

Истюфеева Жанна Николаевна

*руководитель центра дополнительного профессионального образования
Института дополнительного образования, кандидат психологических наук,
Новосибирский государственный педагогический университет, г. Новосибирск.
E-mail: jannaist@mail.ru*

Матвеева Валентина Геннадьевна

*Заместитель заведующего по учебно-воспитательной работе, Муниципальное
автономное дошкольное образовательное учреждение г. Новосибирска «Детский
сад № 81 «Дошкольная академия», г. Новосибирск. E-mail: vip.matvalia@mail.ru*

**ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ДОШКОЛЬНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ В УСЛОВИЯХ
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Целью данной статьи является описание практики имиджирования как инновационного способа управления развитием организации в контексте современных требований к инновационной деятельности дошкольной образовательной организации. Описаны причины и выделены эффективные инструменты конструирования положительного образа образовательной организации. Опыт имиджирования дошкольного образовательного учреждения представлен через характеристику компонентов имиджа (имидж услуги, уровень психологического комфорта, медиаобраз, визуальный имидж организации, индивидуальный имидж руководителя, образ персонала), показавший его эффективность и определивший дальнейшую управленческую стратегию.

Ключевые слова: имидж, имидж образовательного учреждения, индивидуальный имидж руководителя, формирование положительного имиджа, инновационная деятельность.

Istyufeeva Zhanna Nikolaevna

*Head of the center for continuing education of the institute of continuing education,
Candidate of psychological Sciences, Novosibirsk State Pedagogical University,
Novosibirsk. E-mail: jannaist@mail.ru ORCID ID: 0000-0003-2476-6732*

Matveeva Valentina Gennadevna

*Deputy Head for Teaching and Educational Work, Municipal Autonomous Preschool
Educational Institution of Novosibirsk "Kindergarten No. 81" Preschool Academy",
Novosibirsk. E-mail: vip.matvalia@mail.ru ORCID ID: 0000-0001-8293-6694*

**FORMATION OF THE IMAGE OF A PRESCHOOL
EDUCATIONAL INSTITUTION IN THE CONDITIONS
OF INNOVATIVE ACTIVITIES**

The purpose of this article is to describe the practice of imaging as an innovative way of managing the development of an organization in the context of modern requirements for innovative activities of a preschool educational organization. The reasons are described and effective tools for constructing a positive image of an educational organization are highlighted. The experience of imaging a preschool educational institution is presented through the characteristics of the image components (image of the service, level of psychological comfort, media image, visual image of the organization, individual image

of the head, image of staff), which showed its effectiveness and determined further management strategy

Keywords: image, image of an educational institution, individual image of a leader, formation of a positive image, innovative activity.

В современных социокультурных, экономических условиях имидж организации, существующей на рынке услуг, является важнейшей его характеристикой и неотъемлемым показателем рентабельности, успешности и окупаемости, в том числе и для сферы образования, обеспечивая устойчивый уровень качества образовательных услуг. При этом в Федеральном законе № 273-ФЗ от 29.12.2012 г. «Об образовании в Российской Федерации» п.18 ст.2 дано определение «образовательной организации» как некоммерческой организации, осуществляющей на основании лицензии образовательную деятельность в качестве основного вида деятельности в соответствии с целями, ради достижения которых такая организация создана.

Методологической основой исследования имиджа образовательной организации являлись работы Т. Н. Пискуновой [11], М. С. Пискунова [12], Е. Б. Карпова [6], Д. В. Бухарова [4] и др. Все они рассматривали имидж как основу конкурентноспособности образовательного учреждения. М. С. Пискунов отмечает, что имидж образовательной организации – это «эмоционально окрашенный образ, с целенаправленно заданными характеристиками, призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социального окружения общеобразовательного учреждения» [12, с. 47].

Значимость формирования имиджа образовательной организации обусловлена следующими причинами:

– демографическая ситуация усиливает конкуренцию среди образовательных учреждений одной территории в борьбе за набор обучающихся и сохранение контингента;

– позитивный имидж облегчает доступ образовательных учреждений к лучшим ресурсам: финансовым, информационным, человеческим и т. д.;

– позитивный имидж учреждения при прочих равных условиях становится более привлекательным для педагогов в виде обеспечения стабильности и социальной защиты, что приводит к удовлетворенности трудом и профессиональному развитию;

– 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 [11].

Таким образом, именно тот имидж, который складывается в глазах общественности об образовательном учреждении и его руководителе, существенно влияет на успешность реализации стратегических целей образовательной деятельности, в том числе и инновационной. Поэтому возникает необходимость осмысления понятия имиджа образовательной организации и его формирования в современных социокультурных условиях.

Структура имиджа образовательного учреждения представляет собой шесть взаимосвязанных компонентов (см. на рис.) [2].

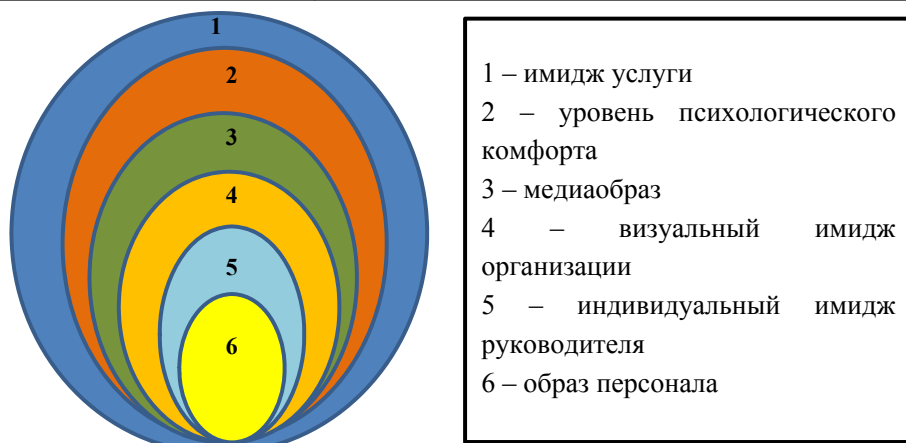


Рис. Структурные компоненты имиджа образовательного учреждения

Очевидно, что каждому компоненту должна соответствовать своя имиджевая политика как внешняя, так и внутренняя.

Внешний имидж складывается из:

- визуального имиджа дошкольного образовательного учреждения (внутренний и внешний облик здания и территории, архитектура, дизайн помещений, реклама на информационных досках, символика, внешний облик сотрудников и т. п.),

- имиджа образовательного товара или услуги (стоимость, востребованность, репутация).

Внутренний имидж – это самоидентификация и позиционирование сотрудников, родителей и воспитанников, их вклад в формирование имиджа, имидж руководителя и педагогов, определяется культурой организации и ее внутренним психологическим климатом [7].

В условиях модернизации образования значимую роль играет формирование имиджа дошкольных образовательных организаций (ДОО). При этом важно отметить, что имидж ДОО формируются либо стихийно, либо в традициях фундаментального образования (во втором случае они оторваны от современной практики модернизации дошкольного образования).

Базой данного исследования посредством метода анализа реального опыта явилось муниципальное автономное дошкольное образовательное учреждение г. Новосибирска МАДОУ «Детский сад № 81 «Дошкольная академия» (МАДОУ д/с № 81) представлено в структурных компонентах имиджа следующим образом:

1. *Имидж услуги* – мнение людей об особых уникальных, присущих только данной образовательной организации услугах.

Важно отметить, что МАДОУ д/с № 81 учреждение активно включено в инновационную деятельность. Учреждение имеет статус трех инновационных площадок федерального уровня и одной – городского уровня, что отражено в приоритетных направлениях работы учреждения (из чего и складывается имидж услуги):

- развитие интеллектуальных способностей детей дошкольного возраста средствами STEM-образования,

- модернизация образования в дошкольной образовательной организации в соответствии с современными требованиями к качеству дошкольного образования на основе инновационной образовательной программы «Вдохновение»,

– функциональное развитие (когнитивное, эмоциональное, физическое развитие и здоровье) детей дошкольного возраста,

– модель сетевого взаимодействия образовательных организаций в инклюзивном образовательном пространстве города Новосибирска.

2. *Уровень психологического комфорта* – представление об уровне комфортности среды в образовательной организации состоит из уважительного отношения между педагогом и воспитанником (бережное отношение к достоинству ребенка, его жизни и здоровью, создание ситуации успеха, снятие нежелательной психической нагрузки, полноценное проживание ребенком каждого возрастного периода).

Данный вопрос занимает ведущее значение в программе развития МАДОУ д/с № 81. Воспитанники детского сада постоянно включены в различные мероприятия, как внутри детского сада (развлечения, тематические недели, конкурсы, адвент-календари и т. п.), так и вне – конкурсы, фестивали, выставки, экскурсии и т. д. Для создания компетентного безопасного психологического пространства в марте 2020 года был создан сайт «Виртуальная академия родительства».

3. *Медиаобраз* – это в первую очередь, образ организации, транслируемый через общество, средства массовой информации. Положительный медийный образ качественно влияет на рейтинг организации как в рамках микрорайона, так и в рамках города, региона.

На момент открытия МАДОУ д/с № 81 в ноябре 2014 года учреждение в СМИ было представлено как «современное дошкольное образовательное учреждение», которое:

– стало первым учреждением в Ленинском районе города Новосибирска со статусом «автономное»,

– сразу сформировало деятельность по дополнительному образованию не

только детей, посещающих учреждение, но и детей микрорайона,

– сформировало нацеленность на инновационное развитие.

На данный момент учреждение имеет два корпуса с наполняемостью более 800 воспитанников и развитой инфраструктурой.

Эти все позиции активно транслируются в общество через несколько направлений:

- Официальный сайт учреждения (создан на современной информационной платформе, соответствует законодательству РФ)¹.

- Сайт «Виртуальная академия» (сайт был создан в апреле 2020 года для реализации целей дистанционной работы с воспитанниками и их родителями)².

- Страница в сети Инстаграмм @detsiisad.

- Постоянное транслирование информации об учреждении в СМИ.

4. *Визуальный имидж организации* – зрительное восприятие образовательной организации социумом. Все впечатления, которые организация вызывает через внешние характеристики, являются слагаемыми имиджеформируемой информации о ней: состояние здания и территории, корпоративная символика, фирменный стиль, традиции, внешние атрибуты и т. п.

МАДОУ д/с № 81 – это два современных здания (введены в эксплуатацию в 2014 г. и 2019 г.), которые были построены с учетом современных требований и имеющих наполнение с учетом Федеральных стандартов и современных дизайнерских решений. Территория детского сада имеет привлекательный внешний вид, а ландшафтные решения неоднократно высоко оценивались (2016 г. – победитель Регионального смотра-конкурса дошкольных образовательных организаций «Экобеби-2016»

¹ <https://virtuálnayaakademi.wixsite.com/ds81>

² <https://virtuálnayaakademi.wixsite.com/ds81>

в номинации «Ландшафтный дизайн», 2019 г. – призер городского конкурса на лучшую территорию образовательной организации в летний период). Внутри помещения представлены интересные дизайнерские решения.

МАДОУ д/с № 81 имеет корпоративную символику: слоган, символ, флаг. Образовательное учреждение выбрало корпоративный цвет – бежевый, который взят за основу всей корпоративной атрибутики. Символом детского сада является мудрая сова, что отражает название «Дошкольная академия».

Фирменный стиль учреждения транслируется через корпоративный дресс-код, бейджи сотрудников, шаблон презентации и т. п. В учреждении традиционно проводятся тематические праздники, олимпиады, конкурсы, состязания, которые сопровождаются корпоративной атрибутикой.

5. *Индивидуальный имидж руководителя* – это персональные физические особенности (характер, обаяние, культура), социальные характеристики (образование, биография, образ жизни, статус, ролевое поведение, ценности), профессиональные характеристики (знание стратегии развития образования, технологий обучения, воспитания, экономических и правовых основ функционирования дошкольного образовательного учреждения).

Заведующая МАДОУ д/с № 81 (О. В. Середа) имеет высшее педагогическое образование, профессиональную переподготовку по профилю «Управление персоналом» в НИИХ в 2019 г. Обучается в магистратуре ФГБОУ ВО «НГПУ» по направлению «Управление инновационным развитием дошкольной образовательной организации». Имеет высшую квалификационную категорию по должности «заведующий», которую занимает 11 лет. МАДОУ д/с № 81 руководит с 2014 года. Таким образом, имидж руководителя представляет собой позитивные социально-профессио-

нальные характеристики.

6. *Образ персонала (педагогов)* – это обобщенный образ его работников, который складывается из представлений о его компетентности (наличие широкого спектра профессиональных знаний, умений и навыков, квалификационный уровень, опыт работы, коммуникативные навыки и т. п.), общей культуре (ответственность, вежливость, грамотность, аккуратность и т. п.), социально-демографическом статусе (пол, возраст, уровень образования).

В МАДОУ д/с № 81 высококвалифицированный состав педагогов (квалификационную категорию имеют 56 % педагогов, 80 % педагогов имеют высшее педагогическое образование, 95 % педагогов имеют курсы повышения квалификации по уровню образования), обеспечивающий высокое качество подготовки по реализуемым образовательным и дополнительным образовательным программам. Среди педагогов имеются победители и лауреаты конкурсов профессионального мастерства различных уровней, в том числе федерального и регионального. Таким образом, образ педагогического состава МАДОУ д/с № 81 многофункционален и положителен.

Итак, вся деятельность МАДОУ д/с № 81 за 6 лет (с 2014 г. по 2020 г.) способствовала формированию позитивного имиджа учреждения, что в свою очередь позволяет решать ряд стратегических задач:

1. Обеспечить наполняемость контингента ДОУ.
2. Сохранить стабильный высококвалифицированный педагогический состав ДОУ.
3. Способствовать улучшению социально-психологического микроклимата в коллективе.
4. Достигать высоких результатов на профессиональных конкурсах по внедрению инновационных образовательных технологий.

5. Привлекать средства за счет устойчивых, доверительных отношений в рамках социального партнёрства.

6. Повышать эффективность мероприятий по информированию населения относительно новых образовательных услуг;

7. Облегчить процесс введения новых образовательных услуг;

8. Повышать уровень организационной культуры.

Важно отметить, что, не являясь самоцелью, поддержание положительного имиджа образовательного дошкольного учреждения требует целенаправленной систематической работы. Это может достигаться через дальнейший поиск и внедрение эффективных инструментов «имиджеобразования», например, рабо-

та со средствами массовой информации (создание информационных поводов), проведение социально-значимых мероприятий и благотворительных акций, организация конференций и круглых столов, управление репутацией в интернете (генерация позитива и работа с отрицательными отзывами), ведение экспертного блога в Сети и другие. Таким образом, чем разнообразнее, многофункциональнее используются инструменты имиджирования, тем успешнее имидж приобретает устойчивость, полноту, прочность в сознании всех субъектов образовательного процесса, влияя на репутацию образовательной организации, обогащая ее инновационную деятельность.

Список литературы

1. *Алешина И. В.* Корпоративный имидж: стратегический аспект // *Маркетинг.* – 2003. – 255 с.
2. *Батракова Л. Г.* Формирование эффективного имиджа образовательного учреждения // *Ярославский педагогический вестник.* – 2013. – № 4. – С. 99–106.
3. *Быстрова О. Ю.* Теоретические подходы к определению понятия «имидж предприятия» // *Управление социально-экономическими системами.* – 2019. – № 1. – С. 35–38.
4. *Бухаров Д. В.* Имидж образовательного учреждения // *Человек и образование.* – 2009. – № 2. – С. 165–168.
5. *Даниленко Л. В.* Менеджмент имиджа образовательного учреждения. URL: <https://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/menedzhment-imidzha-obrazovatel'nogo-uchrezhdenija/> (дата обращения: 03.12.2020).
6. *Карпов Е. Б.* Имидж в образовании // *PR в образовании.* – 2003. – № 6. – С. 40–50.
7. *Лизинский В. М.* Имидж и миссия школы как ресурс ее развития // *Ресурсный подход в управлении развитием школы.* – М.: Центр «Педагогический поиск», 2006. – С. 106–108.
8. *Метаева В.* Имидж первого лица школы: внешность, одухотворенная внутренней красотой // *Директор школы.* – 2005. – № 9. – С. 41–45.
9. *Моисеева Н. К.* Маркетинг и конкурентоспособность образовательного учреждения // *Маркетинг.* – 2009. – № 5. – С. 77–81.
10. *Новохионова М.* Имидж в образовании: структура и экономические факторы эффективности // *Учитель.* – 2010. – № 1. – С. 20–21.
11. *Пискунова Т. Н.* Условия и факторы формирования позитивного имиджа общеобразовательного учреждения: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.13. – М., 1998. – 148 с.
12. *Пискунова М. С.* Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования // *Мониторинг и стандарты в образовании.* – 1999. – № 5. – С. 45–48.
13. *Перельгина Е. Б.* Психология имиджа. – М.: АспектПресс, 2002. – 223 с.
14. *Сухарева О.* Имидж образовательных учреждений // *Народное образование.* – 2009. – № 10. – С. 135–139.
15. *Шепель В. М.* Имиджелогия. – М., 1996. – 175 с.

References

1. *Aleshina I. V.* Corporate image: strategic aspect. Marketing. 2003. 255 p.
2. *Batrakova L. G.* Formation of an effective image of an educational institution. Yaroslavl Pedagogical Bulletin. 2013. No. 4. pp. 99-106.
3. *Bystrova O. Yu.* Theoretical approaches to the definition of the concept of "enterprise image". Management of socio-economic systems. 2019. No. 1. pp. 35-38.
4. *Bukharov D. V.* Image of an educational institution. Man and education. 2009. No. 2. P. 165-168.
5. *Danilenko L. V.* Image management of an educational institution. URL: <https://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/menedzhment-imidzha-obrazovatel'nogo-uchrezhdenija/> (date of last access: 03.12.2020)
6. *Karpov E. B.* Image in education. PR in education. 2003. No. 6. pp. 40-50.
7. *Lizinsky V. M.* The image and mission of the school as a resource for its development. Resource approach in managing the development of the school. M.: Center "Pedagogical search", 2006. P. 106-108.
8. *Metaeva V.* Image of the first person of the school: appearance inspired by inner beauty. Director of the school. 2005. № 9. P. 41-45.
9. *Moiseeva N. K.* Marketing and competitiveness of an educational institution. Marketing. 2009. No. 5. pp. 77-81.
10. *Novokshonova M.* Image in education: structure and economic factors of efficiency. Teacher. 2010. No. 1. P. 20-21.
11. *Piskunova T. N.* Conditions and factors of forming a positive image of a general educational institution: Dis. ... Cand. psychol. Sciences. M., 1998. 148 p.
12. *Piskunov M. S.* Image of an educational institution: structure and mechanisms of formation. Monitoring and standards in education. 1999. No. 5. P. 45-48.
13. *Perelygina E. B.* Psychology of the image. M.: AspectPress, 2002. 223 p.
14. *Sukhareva O.* Image of educational institutions. Public education. 2009. No. 10. P. 135-139.
15. *Shepel V. M.* Imageology. M., 1996. 175 p.