми є краватки, комірці, футболки, значки.

Статус загальноосвітнього навчального закладу сьогодні значною мірою визначається його інформаційним статусом у комунікаційних потоках. Оптимально підібрана кількість і періодичність появи в ЗМІ інформації про навчальний заклад є однією з найважливіших складових роботи з формування його іміджу.

Варто зазначити, що, використовуючи PR-комунікації, школа інсталує власні корпоративні інтереси в систему суспільних, актуалізуючи таким чином важливість проблем середньої освіти для громадськості та гармонізуючи взаємовідносини з ними.

PR-комунікації в навчальному закладі мають спрямовуватися на формування інформаційного середовища, яке сприяє створенню позитивного іміджу та відповідає очікуванням громадськості [8].

Така комунікативна діяльність забезпечує прямий та зворотний зв'язки з населенням, які передбачають інформування цільової аудиторії з питань реалізації державних і локальних програм,

вивчення реакції громадськості на дії адміністрації та педагогічного колективу школи, а також сприяє налагодженню та підтримці планів школи зі сторони батьків [1].

Таким чином, робота над формуванням суспільного іміджу загальноосвітнього навчального закладу є складною та багато тривалою. Шлях від бажаного образу до реального результату – це робота не одного року, не однієї людини, а систематична, цілеспрямована робота всього учнівського та педагогічного колективу. Головним показником сформованості суспільного іміджу навчального закладу є виховання здорових, творчих та освічених дітей.

Література

1. Барна Н.В. Іміджелогія : навч. посібник для дистанц. навч. для студ. вищих навч. закл. / Н.В. Барна ; Відкритий міжнародний ун-т розвитку людини «Україна». – К. : Університет «Україна», 2007. – 217 с.
2. Балл Г.О. Проблема іміджу навчального закладу в контексті гуманізації освіти/Г.О.Балл //Наука і управління. Науково-практичний журнал. – 2007. – Т. 7. – №1. – С. 139-141.
3. Казаченко, И. П. Позиционирование и имидж – технологии в практической деятельности учителя / И. П. Казаченко // PR в образовании / гл. ред. Е. Иванова. – 2006. – № 3. – С. 79-83.
4. Лаврук В. Діагностика управлінської компетентності директора школи / В. Лаврук. —К.: Шкільний світ, 2008. —128 с. —(Б-ка «Шк. світу»).
5. Палеха Ю.І. Іміджологія: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. /Ю.Палеха. – К.: Видавництво Європейського університету, 2004. – 323 с.
6. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники /А.Ю. Панасюк. – М. : Издательство "Омега-Л", 2007. – 266с.
7. Скрипаченко Т.В. Соціально-психологічний імідж сучасного керівника /Т.Скрипаченко. – Запоріжжя, 2001. – 216 с.
8. Хомуленко Т.Б. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу / Т.Б.Хомуленко. – Х. : ВД "Інжек", 2005. – 272 с.

УПРАВЛІННЯ КОНСТРУКТИВНОЮ ВЗАЄМОДІЄЮ У СИСТЕМІ «ВЧИТЕЛЬ-БАТЬКИ»

*Л.В. Парнюк
Полтава, Україна*

Управління конфліктами – цілеспрямований вплив на процеси конфліктної взаємодії, який прагне забезпечити конструктивне вирішення соціально важливих завдань, що актуалізуються в конфлікті [3, с.152].

Управлінню конфліктом повинна передувати стадія діагностики – тобто визначення основних складових конфлікту, причин, що його породили [3, с.75]. Вона передбачає наступні складові:

- дослідження джерел конфлікту, суб'єктивних чи об'єктивних переживань сторін, способів “боротьби”, суперечності думок, подій, потреб, інтересів;
- аналіз біографії конфлікту (його історію, тло, на якому він прогресував, наростання конфлікту, кризи та шляхи його розвитку);
- виявлення учасників конфлікту: осіб, груп, підрозділів;
- виявлення та чітко визначення позицій і відносин між сторонами, їх очікувань, особистісних взаємин;
- з'ясування початкового ставлення сторін до конфлікту – чи хочуть і чи можуть сторони самі вирішити конфлікт, які їхні надії та очікування, установки, умови, чи не спровокований конфлікт спеціально в інтересах однієї із сторін, яка постійно підтримує напруження.

Професійні конфлікти з'являються, коли не збігаються думки або вчинки членів колективу під час вирішення проблеми ділового характеру. Вирішуючи такі конфлікти, важливо не виходити за рамки ділових аргументів і стосунків.

Утім, більшість конфліктів у педагогічному середовищі — особисті й виникають як наслідок суб'єктивних причин, а саме:

- недостатньої обізнаності про особливості членів колективу;
- неправильного розуміння їхніх намірів;
- неправильного уявлення про їхні думки;
- помилкової інтерпретації мотивів поведінки;
- помилкового оцінювання ставлення один до одного.

Щоб гідно вийти з конфліктної ситуації, кожен має володіти рефлексією, здатністю адекватно оцінювати й бачити себе з боку інших. Саме неадекватне самооцінювання (завищене або занижене) нерідко стає причиною неправильних стосунків між колегами. Якщо в людини завищене самооцінювання, вона зневажливо і зверхньо ставиться до інших, не бачить своїх вад, виправдовує свої помилки об'єктивними причинами.

Людина зі заниженим самооцінюванням — тривожна, невпевнена в собі, нерідко намагається