

УДК 37.072

<http://doi.org/10.36906/KSP-2020/52>*Кругликова Г.Г.**Нижневартровский государственный университет**г. Нижневартовск, Россия**Кравченко Е.О.**Средняя школа №40**г. Нижневартовск, Россия*

ОСОБЕННОСТИ И СТРУКТУРА ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье говорится об актуальных вопросах формирования имиджа образовательной организации в современных реалиях; рассматриваются приоритетные направления деятельности образовательной организации, влияющие на ее имидж; обобщаются результаты исследования имиджа конкретной образовательной организации.

Ключевые слова: «имидж», «формирование имиджа», «объект имиджа», «субъект имиджа», «образовательная организация», «структура имиджа образовательной организации».

В условиях модернизации современной образовательной системы в Российской Федерации значительно повышается роль образовательной организации – открытой социальной системы, активно взаимодействующей с разнообразными социальными партнерами: родителями обучающихся, школами, музеями, библиотеками и другими учреждениями.

Федеральный Закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г. выделяет вопросы информационной открытости в отдельную статью (ст. 29) и накладывает определенные обязательства на образовательные организации, как государственные, так и частные.

В свою очередь федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования (ФГОС ДО) ставит одной из основных задач определение направлений для систематического межведомственного взаимодействия педагогических и общественных объединений (в том числе сетевых) (<https://fgos.ru/>).

Современные социокультурные условия диктуют необходимость решения проблемы благоприятного внешнего представления образовательной организации. В связи с этим к образовательным организациям предъявляются новые требования, среди которых немаловажную роль играет сложившаяся позитивная репутация как результат развития имиджа образовательной организации [2, с. 23].

Таким образом, в современных условиях особенно актуально определение особенностей и структуры имиджа образовательной организации.

Под имиджем понимают совокупность впечатлений от общения с организацией. В переводе с английского, имидж – это образ, изображение. Имидж образовательной

организации также определяют как «эмоционально окрашенный образ, часто сознательно сформированный, обладающий целенаправленно заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социума» [1, с. 54].

Структурные компоненты имиджа образовательной организации могут быть представлены:

- внешней атрибутикой;
- качеством образовательных услуг;
- образом, руководителя;
- образом персонала;
- уровнем психологического комфорта;
- стилем образовательной организации.

Сегодня имидж школы является одним из главных признаков, по которым судят об эффективности ее деятельности. Он складывается как результат взаимодействия с окружением в лице родителей, партнеров, самих школьников, СМИ, социума в целом. В современных условиях имидж накладывает отпечаток на любой аспект школьной жизни. Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение «Средняя школа №40» г. Нижневартовска 1 сентября 1998 года школа открыла свои двери почти 2 тысячам учащихся. Уютные, светлые классы, современные спортивные залы, просторные холлы, библиотека, большие компьютерные классы.

Работа началась в новостройке, но через 5 лет школа преобразилась до неузнаваемости и в плане создания самой среды, и в плане осознания особенностей учебно-воспитательного процесса педагогами, учениками и родителями, и в способах освоения содержания учебно-воспитательной деятельности.

Школа № 40 с самого начала выбрала инновацию вектором своего развития. Стратегия и тактика инновационного обучения была сформулирована в научном проекте и программе работы школы совместно с заслуженным профессором МГУ им. Ломоносова, доктором психологических наук, неоднократным лауреатом российских наград Ляудис Валентиной Яковлевной.

Именно тогда были заложены школьные традиции, передающиеся от поколения к поколению и сегодня, а педагогами школы усвоен главный закон практической педагогики: детей надо любить не нарочито и внешне, не навязчиво и формально. Каждая улыбка должна быть адресной, а каждое действие пропитано терпением, желанием познать и понять хрупкий мир ребенка и быть готовым прийти ему на помощь.

Долгие годы в стенах школы учебный процесс строился в логике совместной продуктивной творческой деятельности. Много событий произошло со дня основания школы. Что-то забылось, но многое осталось в памяти, стали историей люди, которые создавали эту школу. Одним из приоритетных направлений работы школы в настоящее время является использование инновационных технологий в преподавании учебных дисциплин. Новые технические и педагогические возможности и средства, позволяющие реализовать новое содержание образовательного процесса, широко используют учителя.

Обращение к проблемам инноватики и выделение их в число важнейших направлений работы школы явилось результатом осознания возрастающей динамики инновационных

процессов в обществе и в образовании. С целью обобщения и транслирования опыта работы педагоги школы принимают активное участие в профессиональных конкурсах.

Главными субъектами формирования имиджа являются руководитель, педагоги и сотрудники образовательного учреждения, а также в силу обратной связи – различные социальные группы, заинтересованные в предоставлении образовательных услуг.

К этим группам относятся:

- учащиеся и их родители;
- работники образовательных организаций, предоставляющих образовательные услуги параллельно со школой;
- работники предприятий, организаций, учреждений, принимающих выпускников школ;
- работники органов управления образованием и муниципальных органов власти;
- местные жители.

МБОУ «СШ № 40» – это, прежде всего, динамично развивающийся педагогический коллектив. Изменения в нашей жизни происходят с невиданной скоростью, знания устаревают быстрее, чем человек успевает их использовать. Значит, каждый учитель должен не просто идти в ногу со временем, но и на шаг опережать его.

Педагоги школы стремятся повышать свой профессиональный уровень, использовать в своей педагогической деятельности достижения науки и передовой опыт коллег.

Главный принцип работы коллектива таков: хочешь быть учителем, оттачивай свое мастерство, будь настоящим профессионалом.

Устойчивый позитивный имидж школы сегодня можно рассматривать как важный современный компонент методического продукта школы, ресурс развития образовательного учреждения.

В условиях модернизации российского образования в школе успешно решаются вопросы, связанные с психолого-педагогическим сопровождением процессов обучения и воспитания.

Педагог-психолог, учитель-логопед, социальный исследуют познавательные процессы школьников, проводят диагностику, изучают социальные эмоции, формируют коммуникативные навыки и, таким образом, регулируют уровень благополучия взаимоотношений в школьном коллективе.

Преимуществом между программами основного обучения и дополнительного образования успешно реализует сфера школьного дополнительного образования, в которой творчески трудятся педагоги-организаторы и педагоги дополнительного образования.

Школа – публичная организация, и, следовательно, постоянно на виду. Можно пустить работу по формированию имиджа на самотек, и тогда образовательная организация получит мало предсказуемое восприятие школы со стороны общества. Гораздо продуктивнее специально поработать, чтобы сформировать наиболее благоприятный для школы тип восприятия и отношения со стороны окружающих.

Если целенаправленно работать над повышением позитивного школьного имиджа в социуме, то можно добиться изрядных преимуществ.

Так, МБОУ «СШ № 40» была построена позже соседних школ, в итоге к данной школе оказался прикреплен самый маленький микрорайон. Поскольку комплектование первоклассниками происходит в первую очередь за счет прикрепленных микрорайонов, три

улицы данного микрорайона обеспечивали наполнение классов процентов на 30. Где взять остальных? Надо, чтобы родители, проживающие в районах других школ, привели своих детей именно в МБОУ «СШ № 40». И здесь решающую роль играет как раз имидж школы.

Для выявления состояния имиджа МБОУ «СШ № 40» был выбран метод исследования – анкетный опрос. Целевой аудиторией выбраны жители микрорайона, чьи дети посещают данную образовательную организацию, было опрошено 100 респондентов.

Как показывают данные проведенного анкетирования, большинство родителей в большей мере доверяет общим отзывам об образовательной организации (62%). Также достаточно важным является показатель удобного расположения школы (18%) (рис. 1).

Что могло бы поспособствовать выбору вами данного образовательного учреждения

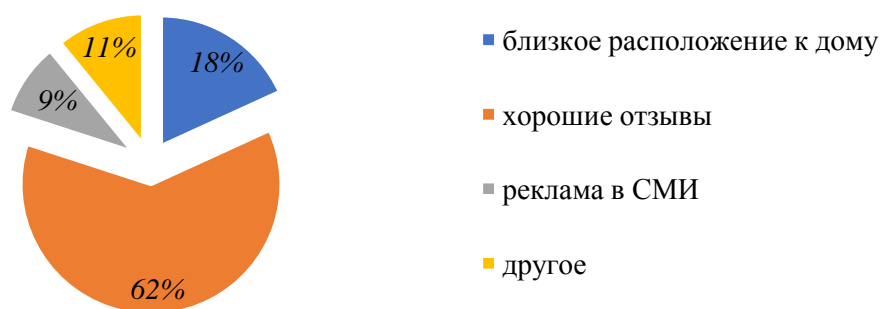


Рис. 1. Факторы, влияющие на выбор школы (родители)

Интенсивная работа педагогического коллектива приводит к своевременному обновлению образовательной практики, пополнению и расширению образовательных ресурсов и услуг, что позволяет МБОУ «СШ № 40» на протяжении многих лет иметь статус одной из лучших в образовательном пространстве города по целому ряду показателей: результаты ГИА и ЕГЭ, победители конкурсов и олимпиад, качество знаний обучающихся и т.д.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют, что большая часть респондентов удовлетворена качеством образовательных услуг (Рис. 2).

Насколько Вы удовлетворены качеством образования, которое получает ваш ребенок

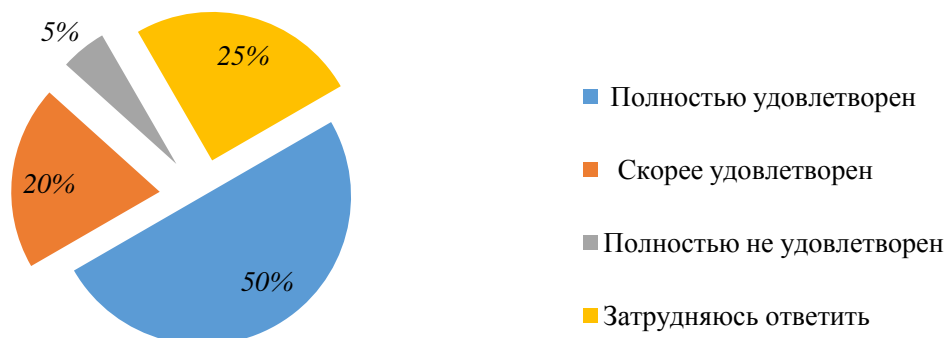


Рис. 2. Удовлетворенность качеством образовательных услуг (родители)

Исследуя структурный элемент имиджа школы – внешнюю атрибутику, было предложено ответить на вопрос: «Что, по-вашему, можно отнести к школьному бренду (именно нашей школы)?». Респонденты отметили: постоянный преподавательский состав (25%); материально-техническое оснащение школы (19%); высокий процент поступления в ВУЗы (19%); занятие физкультурой и спортом (19%); изучение двух иностранных языков (12%); детская организация «Добродела» с собственным логотипом, девизом и гимном (6%).

Для выявления следующей составляющей имиджа – имиджа руководителя школы, образа директора было опрошено 30 сотрудников школы. Умения и качества директора, как правило, переносятся на имидж школы в целом. По данным опроса выявлено, что в первую очередь отмечают профессионализм руководителя – 80% респондентов, его личные качества (интеллигентность, коммуникабельность) – 67 %, а также социальное поведение (стиль общения с коллегами и детьми) – 52 % опрошенных.

Также сотрудникам школы был задан вопрос: «Оцените по шкале от 1 до 5 что, по-вашему, является главным в формировании положительного имиджа нашей школы?». Наиболее популярными у педагогов стали следующие варианты ответов: Благоприятный психологический климат в ученическом и педагогическом коллективах (17%), Эффективный урок (17%), Личность учителя (17%), Хорошая репутация у родителей (13%) (Рис. 3).

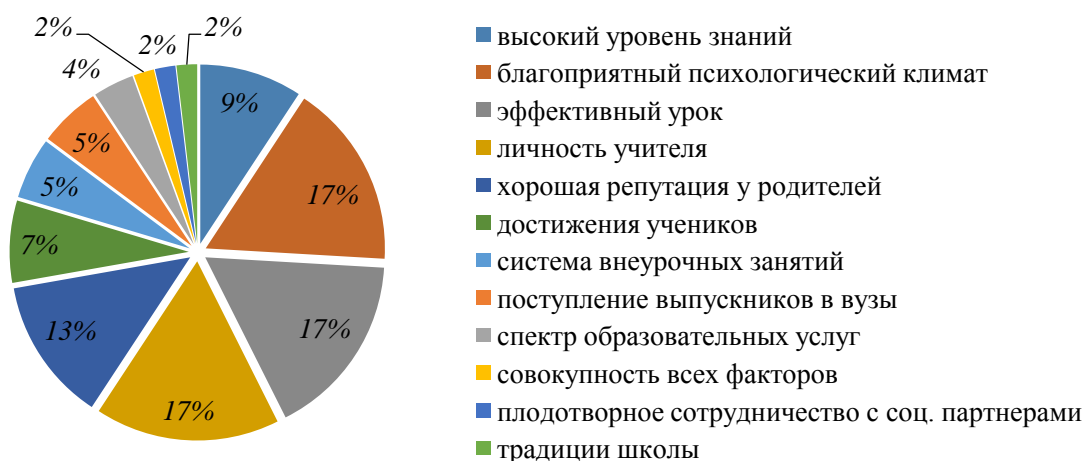


Рис. 3. Оценка компонентов имиджа школы (сотрудники школы)

Школе удалось создать представление о себе, как о школе инновационного типа с высоким уровнем образования и очень доброжелательной к ребенку. Об этом свидетельствуют данные опроса родителей и педагогов.

Имидж формируется годами и является достоверным, иначе снижается популярность и востребованность объекта имиджевого исследования.

Положительная репутация позволяет приобретать лучших учителей, что позволяет повышать уровень образования, а потенциальному сотруднику необходимо видеть перспективу, возможности достижения профессиональных результатов. Сам факт работы в школе, которая имеет отличную репутацию в социуме, служит мощной мотивацией для многих специалистов.

Можно выделить несколько факторов, которые влияют на имидж:

- Мнение родителей о качестве образования. Это, во многом, зависит от того, как поступают в вузы выпускники учебного заведения, а также от атмосферы, царящей в школе.

- Социальное партнерство с другими организациями. Чем больше внешних связей – тем больше и возможностей для учеников, в том числе чисто образовательных, и больше хорошей информации о школе в социуме.

- Вклад школы в развитие образования, культуры местного сообщества.

- Сотрудничество с другими школами, учреждениями культуры.

- Помощь и содействие общественным организациям, особенно социальной направленности.

- Активное участие в общественной жизни социума. Этим определяется формирование мнения и отношения общественности к школе.

Таким образом, не смотря на значительное количество научных и научно-публицистических работ нельзя утверждать, что проблематика формирования имиджа образовательной организации изучена и достаточно проработана. Скорее наоборот, тема имиджа образовательных организаций находится на начальном этапе целенаправленного и практического использования.

Выделим основные направления работы по формированию позитивного имиджа школы:

- реализация программ дополнительного образования;
- работа с социальными партнерами;
- участия педагогов в конкурсах профессионального мастерства;
- обязательно создание системы менеджмента качества образования;
- ведение официального сайта и газеты учебного заведения;
- реклама и связи с общественностью;
- грантовая деятельность.

Сегодня наличие хорошего имиджа школы может стать основой ее успеха и процветания. Поэтому целенаправленная работа по повышению имиджа образовательной организации является общей задачей как администрации, так и учащихся, и педагогов.

Литература

1. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М.: Омега-Л, 2009. 216с.

2. Пискунов М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования // Мониторинг и стандарты в образовании. 999. №5. С. 45-55.

©Кругликова Г.Г., Кравченко Е.О., 2020