

Чижевская Ирина Николаевна

доцент

Воронова Татьяна Владимировна

магистрант

ФГБОУ ВО «Брянский государственный
университет им. академика И.Г. Петровского»

г. Брянск, Брянская область

DOI 10.31483/r-108751

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в статье раскрыты понятие и основные компоненты имиджа современной общеобразовательной организации. Подробно анализируются компоненты, факторы, этапы и условия формирования имиджа, которые способствуют формированию благоприятного имиджа современной общеобразовательной организации. Предложен план действий, при котором будет возможно сформировать позитивный имидж современной общеобразовательной организации.

Ключевые слова: имидж, современная общеобразовательная организация, компоненты имиджа, факторы, условия, этапы.

Одним из важнейших направлений государственной политики РФ является модернизация образования. Сегодня развитие системы образования происходит в новых социально-экономических условиях.

За последние годы появились новые учебные заведения разных видов и типов. Активно развивается рынок реализации образовательных программ. Родители и учащиеся получили право самостоятельно выбирать то или иное учреждение. В результате чего современным образовательным организациям приходится тщательно изучать потребности потребителя, вступать в борьбу за финансовые,

человеческие, информационные и прочие ресурсы. Возникает потребность сформировать свою информационную политику, которая будет нацелена на обеспечение открытости организации, создание положительного имиджа.

Изучение приемов формирования имиджа становится важным критерием успешной профессиональной деятельности любой образовательной организации. Позитивный имидж оказывает непосредственное влияние на высокие отзывы и выбор конкретной современной образовательной организации среди массы других.

В последнее время возрос интерес к данной теме, появляются современные научные работы и статьи. Чаще всего авторы, изучающие имидж образовательных организаций, ссылаются на исследовательские работы Т.Н. Пискуновы, Е.Б. Пискунова, Е.В. Гришуниной, Е.Б. Карпова, Е.А. Петровой, О.А. Нестерчук.

Изучив ряд теоретических источников, можно сказать, что вопрос создания имиджа современной общеобразовательной организации до сих пор остается недостаточно изученным. Все это свидетельствует об актуальности проблемы на научно-теоретическом уровне.

В современном мире понятие имидж изучается с точки зрения искусственно созданного образа. Это может быть медийная личность, политик, предприниматель, товар, целая компания и др.

По мнению М.С. Пискунова, «имидж общеобразовательной организации – это эмоционально окрашенный образ, часто сознательно сформированный, обладающий целенаправленно заданными характеристиками и призванный оказывать психологическое влияние определенной направленности на конкретные группы социума» [5].

И.Р. Лазаренко в своей работе пишет, что «имидж образовательного учреждения представляет собой не набор случайных компонентов, а стройную систему взаимосвязанных качеств, интегрированную совокупность характеристик» [4].

Е.Б.Карпов сформулировал общее понятие имиджа образовательной организации и рассматривает его «как социально-психологический феномен, имеющий свои закономерности формирования и функционирования» [3].

А.В. Щербаков считал, что «имидж в образовании играет значимую роль в конкурентной борьбе между учебными учреждениями, потому что не все родители ориентированы только на результат обучения, многие прежде всего, уделяют внимание комфортным условиям в образовательном учреждении, наличию системы дополнительного образования, разнообразию досуга детей, желанию ребенка учиться именно в этой школе, классе и т. д.» [8].

В современных источниках можно найти разные структурные компоненты имиджа образовательной организации (таблица 1).

Таблица 1

Структурные компоненты имиджа образовательной организации.

№ п/п	Автор	Компоненты имиджа образовательной организации
1.	Г.А. Матевосян	<ul style="list-style-type: none"> – образ руководителя; – качество образования; – стиль образовательного учреждения; – внешняя атрибутика; – образ персонала; – уровень психологического комфорта
2.	Т.Б. Новикова	<ul style="list-style-type: none"> – имидж руководителя; – имидж персонала; – имидж потребителей (выпускник, учащийся, родитель) – качество образования; – цена образовательных услуг; – уровень комфортности школьной среды; – внутренний имидж организации; – стиль организации; – визуальный имидж; – внешняя атрибутика; – финансовое положение; – бизнес-имидж организации; – социальный имидж организации; – реклама, паблисити.
3.	Т.Н. Пискунова	<ul style="list-style-type: none"> – качество образования; – уровень комфортности школьной среды; – цена образовательных услуг; – образ руководителя; – образ персонала; – стиль школы;

		– внешняя атрибутика
4.	Е.Н. Степанов	– образ выпускника школы; – образ жизнедеятельности школы, построения в ней деятельности, общения и отношений между участниками учебно-воспитательного процесса; – представление о месте и роли отдельных индивидов и групп в жизни учебного заведения; – представление о взаимодействии учебного заведения с окружающей социальной и природной средой

Проанализировав различные подходы к изучению имиджа, можно отметить основные элементы структуры имиджа:

– комфортность школьной среды, деловая культура общеобразовательной организации, её внешняя атрибутика и стиль;

– позитивный образ педагогов и руководителя общеобразовательной организации (педагогическая, методическая, предметная, психологическая, общекультурная и управленческая компетентность сотрудников);

– качество освоения учащимися образовательных программ.

Рассмотрим данные критерии более подробно.

Одним из основных факторов, оказывающих влияние на имидж общеобразовательной организации, является качество предоставляемого образования. Он включает в себя уровень знаний и навыков, приобретенных учащимися в школе, а также их академические достижения. Чем выше качество образования, тем больше вероятность того, что организация создаст положительный имидж.

Навыки и опыт педагогов также играют важную роль в формировании положительного имиджа общеобразовательных организаций. Квалифицированные и вдохновленные педагоги способствуют успешному обучению учащихся и создают благоприятную образовательную среду.

Разнообразие и актуальность образовательных программ и методов также важны для формирования положительного имиджа. Организация, предлагающая разнообразные предметы и дополнительные образовательные программы, а также использующая современные методы обучения, будет считаться более престижной и интересной для потенциальных учащихся и их родителей.

Общеобразовательная организация, соблюдающая высокие этические стандарты и поощряющее терпимость, уважение и взаимопонимание, создает благоприятную среду для обучения и развития учащихся.

Помимо этого, важно создать условия для личностного развития каждого учащегося. Педагоги должны учитывать особенности, интересы и потребности каждого ребенка, чтобы помочь ему достичь наилучших результатов.

Педагогам также следует активно сотрудничать с родителями, чтобы вовлечь их в образовательный процесс, и регулярно информировать детей об их достижениях и проблемах.

По мнению Л.Г. Батраковой «имидж организации можно разделить на два типа:

– внутренний – это отношение к организации ее персонала и руководителей, атмосфера внутри компании, позитивное и негативное отношение сотрудников к руководителю и политике организации;

– внешний – это то, как организацию воспринимает общество, СМИ, инвесторы и др.» [1].

Исходя из вышесказанного, можно выделить следующие сильные стороны имиджа современной общеобразовательной организации:

- сайт школы;
- высокий уровень учебно-воспитательного процесса;
- грамотное руководство;
- высокая квалификация педагога;
- материально-техническая оснащенность;
- достижения школьников.

В процессе работы над созданием позитивного имиджа стоит учитывать этапы его формирования (рис. 1).



Рис. 1

Основными факторами создания позитивного имиджа современной общеобразовательной организации будут являться: гуманизм, демократизм, открытость обучения, вариативность образования, активизация познавательной деятельности учащихся, формирование творческого потенциал, единство обучения и воспитания.

В результате проведенного анализа учебной литературы можно предположить, что процесс формирования имиджа современной общеобразовательной организации будет успешным, если:

- определить факторы, влияющие на формирование имиджа современной общеобразовательной организации;
- разработать и реализовывать практические подходы по повышению имиджа современной общеобразовательной организации;
- систематически отслеживать потребительскую оценку имиджа современной общеобразовательной организации.

Грамотное формирование позитивного имиджа дает возможность руководителю эффективно развивать свою организацию. Благодаря чему школа будет высоко оценена и выбрана из ряда других для получения образования.

Список литературы

1. Батракова Л.Г. Формирование эффективного имиджа образовательного учреждения / Л.Г. Батракова // Яковлевский педагогический вестник. – 2013 – Т. I. №4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-effektivnogo-imidzha-obrazovatel'nogo-uchrezhdeniya/viewer>
2. Беляева М.А. Азы имиджологии. Имидж личности, организации, территории: учебное пособие для вузов / М.А. Беляева, В.А. Самкова. – М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017. – 228 с. – ISBN 978-5-7584-0140-8 // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/75000.html> (дата обращения: 15.10.2023).
3. Карпов Е.Б. Имидж в образовании / Е.Б. Карпов // PR в образовании. – 2003. – №6. – С. 40–50.
4. Лазаренко И.Р. Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество / И.Р. Лазаренко [и др.] // Педагог. – 2000. – №9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.informika.ru/text/magaz/pedagog/pedagog_9/stat8.html
5. Пискунов М.С. Имидж образовательной организации: структура и механизмы формирования / М.С. Пискунов // Мониторинг и стандарты в образовании. – 1999. – №5. – С. 45.
6. Тобоева, З.А. Подходы к определению и структуре имиджа / З.А. Тобоева // E-Scio. – 2019. – №10 (37). – С. 337–348.
7. Тринитатская О.Г. Формирование позитивного имиджа образовательной организации в условиях конкурентной среды / О.Г. Тринитатская, С.В. Бочаров // Мир науки. – 2017. – Т. 5. №4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mir-nauki.com/PDF/01PDMN417.pdf>
8. Щербаков А.В. Имидж образовательного учреждения / А.В. Щербаков // Справочник руководителя образовательного учреждения. – 2012. – №9. – С. 39 – 46.