



**НАУЧНЫЙ  
ФОРУМ**  
nauchforum.ru

ISSN: 2542-1255



**№7(53)**

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:  
ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА**

МОСКВА, 2022



# НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА

*Сборник статей по материалам LIII международной  
научно-практической конференции*

№ 7 (53)  
Октябрь 2022 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва  
2022

УДК 08  
ББК 94  
НЗ4

Председатель редколлегии:

*Лебедева Надежда Анатольевна* – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

*Арестова Инесса Юрьевна* – канд. биол. наук;  
*Ахмеднабиев Расул Магомедович* – канд. техн. наук;  
*Ахмерова Динара Фирзановна* – канд. пед. наук, доцент;  
*Бектанова Айгуль Карибаевна* – канд. полит. наук;  
*Воробьева Татьяна Алексеевна* – канд. филол. наук;  
*Данилов Олег Сергеевич* – канд. техн. наук;  
*Капустина Александра Николаевна* – канд. психол. наук;  
*Карабекова Джамиля Усенгазиевна* – д-р биол. наук;  
*Комарова Оксана Викторовна* – канд. экон. наук;  
*Лобазова Ольга Федоровна* – д-р филос. наук;  
*Маршалов Олег Викторович* – канд. техн. наук;  
*Мащитько Сергей Михайлович* – канд. филос. наук;  
*Монастырская Елена Александровна* – канд. филол. наук, доцент;  
*Назаров Иван Александрович* – канд. филол. наук;  
*Орехова Татьяна Федоровна* – д-р пед. наук;  
*Попова Ирина Викторовна* – д-р социол. наук;  
*Самойленко Ирина Сергеевна* – канд. экон. наук;  
*Сафонов Максим Анатольевич* – д-р биол. наук;  
*Спасенников Валерий Валентинович* – д-р психол. наук.

**НЗ4 Научный форум: Инновационная наука:** сб. ст. по материалам  
ЛШ междунар. науч.-практ. конф. – № 7 (53). – М.: Изд. «МЦНО»,  
2022. – 14 с.

ISSN 2542-1255

Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной  
электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ISSN 2542-1255

ББК 94

© «МЦНО», 2022 г.

## **Оглавление**

<b>Педагогика</b>	<b>4</b>
ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ПОСТРОЕНИЯ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	4
Рубина Анна Валерьевна Чижевский Алексей Евгеньевич	
<b>Психология</b>	<b>9</b>
ВЗАИМОСВЯЗЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ И УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА	9
Зибенкес Ольга Константиновна	

## ПЕДАГОГИКА

### ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ПОСТРОЕНИЯ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**Рубина Анна Валерьевна**

*магистрант,  
Федеральное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
Брянский государственный университет  
им. ак. И.Г. Петровского,  
РФ, г. Брянск*

**Чижевский Алексей Евгеньевич**

*канд. пед. наук,  
доцент кафедры теории и методики начального  
общего и музыкального образования  
Брянского государственного университета  
имени академика И.Г. Петровского,  
РФ, г. Брянск*

### THE SEQUENCE OF BUILDING THE IMAGE OF AN EDUCATIONAL ORGANIZATION

**Anna Rubina**

*Undergraduate,  
Federal Budgetary Educational Institution  
of Higher Education Bryansk State University.  
ak.I.G. Petrovsky,  
Russia, Bryansk*

**Alexey Chizhevsky**

*Cand. Ped. Sci., Associate Professor,  
Department of Theory and Methods  
of Primary General and Musical Education,  
Bryansk State University named after  
academician I.G. Petrovsky,  
Russia, Bryansk*

**Аннотация.** В статье даётся определение понятия «имидж образовательной организации», рассматриваются последовательность этапов работы над имиджем общеобразовательной организации и их краткая характеристика.

**Abstract.** The article defines the concept of "image of an educational organization", examines the sequence of stages of work on the image of a general education organization and their brief characteristics.

**Ключевые слова:** имидж; образовательное учреждение; этапы работы над имиджем.

**Keywords:** image; educational institution; stages of work on the image.

Слово «имидж» происходит от английского «image» и восходит к латинскому «imago» (образ).

Под имиджем образовательного учреждения следует понимать сложившийся в массовом сознании эмоционально окрашенный образ, определяемый соотношением между различными сторонами его деятельности и транслируемый во внешнюю среду. На построение и изменение имиджа требуется длительное время, нередко измеряемое годами.

Под формированием имиджа образовательного учреждения понимается процесс, в ходе которого создается некий спланированный образ на основе имеющихся ресурсов. Целью создания имиджа является повышение конкурентоспособности, привлечение инвестиций, установление и расширение партнерских связей;

К основным причинам, определяющим необходимость формирования имиджа образовательного учреждения, по мнению Пискунова М.С., можно отнести сложную демографическую ситуацию, вариативность системы образования, сложность выбора направлений и перспектив самоопределения обучающихся, социальные запросы и потребность учреждений в формировании представлений о них [4, с. 47].

Работая над имиджем образовательного учреждения, следует учитывать тот факт, что у любого учреждения имеется как внешний, так и внутренний имидж.

Фролов В.А. утверждает, что при организации работы над имиджем очень важна разработка философии учебного заведения. Философия и девиз, который рождается из него, служат основой построения плана формирования имиджа [6, с. 41].

Построение имиджа образовательного учреждения происходит при определенной последовательности действий сотрудников учреждения, предполагающих:

1) изучение общественного мнения внутри учреждения образования с целью выяснения удовлетворенности образовательной организацией педагогами, обучающимися и родителями;

2) распространение новостей, связанных с развитием инновационных процессов – процессов разработки, внедрения и использования педагогических новшеств;

3) обеспечение освещения событий в деятельности учебного заведения – установление эффективной обратной связи с внешней средой;

4) разработка информационного материала, который должен быть доступен, понятен, отражать позитивные перемены в жизни организации, демонстрировать достижения, полученные в процессе перемен.

Федосеева И.В. [5, с. 69] приводит следующие компоненты имиджа образовательного учреждения:

- фирменный стиль образовательного учреждения;
- организационная культура;
- имидж образовательной услуги;
- имидж руководителя;
- имидж персонала;
- образ выпускника образовательного учреждения;
- комфортность образовательной среды и др.

Имидж образовательного учреждения – это репутация, привлекательность и доверие со стороны общества. Устойчивый позитивный имидж образовательного учреждения сегодня можно рассматривать как важный современный компонент методического продукта школы и как дополнительный ресурс управления, ресурс развития образовательного учреждения.

Учитывая тот факт, что проблема формирования имиджа образовательного учреждения – явление достаточно новое, то логичнее будет рассмотреть особенности процесса формирования имиджа не по этапам его развития, а в соответствии с этапами работы над созданием его имиджа.

Можно выделить три этапа формирования и подтверждения имиджа образовательного учреждения (внутреннего и внешнего).

1. Начало целенаправленной работы по формированию имиджа образовательного учреждения.

2. Активное формирование имиджа образовательного учреждения.

3. Поддержка, корректировка и обновление сформированного имиджа образовательного учреждения.

Для того, чтобы то или иное образовательное учреждение было привлекательным, имело свой неповторимый, уже сложившийся или складывающийся образ, скорее всего оно должна иметь:

- четко определенные приоритеты, собственную философию, свое видение будущего, сформулированное в миссии школы;
- уникальную, неповторимую, особую систему ценностей, обычаев, традиций, стилей поведения, именуемую школьной культурой;
- разнообразные и качественные образовательные услуги;
- оригинальную систему воспитательной работы, включая наличие и функционирование детских и юношеских организаций;
- связи с учреждениями дополнительного образования, высшими учебными заведениями, различными социальными институтами и т.д.;
- яркие, узнаваемые, своевременно обновляемые информационные материалы, предназначенные для внешнего представления;
- систему целевой подачи информации потребителям о своем потенциале, успехах и предлагаемых образовательных услугах.

Необходимо помнить, что имидж образовательного учреждения как положительный образ может быть сформирован лишь в случае предоставления качественных услуг потребителю. Однако только предоставления качественных услуг не всегда бывает достаточно, так как с понятием имиджа тесно связана репутация образовательного учреждения, которая складывается из нескольких составляющих и удерживается в массовом сознании долгие годы. Отличие имиджа от репутации, по мнению многих исследователей, заключается именно в том, что репутация является итогом построения имиджа;

Говоря об основных этапах последовательности формирования имиджа, можно выделить следующие:

- анализ внешней среды;
- выделение целевой группы, к которой будет обращен имидж;
- анализ внутренних ресурсов;
- определение задач и их классификация (содержательные, организационно-результативные и т.д.);
- мотивация участников проекта;
- ролевое распределение;
- выявление соотношения между составляющими имиджа: научный, образовательный, общественный, имидж на рынке труда и т.д.;
- определение принципов формирования имиджа;
- разработка технологии формирования каждой составляющей имиджа;



- анализ соответствия полученного имиджа с желаемым результатом;

На сегодняшний день основными методами формирования имиджа образовательного учреждения являются: эффективные PR-мероприятия (дни открытых дверей, презентации и выставки образовательных услуг, публикации в СМИ и т.д.); благоустройство здания и территории; повышение педагогической культуры педколлектива и всего персонала организации.

Выработанный благоприятный имидж может стать своеобразным мерилом степени развития всего учреждения. Таким образом, целенаправленно создаваемый имидж образовательного учреждения представляет собой не набор случайных компонентов, а стройную систему взаимосвязанных качеств, интегративную совокупность характеристик.

### Список литературы:

1. Горячкова С.А. и др. Программа развития образовательного учреждения: учеб.-метод. пособие для слушателей курсов повышения квалификации. Архангельск: АО ИППК РО, 2008. – С. 100-132.
2. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем / Е.В. Змановская. – СПб., 2005. – С.141.
3. Менеджмент и маркетинг в образовании: терминологический словарь – справочник /авт.-сост. Б.Ю. Пахомова, С.А. Горячкова, Л.И. Уварова, И.В. Федосеева.-Архангельск: АО ИППК РО, 2009. – С.66.
4. Пискунов М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования /М.С. Пискунов //Мониторинг и стандарты в образовании. 1999, № 5, С.45-51.
5. Федосеева И.В. Образовательный маркетинг: учеб.-метод. пособие /И.В. Федосеева. – Архангельск: АО ИППК РО, 2009. – С. 67-74.
6. Фролов В.А. Средства PR в формировании позитивного имиджа образовательного учреждения / В.А. Фролов // PR в образовании. 2007, № 3, С.40–42.

## ПСИХОЛОГИЯ

### ВЗАИМОСВЯЗЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ И УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

*Зибенкес Ольга Константиновна*

*студент,*

*Академии гуманитарных технологий*

*ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП),*

*РФ, г. Ростов-на-Дону*

### THE RELATIONSHIP BETWEEN DIGITALIZATION AND THE LEARNING PROCESS

*Olga Zibenkes*

*Student*

*of the Academy of Humanitarian Technologies*

*of the Southern University (IMBL),*

*Russia, Rostov-on-Don*

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются различные причины, факторы, перспективы и последствия влияния цифровизации на учебный процесс и познавательную деятельность человека.

**Abstract.** This article examines various causes, factors, prospects and consequences of the impact of digitalization on the educational process and cognitive activity of a person.

**Ключевые слова:** цифровизация; информация; инновации; обучение.

**Keywords:** digitalization; information, innovation; training.

Прежде всего, цифровизация – это внедрение актуальных во времени цифровых технологий в разные сферы жизни и производства, в том числе образовательную.

Внедряются новые технологии, инновации, которые направляют человеческую деятельность на развитие и совершенствование уже имеющихся знаний и умений.

В таком случае, любая рутинная работа становится механизированной и не выполняется человеком.

В свою очередь, человек уже занимается творчеством, сотрудничеством с коллегами в поиске новых тенденций и решений на поставленную задачу.

Одной из отличительных особенностей человеческой работы является критическая оценка предлагаемой информации: ее достоверность, логичность, непротиворечивость уже существующим, доказанным, знаниям.

В Российской Федерации школы компьютеризированы.

Существует целая информационная система, которая предлагает удобное отслеживание учебного процесса.

Каждый школьник может посмотреть свои оценки в любое время и в любом месте в своем личном кабинете, чтобы быть полностью в курсе своей успеваемости.

Преподавателям не нужно высчитывать четвертные и полугодовые оценки, за них это делает программа, облегчая сложную работу учителя.

В современных школах учащиеся уже должны не только уметь читать, писать и считать, но и должны обладать навыками работы с информацией: накапливать ее, изменять, проверять на достоверность, сопоставлять ее с работами других учеников, оценивать в рамках поставленной задачи и др.

Таким образом, можно говорить о необходимости наличия у современного человека информационной культуры как элемента общечеловеческой культуры и как обязательного условия комфортного существования в социуме, а ее формирование оказывается одной из важнейших задач системы образования.

Система образования должна обеспечивать человечеству уверенный переход в цифровую эпоху, которая ориентирована на прирост производительности, новые виды и типы труда.

Цифровые ресурсы, которые применяются сегодня в повседневной деятельности человека, позволяют преодолевать барьеры традиционного обучения: темп освоения программы, выбор педагога, форм и методов обучения.

В настоящее время цифровые технологии глубоко проникли в современную систему образования.

Однако данное нововведение имеет двойственный характер: с одной стороны – цифровизация ставит под сомнение всю унаследованную из прошлого структуру образования, а с другой – открывает

новые способы получения и обработки информации, а также способствует восприятию этой информации в различных формах ее проявления.

Современное поколение детей в ускоренном темпе адаптируется к глобальной цифровизации общества, формируя навыки для дальнейшего развития.

Формирование типичных основных знаний и умений происходит на различных уровнях образования, но цифровые компетенции формируются в течение всей жизни, посредством постоянного технического прогресса.

Нельзя недооценивать влияние цифровизации на психические и когнитивные процессы юного поколения, так как мощность и концентрация информации в интернете невероятно высока, а сами современные цифровые технологии не только дополняют нашу жизнь, но и расширяют, влияют на механизмы деятельности и мышления в реальной и онлайн-жизнях.

Цифровое представление информации, в отличие от электронного, наиболее стройно представляет информацию, вследствие чего обеспечивает ее свободное распространение, размещение и обработку, что сильно облегчает учащимся находить и использовать необходимую для них информацию для более прогрессивного обучения, а также помогает педагогам подбирать наиболее простые и точные для восприятия материалы.

Таким образом, цифровизация образования предполагает применение обучающимися мобильных и интернет-технологий, в результате использования которых у молодого поколения открываются новые, неизведанные горизонты. А также предоставляет новые возможности, как развитие цифро-библиотек и кампусов университетов.

Не менее важными вопросами являются вызовы для психологической науки и практики, как таковых, связанные с развитием цифровых технологий: больших данных, искусственного интеллекта, виртуальной реальности, «умных» материалов, телеприсутствия, интерфейсов «мозг – компьютер». Многие люди испытывают интерес к новым возможностям психотерапии, а некоторые даже готовы рассмотреть возможность обращения к роботу – психологу с искусственным интеллектом.

Перспективной задачей для всех учебных заведений является повышение квалификации педагогов цифровой грамотности, которая ориентирована на разработку курсов и применение цифровой среды в образовательном процессе. Это потребует от преподавателей другого мировоззрения, абсолютно иного способа и форма работы с учащимися.

### Список литературы:

1. Варганова Е.Л. Индустрия российских медиа: цифровое будущее : академическая монография / Е.Л. Варганова, А.В. Вырковский, М.И. Максеенко, С.С. Смирнов. – М. : МедиаМир, 2017. – 160 с.
2. Исследование российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edmarket.digital/>.
3. Белогорцева Н.М. Электронное обучение и его значимость на современном этапе развития школьного образования. С.15-19, Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию [ИУБиП, номер 2, 2016 год].
4. Витченко О.В. Трансформация функций информационной системы вуза как условие его развития в региональном образовательном кластере. С. 20-24, Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию [ИУБиП, номер 2, 2016 год].
5. Антипина И.В. Летние языковые школы – стимул изучения языков и культур, стр. 118, Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию [ИУБиП, номер 2, 2016 год].

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:  
ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА**

*Сборник статей по материалам LIII международной  
научно-практической конференции*

№ 7 (53)  
Октябрь 2022 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 24.10.22. Формат бумаги 60x84/16.  
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.  
Усл. печ. л. 0,875. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»  
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74  
E-mail: inno@nauchforum.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного  
оригинал-макета в типографии «Allprint»  
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3

16+



**НАУЧНЫЙ  
ФОРУМ**  
nauchforum.ru