

Красноярск: Краснояр. гос. пед. ун-т им. В. П. Астафьева, 2013. 368 с. Текст: непосредственный.

7. Степанова, И. Ю. Индивидуально-личностный аспект подготовки педагога к профессиональной деятельности / И. Ю. Степанова, Н. В. Пилипчевская. Текст: непосредственный // Проблемы современного педагогического образования. 2020. № 67-2. С. 224–227.

УДК 373.5.014.7:371.162

С. С. Тюрина

S. S. Tyurina

ФГБОУ ВО «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина», Рязань

Ryazan State University named after S. A. Yesenin, Ryazan

ss.tyurina@mail.ru

**СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ
КАК СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА
THE STRUCTURE AND CONTENT OF THE POSITIVE IMAGE
OF A GENERAL EDUCATION SCHOOL
AS A SOCIAL AND PEDAGOGICAL PROBLEM**

Аннотация. В статье рассматривается содержание и структура позитивного имиджа школы, рассматриваются этапы формирования имиджа.

Abstract. The article examines the content and structure of the positive image of the school, the stages of image formation are considered.

Ключевые слова: имидж, образовательное учреждение, содержание, структура, компоненты.

Keywords: the image of an educational institution, the content, structure, components.

Понятие «имидж» в последние годы стало довольно распространенным и в обиходе, и в лексиконе представителей ряда наук и специалистов-практиков. В числе первых, кто обратился к этому понятию, были специалисты в области publicrelations, рекламы и политики. Несколько позже этот термин стал все активнее культивироваться в психологии, социологии, культурологии, менеджменте.

М.С. Пискунов в своей работе «Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования» дает следующее определение имиджа школы: «это эмоционально окрашенный образ, часто сознательно сформированный, обладающий целенаправленно заданными

характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социума» [1].

По данным исследований Пискунова М.С., ведущими компонентами имиджа образовательного учреждения являются:

- для учащихся начальной школы и их родителей — образ классного руководителя;
- для старшеклассников — образ учителя-предметника и образ директора;
- для родителей высшим образованием — представление о качестве образования и стиле работы школы;
- для родителей детей с ослабленным здоровьем — комфортность школьной среды [2].

Формирование имиджа — это процесс, в ходе которого создается некий спланированный образ на основе имеющихся ресурсов. Очень часто бывает, что руководители и не подозревают, как много возможностей имеется в школе для создания ее позитивного имиджа.

Необходимость формирования имиджа образовательного учреждения определяется следующими причинами:

- во-первых, конкуренция среди образовательных учреждений одной территории в борьбе за набор учащихся и сохранение контингента;
- во-вторых, сильный позитивный имидж облегчает доступ образовательного учреждения к лучшим ресурсам из возможных: финансовым, информационным, человеческим и т.д.;
- в-третьих, имея сформированный позитивный имидж, образовательное учреждение при прочих равных условиях становится более привлекательным для педагогов, так как предстает способным в большей степени обеспечить стабильность и социальную защиту, удовлетворенность трудом и профессиональное развитие;
- в-четвертых, устойчивый позитивный имидж дает эффект приобретения образовательным учреждением определенной силы — в том смысле, что создает запас доверия ко всему происходящему в стенах учреждения, в том числе к инновационным процессам. Формирование имиджа является первым шагом для построения хорошего лица. И инициатива здесь должна исходить исключительно от самого образовательного учреждения.

Под формированием имиджа образовательного учреждения мы понимаем 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.

Формирование имиджа на основе запросов потребителей может включать следующие этапы деятельности школы:

1. Проведение маркетингового исследования с целью определения приоритетных направлений учебной и воспитательной деятельности, предпочтительной для родителей и учащихся.

2. Оценка ресурсов образовательного учреждения.

3. Формирование программы развития (или перспективного плана с критериальными показателями).

4. Осуществление плана деятельности.

5. Промежуточный контроль и регулирование деятельности.

6. Оценка результатов деятельности [3].

Анализ нескольких технологий формирования имиджа, разработанных различными авторами, дает основание считать, что алгоритм создания имиджа образовательного учреждения может включать:

- выявление у социальных групп, заинтересованных в предоставлении образовательных услуг, сложившихся представлений о нем;
- выявление актуальных предпочтений и ожиданий аудитории;
- конструирование имиджа образовательного учреждения, разработку стратегии формирования имиджа образовательного учреждения;
- непосредственное формирование имиджа образовательного учреждения
- контроль промежуточных результатов, корректировку;
- мониторинг сформированного имиджа образовательного учреждения.

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

Внутренний имидж на данном этапе только формируется (или корректируется). Основные задачи, которые нужно решать в это время внутри (в аспекте создания имиджа, естественно):

- выработка педагогическим коллективом совместного видения перспектив, определение и формулировка миссии образовательного учреждения, срочных и перспективных целей, составление планов деятельности;

- анализ сложившейся культуры с ее системой ценностей, обычаев, традиций, стилей поведения, с утвердившимися ритуалами, церемониями;
- выявление ожиданий основных учащихся и их родителей;
- разработка общего стиля.

Внешний имидж, в это же время, требует следующих действий:

- разработка визуальных и деятельностным элементов внешней атрибутики для демонстрации общности, корпоративности, единения, для формирования, узнаваемого на рынке образовательных услуг образа;
- рекламная продукция, делает упор на уникальность предлагаемых услуг, подчеркивает их качественность.

Внутренний имидж образовательного учреждения в это время включает в себя следующее:

- работа над внедрением и укреплением традиций среди сотрудников для создания корпоративного духа;
- формирование системы стимулов создания благоприятного имиджа, предполагающей разработку психологических, социальных и экономических механизмов стимулирования заинтересованности членов коллектива в формировании благоприятного имиджа образовательного учреждения;
- создание общего стиля помещений образовательного учреждения в соответствии традициями, с особенностями ее деятельности и финансовыми возможностями.

Внешний имидж образовательного учреждения в это же время направлен на следующее:

- изготовление разного рода рекламных средств для актуализации желаемого имиджа образовательного;
- использование возможностей радио, телевидения для пропаганды достижений образовательного учреждения;
- активное использование внешней атрибутики во всех видах имиджевой деятельности;
- начало связей с общественностью, проведение PR-мероприятий: организация дней открытых дверей, презентаций, участие в специализированных выставках, ярмарках образования и т. п.;
- организация мероприятий, осуществляющих воспитание и обучение будущих учащихся и т. д.;
- создание собственного сайта в Интернет как проекта, где будет формироваться благожелательный имидж учреждения в Интернет;

- активная социальная реклама, где демонстрируется забота о новом поколении России через конкретную деятельность, через создание условий для творческого развития;
- подчеркивание в рекламе стабильности деятельности школы, обеспечение достаточно регулярных и продуктивных связей с выпускниками разных лет;
- организация постоянной обратной связи для анализа эффективности проводимых мероприятий По сути, на данном этапе создается и отрабатывается система формирования и управления образовательного учреждения.

Список литературы

1. *Пискунова, Т. Н.* Условия и факторы формирования позитивного имиджа общеобразовательного учреждения: диссертация ... кандидата психологических наук: 19.00.13 / Пискунова Татьяна Николаевна. Москва, 1998. 148 с. Текст: непосредственный.
2. *Фадеева, Е. И.* Компетентностный подход к формированию имиджа современного педагога / Е. И. Фадеева. Текст: непосредственный // Наука и школа. 2008. № 1. С. 12–14.
3. *Щербаков, А. В.* Имидж образовательного учреждения / А. В. Щербакова. Текст: непосредственный // Справочник руководителя образовательного учреждения. 2008. № 9. С. 39–46.