

INFORMATION AND IMAGE POLICY OF THE FACULTY AS A FACTOR OF DEVELOPMENT IN THE MODERN INFORMATION SOCIETY

Khakunova F.P.¹, Shkhakhutova Z.Z.² (Russian Federation)

Email: Khakunova58@scientifictext.ru

¹Khakunova Fatimet Pshimafovna – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,
Department of Educational Psychology;

²Shkhakhutova Zarema Zorievna – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
DEPARTMENT OF PEDAGOGY AND PEDAGOGICAL TECHNOLOGIES,
FACULTY OF PEDAGOGY AND PSYCHOLOGY,
ADYGEI STATE UNIVERSITY,
MAIKOP

Abstract: the article deals with such concepts as image, information and image policy of the faculty; analyzed the components of the structure of the image of the Faculty of Pedagogy and Psychology of Adyghe State University. The main objective of the information and image policy of the faculty of pedagogy and psychology is the creation of an attractive image of the faculty. To do this, it is necessary to widely promote university-wide and faculty values, beliefs, ideas that are aimed at shaping the corporate culture, individuality, unite teachers, staff, and students of the faculty and thus become the most important component of a favorable faculty image.

Keywords: image, institution of higher education, image of the faculty, factors of image formation, information and image policy.

ИНФОРМАЦИОННО-ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА ФАКУЛЬТЕТА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ Хакунова Ф.П.¹, Шахутова З.З.² (Российская Федерация)

¹Хакунова Фатимет Пшимафовна - доктор педагогических наук, профессор,
кафедра педагогической психологии;

²Шахутова Зарема Зориевна - кандидат педагогических наук, доцент,
кафедра педагогики и педагогических технологий,
факультет педагогики и психологии,
Адыгейский государственный университет,
г. Майкоп

Аннотация: в статье рассматриваются такие понятия, как имидж, информационно-имиджевая политика факультета; проанализированы составляющие структуры имиджа факультета педагогики и психологии Адыгейского государственного университета. Основная цель информационно-имиджевой политики факультета педагогики и психологии – это создание привлекательного образа факультета. Для этого необходимо вести широкую пропаганду общеуниверситетских и общефакультетских ценностей, убеждений, представлений, которые имеют направленность на формирование корпоративной культуры, индивидуальности, объединяют преподавателей, сотрудников, студентов факультета и таким образом становятся самой важной составляющей благоприятного образа факультета.

Ключевые слова: имидж, высшее учебное заведение, имидж факультета, факторы формирования имиджа, информационно-имиджевая политика.

Понятие «имидж» вошло в нашу повседневность сравнительно недавно, но уже плотно укоренилось. Носитель привлекательного имиджа имеет более выигрышную репутацию и большой вес в обществе. Создавать и поддерживать имидж стремятся многие. Это касается любой сферы деятельности. Не составляет исключение и сфера образования. Если обобщить определения, которые даются разными исследователями понятию «имидж», то можно сделать вывод, что имидж вуза – это образ учебного заведения, сформированный в массовом сознании [2]. Созданием имиджа на разных уровнях занимаются высокооплачиваемые профессионалы, причем имиджем может обладать не только личность, но и предприятие, целый город, учебные заведения и т.д.

На сегодняшний день существует множество образовательных учреждений, которые предлагают одни и те же услуги, но разного качества и по разной стоимости. Большое число университетов порой заставляет задуматься, а не превышает ли тот спрос, который сейчас есть в обществе на специалистов с высшим образованием. Поэтому для выбирающих вуз становится важной проблема выбора, а для самих вузов все актуальнее становится вопрос о том, как стать более привлекательными на фоне конкурентов.

Традиционно в качестве компонентов образа вуза принято выделять:

- образовательные услуги вуза (востребованность предлагаемых специальностей, качество преподавания, престижность дипломов, стоимость предоставляемых услуг, возможности трудоустройства);
- профессорско-преподавательский состав вуза (социально-демографические характеристики, общий культурный уровень, компетентность);
- руководители вуза (внешний облик, социально-демографические характеристики, психологические характеристики);
- студенты вуза (внешний облик, стиль жизни, общий культурный уровень);
- внутренние социально-психологические характеристики вуза (культура организации, социально-психологический климат коллектива);
- визуальные характеристики вуза (архитектура, дизайн интерьера, элементы фирменного стиля, внешний облик персонала);
- социальные характеристики вуза (социальные аспекты деятельности вуза) [1; 168].

Имидж университета складывается из имиджа факультетов. Задача каждого факультета – внести свой вклад в создание целостного образа вуза. Рассматривая вопрос имиджа, нельзя упустить такую характеристику имиджа, как эффективность: основной целью факультета, как и любой другой организации, является формирование эффективного, благоприятного имиджа, формирующего гармоничные отношения с общественностью. Эффективный имидж повышает конкурентоспособность на рынке образовательных услуг и способствует привлечению абитуриентов. Имидж должен быть целенаправленным и соответствовать ожиданиям потребителей образовательных услуг, также имидж должен быть естественным, отражающим всю сущность проводимой работы на факультете.

Специфика деятельности по созданию имиджа факультета определяется рядом внутренних и внешних факторов. К ключевым внутренним факторам, определяющим современный имидж факультета, можно отнести сложившуюся в рамках Адыгейского государственного университета и факультета внутрикорпоративную культуру, образ ведущего регионального образовательного учреждения высшего образования Республики Адыгея, а также, образ успешно осуществляющего подготовку специалистов по востребованным специальностям. Факультет педагогики и психологии Адыгейского государственного университета – это единственный факультет, где готовятся кадры для начальной школы, для дошкольной системы образования, где ведется подготовка психологов и специалистов в области специального и инклюзивного образования (в том числе есть программы профессиональной переподготовки: «Психология», «Психология и педагогика дошкольного образования», «Педагогическое образование. Начальное образование», «Менеджмент в образовании», «Психология и педагогика специального и инклюзивного образования»).

Основными внешними факторами, определяющими современный имидж факультета, являются представления федеральных и региональных органов власти, образовательных, научных учреждений, СМИ о факультете. Как показывает практика, представления об образовательных учреждениях формируются сейчас, прежде всего, средствами массовой информации.

Для полного и достоверного образа факультета о научной, образовательной, культурной жизни факультета, его потенциале необходимо систематическое информирование о факультете в средствах массовой информации и разработка и реализация системы мероприятий по формированию долгосрочной информационно-имиджевой политики факультета. Эта политика должна опираться на следующие объективные стратегические преимущества факультета, которые способны выступать основой создания благоприятного имиджа факультета и университета в целом.

Основная цель информационно-имиджевой политики факультета педагогики и психологии АГУ – создание привлекательного образа факультета. Первым шагом в создании и успешном управлении имиджем факультета педагогики и психологии должна стать концептуальная разработка обоснованного, социально значимого образа факультета. Этот процесс предполагает формирование и широкую пропаганду общеуниверситетских и общефакультетских ценностей, убеждений, представлений, которые имеют направленность на формирование корпоративной культуры, индивидуальности, объединяют преподавателей, сотрудников, студентов факультета и, таким образом, становятся самой важной составляющей благоприятного образа факультета.

Участниками современного процесса формирования имиджа факультета (субъектами информационно-имиджевой политики) выступают:

- руководство факультета;
- структурные подразделения факультета;
- преподаватели, сотрудники, студенты факультета;
- средства массовой информации университета и факультета.

Субъекты информационно-имиджевой политики факультета, в пределах имеющихся полномочий, осуществляют реализацию поставленных задач и мероприятий информационно-имиджевой политики факультета педагогики и психологии АГУ во взаимодействии с другими образовательными и научными

учреждениями, федеральными и региональными органами государственной власти, органами местного самоуправления в РА, организациями различных форм собственности, средствами массовой информации, общественными организациями.

Основными задачами информационно-имиджевой политики факультета являются:

- 1) формирование в соответствии с решениями Ученого совета, приказами, распоряжениями ректора, проректоров единой информационной политики факультета и университета в целом;
- 2) проведение целенаправленной и систематической работы по мониторингу имиджа факультета в федеральных, региональных образовательных, научных учреждениях, средствах массовой информации;
- 3) создание системы продвижения имиджа факультета для всех общественных аудиторий;
- 4) объединение усилий структурных подразделений, квалифицированных специалистов по общественным коммуникациям с целью создания положительного имиджа факультета и определения наиболее эффективных путей его продвижения с использованием современных рекламных и информационных технологий;
- 5) проведение целенаправленной и систематической работы по мониторингу общественного мнения и характера представлений общественной аудитории об уровне привлекательности факультета;
- 6) стимулирование разработок и апробации инновационных проектов создания благоприятного образа факультета;
- 7) разработка внутреннего имиджа факультета для консолидации коллектива факультета, совершенствования корпоративной культуры.

Мир давно шагнул в информационное общество, и факультету, который поддерживает инновации, необходимо пользоваться данным ресурсом. Современное информационно-образовательное пространство факультета, как и университета в целом, анализируется в контексте электронного отражения в глобальной сети Интернета различных сторон деятельности вуза: информационной, коммуникационной, креативной, программно-технологической и пр. Выделяются различные планы проектирования электронно-образовательной среды, учитывающие интересы различных групп сетевых пользователей. С социально-психологических позиций раскрывается роль электронной образовательной среды университета в совершенствовании образовательных технологий, появлении новых аспектов деятельности преподавателей, условий самореализации студентов. Интернет является одним из средств, благодаря которому происходит генерирование информации о факультете.

Факультет педагогики и психологии может использовать в качестве средств формирования имиджа те же инструменты, которые предполагает имиджелогия для любого другого предприятия. Сюда можно отнести:

- университетскую газету «Адыгейский государственный университет»;
- сайт Адыгейского государственного университета – www.adygnet.ru;
- сайт факультета педагогики и психологии – www.pedfak.adygnet.ru;
- группы факультета педагогики и психологии, представленные в социальных сетях («Одноклассники», «ВК», «Инстаграм»);
- сайт Молодежной мастерской психологического консультирования (ММПК АГУ) Psy Master.

Следует учитывать, что сайт факультета педагогики и психологии относится к контролируемым средствам коммуникации, поскольку отправитель контролирует содержание сообщения, идущего к получателю.

Создание сайта факультета (pedfak.adygnet.ru) предполагало разработку концепции, вокруг которой будет выстраиваться виртуальное «представительство» факультета. Основой концепции могут и должны служить цели и задачи, которые стоят перед университетом в целом. Формирование позитивного имиджа невозможно без прозрачной информации о деятельности учреждения. Поэтому сайт должен своей основной функцией иметь функцию информирования общественности. Также вся информация параллельно освещается в социальных сетях («Одноклассники», «ВК», «Инстаграм»), где созданы группы факультета педагогики и психологии.

Здесь важно отражать все многообразие сторон жизни факультета – образовательную, научную, общественную, электронные СМИ, сетевые инициативы сотрудников и студентов и т.п. Поэтому в интернет-пространстве находят отражение проводимые на факультете все научные конференции, форумы, семинары, культурные инициативы.

В построении виртуального пространства факультета особое значение имеет организация взаимодействия с абитуриентами – потенциальными студентами вуза, а также с его выпускниками. На сайте факультета имеется рубрика: «Поступление и обучение», где представлен перечень образовательных программ, профилей и направлений подготовки, форм обучения и вступительных испытаний.

Начиная с 2014-2015 учебного года на платформе СДО АГУ были сформированы электронные портфолио всех студентов, обучающихся на факультете. На сегодняшний день – это одно из требований стандартов нового поколения. Эта информация важна, в первую очередь, как для самих студентов, так и

для работодателей (там представлена полная информация о студенте, по какому направлению он обучался, его достижения, можно также ознакомиться с зачетной книжкой студента, курсовыми проектами и выпускной квалификационной работой).

Общее между всеми вариантами подачи информации и поддержания имиджа заключается в том, что главная цель – это формирование единого информационного поля. Реализация продуманной, системной работы по формированию положительного имиджа факультета будет способствовать повышению рейтинга факультета, его привлекательности для различных целевых аудиторий.

Список литературы / References

1. *Погорелова О.А.* Воздействие интернет-технологий на качество образования как основную составляющую имиджа высшего учебного заведения [Текст] / О.А. Погорелова // Вестник КАСУ. Выпуск: Педагогика и образовательные технологии. Казахстанско-Американский свободный университет, 2011. № 1. С. 165–171.
2. *Сидорова В.Л.* Формирование эффективного имиджа ВУЗа // Вестник ВолГУ. Серия 6. Вып.11. 2008 – 2009. С. 13-20.