

# Infografika – nowa przestrzeń dla promocji szkoły

*Przed szkołą XXI wieku stoi nowe wyzwanie – przygotować do funkcjonowania (...) uczniów w roku 2020, 2030 i w połowie nowego stulecia.*

*Ponieważ przekaz informacji w dzisiejszym świecie odbywa się głównie przy użyciu obrazów, kultura wysoko rozwiniętych technologicznie społeczeństw staje się obrazkowa.*

Witold Kołodziejczyk, 2001

## Zmiana wizerunku szkoły

Poszukiwania nowej formuły szkoły to radykalna zmiana interpretacji procesu kształcenia, to także nowy styl jej funkcjonowania w społeczeństwie. W myśleniu o szkole niezbędne są wyobrażenia i konkretne wizje, tylko w ten sposób możliwe jest przejście z tradycyjnej szkoły, z jej przewidywalnymi od lat rezultatami, w obszar postrzegany jako miejsce wspólnej pracy – środowisko tworzenia rzeczy inspirujących i niezwykłych. Edukacja przechodzi dynamiczny proces zmian. Szkoła ewoluje – tradycyjną tablicę zastępują nowe sposoby pracy, z ich odpowiednikami elektronicznymi. Podręczniki w wersjach cyfrowych już są uzupełnieniem dotychczasowych, stając się stopniowo pierwszoplanową pomocą dydaktyczną, zgodnie z obrazem zmian, jakie następują we współczesnym społeczeństwie. Pedagodzy coraz częściej pracują z uczniami w oparciu o wymianę myśli i dialog, są otwarci na nowe wyzwania i obszary działania. Powszechny dostęp do Internetu sprawia, że szkoła zmienia charakter, a jej przestrzeń edukacyjna znacznie się poszerza, przewartościowując dotychczasowe metody i narzędzia wspierające pracę z uczniem.

## Alfabetyzm wizualny – od statycznego przekazu do prostej animacji

Olbrzymi udział obrazu (i obrazowania) w komunikacji grupowej i masowej oznacza, że „alfabetyzm wizualny” jest w takim samym stopniu niezbędny do uzyskiwania informacji, operowania nią, jej wykorzystywania oraz przesyłania, jak umiejętność czytania<sup>1</sup>. Wizualizacja, jako określenie graficznych metod tworzenia, analizy i przekazywania informacji, w ostatnich latach coraz częściej służy celom dydaktycznym. Warto zastanowić się, jakie są korzyści wynikające z uzupełnienia dotychczasowych metod o wizualizację (infografiki) i ich zastosowanie w promocji.

Wizualizacje ułatwiają wielostronne zrozumienie skomplikowanych zjawisk i procesów. Podręczniki szkolne oraz czasopisma popularnonaukowe są pełne przykładów infografik kształtujących umiejętność krytycznego myślenia czytelnika. Wykorzystywane są one powszechnie w programach informacyjnych wielu środków przekazu w różnorodnych formach. Wśród nich stosowane są: linie czasu, obszary zmian, rekonstrukcje wydarzeń, dane statystyczne itp. Infografiki, łatwiej przyswajalne dla przeciętnego odbiorcy, poszerzają krąg zainteresowanych taką formą opisu informacji i wiedzy, oferując szybsze osiągnięcie efektów uczenia się „w formie łatwej i przyjemnej”.

<sup>1</sup> Dylak S. *Alfabetyzacja wizualna jako kompetencja współczesnego człowieka*, 2012, <https://repozytorium.amu.edu.pl/jspui/bitstream/10593/6035/1/Visual-literacy-M-E-K-2012.pdf>, dostęp 26.11.2014.

W ostatnich latach szczególną popularność zdobyły wizualizacje tworzone w sieciowych aplikacjach Web 2.0. Nowatorskie propozycje grafików – odmiennego obrazowania informacji – to także kinografiki (ożywione fotografie)<sup>2</sup>, wykorzystywane przez firmy i organizacje w akcjach promocyjnych. Coraz częściej wprowadzane są także animacje infografik lub prezentacji, przeznaczone dla bardziej zaawansowanych projektów lub wymagające profesjonalnego przygotowania – symulacje komputerowe.

### Co to jest infografika? Dlaczego stała się teraz tak popularna?

Infografika, jako forma wizualizacji, służy obrazowemu przedstawianiu informacji w możliwie prosty i czytelny sposób. Z tego względu jest wykorzystywana przy projektowaniu podstawowych znaków, map, procesów oraz w celach edukacyjnych. Niewątpliwa wartość infografiki jest zauważalna, skoro takie formy przekazu są skuteczne zarówno w pracy dydaktycznej, jak i naukowej. W słowniku terminologii medialnej „infografika” określana jest jako *informacja graficzna (mapy, tabele, wykresy) towarzysząca większej całości, wydzielona na stronie w tzw. text boxach. Należy podkreślić, że mapy, tabele i wykresy stanowią pozornie najczystsza informację, a częstokroć np. konstrukcja tabeli, czasokres, dobór kryteriów czy podmiotów w niej prezentowanych mogą kryć za sobą intencje publicystyczne czy propagandowe*<sup>3</sup>.

Coraz więcej informacji i danych do przekazania powoduje coraz większe trudności w ich odczytaniu i zrozumieniu. Infografiki pozwalają przedstawiać abstrakcyjne dane, rezultaty obliczeń teoretycznych, syntezy teorii, ilustracje idei. Tabelaiczne wyniki nie sposób jest zapamiętać, gdy ich liczba przekracza naszą percepcję. Wynikiem korzystania z dobrze opracowanej graficznej formy przekazu (prezentujących istotne treści) może być zdobyta wiedza, która dzięki właściwemu zrozumieniu łatwiej utrwali się w pamięci. Dużą szansą tego rodzaju komunikatów jest ich dostępność, zarówno na stronach internetowych, jak i w formie wydruku. Możliwość przygotowania jej w takiej formie, aby jej udostępnianie nie sprawiło problemu, jest decydująca o jej zastosowaniu. Zalety infografik to także potencjalnie szeroki zakres tematyczny oraz duży wybór narzędzi dostępnych w sieci.

### Jak widzimy, rozumiemy, pamiętamy... i wybieramy

Infografiki mają duży potencjał wspierania promocji, powinny zatem umożliwiać efektywne osiąganie celów. Istnieje wiele sposobów zobrazowania zagadnień w formie infografik. Funkcjonują tu różne podziały (rodzaje, formy i typy) uwzględniające określone ujęcie tematu, czyli sposób jego przedstawienia (przekazu). Są to m.in.:

- **Prezentacja** (treści, działań, badań, procesów) – dzięki elastycznemu połączeniu danych i obrazu możliwe jest pełniejsze zaprezentowanie tematu. Przekazując najważniejsze argumenty czytelnikowi, prezentacja pomaga uporządkować i zapamiętać istotne punkty informacji.
- **Obrazowanie zmian** – stanowi przejrzyste zestawienie przedstawianego procesu, od momentu, w którym się rozpoczął do jego zakończenia.
- **Linia czasu** – to chronologiczna forma prezentacji danych lub wnioskowania, od punktu startowego do końcowego – w logiczny sposób odpowiadająca na pytanie postawione w tezie infografiki.
- **Metoda trzech kroków** – proste zestawienie nie więcej niż kilku faktów, które obrazują liczbę opcji, jaką odbiorca ma do wyboru.
- **Udział w określonym obszarze** – pozwala na uzmysłowienie odbiorcy, gdzie może się spotkać z omawianym zagadnieniem.

Wszelkie ilustracje, które coś objaśniają, o czymś informują lub coś ukazują, są projektowane w celu przekazania dużej ilości informacji w graficzny sposób, tak aby zostały one sprawnie przetworzone i zapisały się na dłużej w pamięci. Naturalne jest więc poszukiwanie i dostosowanie wybranej formy wizualizacji do przedstawienia oferty szkoły czy prezentacji aktualnych potrzeb, jakie mają być za jej pomocą upowszechniane. Pamiętać należy, jak ważne jest dostosowanie formy graficznej do celu, jakiemu służy. Efektowna ilustracja dodana do informacji o obiekcie, promocja lub reklama (regionu, miejscowości, konkretnego obiektu) może mieć charakter dydaktyczny, poznawczy lub pokazowy. W zależności od celu, jaki sobie wyznaczymy, wybieramy spośród trzech typów infografik – statycznych, interaktywnych, animowanych – ten, który najlepiej spełni nasze oczekiwania. Wybrane poniżej przykłady pokazują zastosowanie infografiki

<sup>2</sup> Cinemagrafika to nowa dziedzina fotografii, w której zakłęty został ruch. Technika wymyślona przez nowojorską parę: fotografa mody J. Backa i grafika K. Berga, <https://przyciagnachoryzont.wordpress.com/2013/04/04/cinemagraphs/#more-141>, <http://fotoblogia.pl/2012/02/09/kinografiki-jak-tchnac-zycie-w-zdjecia>, <http://www.robmydobrze.pl/dzif8/>

<sup>3</sup> Pisarek W. *Słownik terminologii medialnej*, Universitas, Kraków 2006.

w działaniach informacyjnych, w tym także promocyjnych.

- Najbardziej przystępne dla szerokiego odbiorcy zastosowanie – *Wyprawka do szkoły na Allegro*: <http://media2.pl/internet/95249-Trendy-w-artykulach-szkolnych-na-Allegro-infografika.html>.
- Przykład *Co nam daje „Pakt dla kultury”?* pomaga w poznaniu zasad wydatkowania środków, wynikających ze wzrostu nakładów na kulturę w budżecie państwa i kwestie związane ze wieloletnim programem na rzecz dostępu do książki: <http://www.sbp.pl/artukul/?cid=2804&prev=540>.
- Odrobina statystki promującej naukę – *Liczba szkół wyższych w rankingach* – informacja w liczbach z odpowiednią oprawą graficzną – wspiera istotę informacji o perspektywach dalszego uczenia się: <http://tabliceinteraktywneumcs.files.wordpress.com/2013/06/ostateczna-wersja-liczba-szkc3b3c582-wyc5bcszych-w-polsce-infografika-na-45.jpg>.
- Infografika może być odmiennym ujęciem reklamy, realizowanych interesujących akcji czy nowego projektu – *Blogi w projekcie edukacyjnym CEO*: <http://www.ceo.org.pl/pl/projekt/news/blogi-w-projekcie-infografika>.
- Ciekawą próbką infografiki interaktywnej jest angielszczyzna strona internetowa, stanowiąca jednocześnie e-portfolio: <http://chiquiesteban.com>.
- Warto polecić przykładem jest strona prowadzona w ramach projektu Fundacja Nowoczesna Polska, poświęcona Edukacji Medialnej: <http://edukacjamedialna.edu.pl>. Portal zawiera wiele odniesień do lektury, dyskusji i materiałów graficznych wyjaśniających trudne zagadnienia lub kierujących do odpowiednich źródeł: <http://edukacjamedialna.edu.pl/info/infografiki>. W tym przypadku dobrym przykładem będzie infografika *Twój wizerunek w sieci*, z adresem możliwej do pobrania wersji, opublikowanej na licencji CC: [http://edukacjamedialna.edu.pl/media/chunks/attachment/infografika\\_tvoj\\_wizerunek\\_w\\_sieci.pdf](http://edukacjamedialna.edu.pl/media/chunks/attachment/infografika_tvoj_wizerunek_w_sieci.pdf).

Wiele możliwości tworzenia własnych infografik daje dość duża liczba narzędzi dostępnych w sieci, wspomaganymi licznymi poradnikami, blogami i tutorialami. Widoczna obok ilustracja przedstawia rodzaj prostego poradnika zamieszczonego na stronie <http://www.inpris.pl/infografika-prawo/infografika-news/t/jak-robic-mobilne-infografiki>.

Kolejny przykład infografiki promującej duże akcje i działania w środowisku lokalnym ma szansę być inspiracją do realizacji ciekawego pomysłu na promocję

([http://www.inpris.pl/fileadmin/user\\_upload/documents/infografika/Poznan\\_strefa\\_30\\_plus.pdf](http://www.inpris.pl/fileadmin/user_upload/documents/infografika/Poznan_strefa_30_plus.pdf)).

Tworzenie grafiki, która pomaga w szybszym rejestrowaniu i zapamiętywaniu ważnych informacji, jest szczególnie uzasadnione przy planowaniu akcji promocyjnych. Istotna jest tu kreatywność, umiejętność łączenia słowa z obrazem i poczucie estetyki, tak aby infografika była jasna i czytelna, a przede wszystkim interesująca. Najlepszymi infografikami są takie, którym udaje się przekazać pewne idee obrazami. Jedną z najprostszych metod jest oś czasu, na której można zaznaczać poszczególne etapy działania i rozwoju placówki. Infografiki sprawdzają się łatwiej przy przedstawianiu danych statystycznych, natomiast przekaz idei czy trudnych zagadnień teoretycznych wymaga szerszej znajomości symboliki przekazu, także roli funkcji i znaczenia koloru. Wzorce infografik znajdujących się w sieci obejmują swym zakresem bardzo szerokie spektrum zagadnień – od informacji przez przekaz wiedzy do promocji. Mamy więc szansę odnaleźć taką infografikę, która szczególnie zainteresuje swoją formą, ujęciem tematu, sposobem przekazu i zainspiruje nas do stworzenia własnej. Kilka przykładów ilustrujących zastosowanie infografiki w praktyce:

- *Co dzieje się w trakcie jednej minuty w Internecie*: [http://www.przerwanareklame.pl/wp-content/uploads/2012/10/minuta\\_infografika.jpg](http://www.przerwanareklame.pl/wp-content/uploads/2012/10/minuta_infografika.jpg).
- *Obraz w percepcji mózgu przeciętnego odbiorcy komunikatu – prawa i lewa strona mózgu infografika*: <http://www.steveseager.com/wp-content/uploads/2011/05/web-3.0-example.png>.
- Inne przykłady, o których warto pamiętać zanim zaczniemy przygodę z infografiką, dotyczą zagadnień związanych z popularyzacją książki i funkcjonowania prawa autorskiego: [The screenshot shows a webpage from INPRIS. The main content area features two columns of text. The left column is titled 'Infografika & prawo' and contains a section 'Inne wiadomości' with several news items. The right column is titled 'Jak robić mobilne infografiki?' and contains a section 'Infografiki' with a list of links. The top of the page has a navigation menu with 'Kontakt' and 'EN / PL'. The bottom of the page has a footer with 'Mazowiecki Kwartalnik Edukacyjny' and 'Meritum 4 \(35\) 2014'.](http://www.ro-</a></li>
</ul>
</div>
<div data-bbox=)

bocamp.pl/infografika.jpg, <http://www.uwolnij.podrecznik.org> <http://otwartawiedza.pl/zasoby/prawo-autorskie-infografika>.

## Infografika wsparciem zmian w edukacji i promocji

Tradycyjna szkoła ulega zmianie. Zmieniają się także zasady i formy promocji oferty w środowisku. To właśnie pozwoli szkole na włączenie się w proces współtworzenia połączonej przestrzeni edukacyjnej. Warto zastanowić się, w czym infografika ma przewagę nad innymi sposobami przekazywania informacji. Jest kilka elementów, na które należy zwrócić uwagę, wśród których atrakcyjność tej formy przekazu jest istotnym atutem. Jest to z pewnością najbardziej udane powiązanie słowa z obrazem. Mieści się w każdym rodzaju grafiki, który wspiera bądź przekazuje informacje – zarówno jako prosty wykres słupkowy, jak też jako interaktywny przewodnik. Funkcjonując jako rodzaj grafiki objaśniającej, pozwala na relatywną łatwość odbioru informacji przedstawionej w formie graficznej.

## Czy tworzenie infografiki jest trudne? Kilka praktycznych kroków

Projektowanie infografiki opiera się na działaniach, które mają na celu przekształcenie opracowanej wcześniej informacji przez dodanie odpowiedniej formy wizualnej w postaci układów blokowych. Mogą mieć one różne układy treści:

- koncentryczny (centralne znaczenie pojęcia tam zaznaczonego),
- liniowy/poziomy, w którym strony (wyznaczając początek i koniec) skupiają uwagę odbiorcy.

Wszystkie składniki infografiki otrzymują wcześniej określone „kody przekazu treści”, skupione w symbolach i odniesieniach zrozumiałych i czytelnych dla odbiorcy. Informacja wyróżnia istotne elementy, które wskazują kierunek myślenia – ułatwiając zapamiętywanie. Przed rozpoczęciem pracy trzeba zastanowić się, jakie działania podjąć, by dobrze zaprezentować szkołę, jak zdiagnozować jej potrzeby i możliwości? Dobry plan działania pomoże w zaangażowaniu nauczycieli, rodziców i samych uczniów w skuteczną promocję szkoły. Etapy pracy nad infografiką obejmują niezbędne działania, od przygotowania treści (danych), poprzez analizę, ostateczny wybór projektu oraz zastosowanie wybranego narzędzia. Najważniejsze z nich to:

- zaplanowanie infografiki – określenie celu i adresata,
- zdobycie, sprawdzenie i zrozumienie danych,
- opracowanie syntezy myśli – maksimum obrazu, minimum treści,
- stworzenie projektu komunikatu – kompozycja i kodowanie treści,
- kontynuowanie pomysłu i wybór narzędzi,
- końcowa realizacja i publikacja w sieci.

Po opracowaniu danych i wyborze koncepcji do wizualizacji powinniśmy wybrać właściwy program, odpowiedni do pomysłu, więc warto poszukać inspiracji w proponowanych szablonach, które oferują narzędzia Web 2.0.

## Jakie wybrać narzędzia...

Celem wizualizacji działań i oferty szkoły jest nie tylko ukierunkowanie wszystkich osób, które są związane z placówką. Jest ona skierowana bowiem przede wszystkim do przedstawicieli środowiska społeczności lokalnej. Ciekawie opracowana infografika, przedstawiająca wizję szkoły na najbliższy okres, zapewni większą motywację do uczestnictwa w jej działaniach edukacyjnych, zwiększając liczbę zainteresowanych współpracą. Dzięki technologii Web 2.0 można stosunkowo łatwo wykonać i opublikować własne pomysły. Możliwości ich wykorzystania z czasem wzrastają – portale już istniejące modyfikują swoje narzędzia, dając użytkownikom szersze perspektywy. Wśród ogromnej różnorodności wymienione poniżej aplikacje są tylko propozycją do poszukiwań i własnych prób z innymi narzędziami. Każde z przedstawionych narzędzi ma specyficzny zakres możliwości – od pola edycji i perspektywy publikacji (wybranego zakresu danych, treści, idei) do indywidualnego modelu przedstawiania obrazów zmian. Najbardziej popularne, proste w użytkowaniu, chętnie wykorzystywane przez nauczycieli to:

- **Piktochart** (<http://piktochart.com>), który dysponuje najbardziej zaawansowanym edytorem detali, gdzie można stworzyć, opublikować, udostępnić i zapisać na dysku komputera własną infografikę. Ostatnio pozwala także na dodawanie interaktywnych map i ujęć filmowych.
- **Easel.ly** (<http://www.easel.ly>) to aplikacja internetowa dostępna za darmo. Prosta forma projektu daje możliwość tworzenia czytelnych i ciekawych infografik (bez wykresów i map), ich zapisu w komputerze oraz przesłania na stronę.

- **Infogr.am** (<http://infogr.am>) jest mniej rozbudowany, m.in. ogranicza edycję tekstu i zapisu na komputerze. Pozwala na dodawanie własnych grafik, daje możliwość dołączenia prostych multimediów i map.

Wymienione powyżej platformy pozwalają na stworzenie kilku projektów w ramach bezpłatnego konta. Wspomagając pracę nad infografiką, nawet użytkownikom niemającym zdolności graficznych z pewnością pomogą stworzyć atrakcyjną formę komunikatu. Dobór odpowiedniego programu to ważny krok w kierunku stworzenia dobrej infografiki. W sieci można znaleźć wiele przykładów: od infografik statycznych przez interaktywne do wideoinfografik zawierających szczególnie nośne treści. Próbką ciekawej wersji promocji akcji edukacyjnej są infografiki FilMOTEKI Szkolnej: <http://m.pisf.pl/pl/edukacja/filmoteka-szkolna/infografiki-filmoteki-szkolnej>.

### Wizualne wsparcie szkoły – jak działa w środowisku lokalnym i w sieci

Warto sprawdzić wykorzystanie infografiki w edukacyjnej rzeczywistości: jak funkcjonuje w sieci, gdzie może stanowić wizualne wsparcie własnej szkoły – prezentacja infografiki promocyjnej (działań dydaktycznych, projektów, akcji, osiągnięć, miejsca w środowisku itp.). Przykład dla szukania pomysłu do tematu *Jak wybrać szkołę po gimnazjum*: <http://obserwatorium.mazowsze.pl/upload/user/image/Galeria/infografika.png>. Odrębny przykład – infografika statyczna, przedstawiająca proste wydanie informacyjne, stworzona z pomocą opisanego powyżej narzędzia (Piktochart). Może być przygotowaniem do planowanej akcji szkoleń, obejmuje w swej formie przekazu widoczną promocję placówki, np. *Co gdzie kiedy jak... Zasoby kultury w cyfrowym świecie*: <http://infografiki-wizualizacje.blogspot.com/2014/02/piktochart-tworzenie-infografiki.html>.

### Na jakie trudności natrafimy przy tworzeniu infografiki?

Dzięki infografice mamy do czynienia ze zmianą sposobu prezentowania idei i ich rozumienia. Przy jej opracowywaniu musimy pamiętać o zachowaniu odpowiednich relacji między obiektami, a także umie-

jętności łączenia różnych grup treści, gradacji elementów. Ponadto, infografiki są obiektami zamkniętymi, co uniemożliwia ich modyfikowanie czy dostosowanie do dużych fragmentów treści. W infografice danym i informacjom zostaje nadany „graficzny sens”, a przyjęta forma powinna być jak najstaranniej dopasowana do prezentowanych treści. Należy jednak pamiętać, że źle zaprojektowane infografiki mogą utrudniać przyswajanie wiedzy i zniekształcać dane.

Poszukiwanie tematu to fundament infografiki. Trudnością może być opracowanie danych oraz wybór odpowiedniego narzędzia wspomagającego graficzny projekt i ostateczną realizację infografiki. Bardzo przydatne podczas poszukiwania i selekcji są programy Web 2.0. Dobry punkt do rozpoczęcia pracy to Evernote – miejsce, gdzie możemy zebrać artykuły, opisy, zdjęcia i wiele innych materiałów. Daje możliwość dzielenia się treściami i współpracy podczas tworzenia infografik. Z kolei programy wyszukujące tematy (Instapaper, Pocket, Prismatic) wyszczególniają fragmenty materiału, zaznaczając to, co jest najważniejsze. Inne (Feedly, Fre.sh) pozwalają zapisywać i dowolnie organizować interesujące nas zagadnienia. Proces wstępny wymaga zebrania danych, wyselekcjonowania tych istotnych, ułożenia ich w logiczny ciąg i przygotowania szaty graficznej, co w przypadku dużej liczby elementów i tekstu wymaga wielu godzin pracy. Musimy wiedzieć, jakie dane nadają się do zamiany ich na infografikę. Uwzględniamy tylko dane kompletne, ponieważ infografika to osobny materiał. Musi odpowiadać na wszystkie istotne pytania, powstające przy opracowywaniu jakiegoś problemu. Jakie potknięcia mogą się zdarzyć w początkowej fazie tworzenia?

- W zakresie treści – przedstawienie nieaktualnego podsumowania; brak odpowiedzi na pytania odbiorców to brak realizacji celu.
- W zakresie prezentacji faktów i danych – problemem może być nieodpowiedni dobór, który nie pomaga w narracji, lub brak odniesień do prezentowanych danych, ewentualne niedokładne, mało intrygujące fakty.
- Projekt formy graficznej – może zawierać pewne defekty, np. złe dobranie kolorów, zdjęć, tematów i liczb. Nie jest dobrze stosować sam tekst bez zdjęć, lub odwrotnie<sup>4</sup>.

Dobrym pomysłem jest przygotowanie infografiki podczas realizacji szkolnego projektu. Tworzenie wspólnej koncepcji w grupie, zbieranie materiałów,

<sup>4</sup> Poradnik dla twórców infografik, <http://datablog.pl/2014/06/25/8-krokov-wyjatkowej-infografiki/>

modułowe budowanie całości, dbałość o warstwę estetyczną to tylko niektóre korzyści, które płyną z takiej formy pracy. Infografika może reklamować szkolny projekt lub całą szkołę – jej sukcesy, możliwości. Współpraca z rodzicami oraz różnymi instytucjami mogą stanowić sedno promocji placówki i przełożyć się na efekt końcowy – wizualnie piękną, interaktywną infografikę.

## Infografika – uzupełnienie identyfikacji wizualnej szkoły

Promocja jako przekaz istotnych informacji dla środowiska oraz uzupełnienie identyfikacji wizualnej szkoły to konieczność czasu przemian w edukacji. Szkoła powinna wykorzystywać wszystkie narzędzia tworzące marketing mix, jeśli chce zaistnieć i utrzymać się na rynku usług edukacyjnych. Takie są bowiem prawa i zależności wolnego rynku, również w oświacie, i takie są trendy jej rozwoju. Im wcześniej szkoła przygotowuje się i nauczy działać w takich warunkach i podejmie odpowiednie działania marketingowe, tym większe będą jej szanse<sup>5</sup>.

Zanim przygotujemy komunikat wspierający promocję placówki, nasze przygotowania powinny wynikać z analizy: lokalnego środowiska i istniejącego w nim zapotrzebowania na usługi edukacyjne, grup potencjalnych klientów, czyli rodziców i ich dzieci, istniejących w środowisku konkurencyjnych placówek oświatowych i rodzajów oraz poziomu ich działań, a także sposobów pozyskiwania przez te placówki klientów. Istotnym punktem przygotowań jest opracowanie prognoz perspektywicznych, np. jakie będzie zapotrzebowanie na ofertę szkoły w najbliższych latach, biorąc pod uwagę takie czynniki, jak sytuacja demograficzna, rynek pracy itp. W działaniach tych warto pomyśleć o zaproponowaniu współpracy w tworzeniu nowej przestrzeni szkoły, którą mogą stworzyć rodzice i uczniowie. Takim pomysłem na nowe miejsce szkoły w najbliższym środowisku i w sieci jest propozycja stworzenia nowej formy promocyjnej. Akceptacja zmian jest konieczna, aby lokalna społeczność dowiedziała się o wdrażanych innowacjach, i to w taki sposób, aby przekonać o ich wartości i dzięki temu pozyskać aprobatę społeczeństwa dla

wprowadzanych zmian. Tego rodzaju przekonanie powinno być podstawą preferencji oświatowych – dzięki realizowanym i promowanym ewolucjom placówka ma szansę być częściej wybierana przez potencjalnych klientów niż inne.

Właściwym wyborem dla szkoły, a jednocześnie ilustracją wspierającą wiele poczynań projektowych, także promocyjnych, będzie własna infografika – komunikat przygotowany przez społeczność szkolną. Funkcjonując jako obraz w przestrzeni dwu-trójwymiarowej lub przedstawiony w formie prostej animacji, będzie dopełnieniem optycznej wizji szkoły w środowisku. Takie formy promocji pozwalają na wprowadzanie własnych pomysłów. Nikogo nie dziwi już to, że w obecnej dobie promocja szkoły w środowisku lokalnym oraz współpraca z tymże środowiskiem jest niezmiernie ważna. Szkoła nie może być oderwana od rzeczywistości, w której funkcjonuje. Interaktywne czy animowane infografiki prezentujące placówkę znacznie łatwiej docierają do odbiorców i przyciągają liczną grupę zainteresowanych. Dobrze opracowana infografika może stanowić istotne uzupełnienie identyfikacji wizualnej szkoły.

Coraz częściej o wyborze szkoły decydować będą wartości, jakie promuje: wolność wyboru drogi rozwoju, współpraca, kreatywność. To one, w połączeniu z nowymi ideami, metodami pracy i odpowiednią infrastrukturą technologiczną, a przede wszystkim nauczycielami gotowymi do zmian, pomogą w zmianie obrazu szkoły.

Edukacja XXI wieku jest oparta na innych zasadach niż te, które znaliśmy dotychczas. Powszechny dostęp do informacji, a także możliwość swobodnej wymiany myśli między ludźmi i krajami definiują nowe warunki działania. Przystosowują się do nich nie tylko przedsiębiorstwa i organizacje rządowe, lecz również system edukacji<sup>6</sup>.

**Izabela Rudnicka** jest nauczycielem konsultantem w Ośrodku Edukacji Informatycznej i Zastosowań Komputerów w Warszawie

<sup>5</sup> *Skuteczny marketing edukacyjny*, Dyrektor Szkoły nr 5/2012, <http://www.oswiata.abc.com.pl/dyrektor-szkoly/czytaj/-/artykul/2011-5-skuteczny-marketing-edukacyjny>

<sup>6</sup> Kołodziejczyk W. *Wymarzona szkoła XXI wieku*, Edukacja i Dialog, [http://www.eid.edu.pl/archiwum/2001,99/kwiecien,168/wymarzona\\_szkola\\_xxi\\_wieku,1120.html](http://www.eid.edu.pl/archiwum/2001,99/kwiecien,168/wymarzona_szkola_xxi_wieku,1120.html)