

УДК 37.031.4

## К ВОПРОСУ РАЗРАБОТКИ КОМПОНЕНТОВ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Новикова Т.Б.

*ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»,  
Магнитогорск, e-mail: tglushenko\_2184@mail.ru*

Стремительные изменения в жизни современного общества свидетельствуют о том, что в настоящее время проблемы репутации, общественного мнения о конкретной организации и, следовательно, формирование и управление ее привлекательным образом получают все более широкий резонанс в сфере образования, в средствах массовой информации, на уровне межличностного общения сотрудников образовательного учреждения (ОУ), учащихся и их родителей. Формирование положительного имиджа образовательной организации и его поддержание влияет не только на усиление конкурентоспособности и перспективности, но и в целом позволяет свидетельствовать об уровне развития образования в регионе и стране, что в значительной мере сказывается на имидже российского образования. В статье подробно рассмотрены компоненты имиджа образовательной организации, а именно: имидж руководителя, имидж персонала, имидж потребителя образовательных услуг (выпускника, учащегося, родителей, класса и т.д.), представление социального окружения о качестве образования, представление о цене образовательных услуг, представление об уровне комфортности школьной среды, внутренний имидж ОО, стиль ОО, визуальный имидж, внешняя атрибутика, финансовое положение, бизнес-имидж, социальный имидж, реклама, паблисити, представление о месте и роли отдельных индивидов и групп. Положения и результаты представленной статьи могут использоваться в образовательных организациях в процессе подготовки студентов к формированию имиджа ОО, а также на любом предприятии, которое продвигает свой бренд в области образовательных услуг.

**Ключевые слова:** имидж, образовательная организация, компоненты

## THE ISSUE OF THE DEVELOPMENT OF COMPONENTS OF IMAGE OF EDUCATION

Novikova T.B., Kurzaeva L.V.

*Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, e-mail: tglushenko\_2184@mail.ru*

The rapid changes in modern society suggest that the current problems of reputation, public opinion about your organization and, therefore, forming and management of its privlekatelnym way, a more wide resonance in Obration in mass media information on the level of interpersonal communication staff education-enforcement agencies (DU) students and their parents. The article discussed in detail the components of the image of the educational organization, namely, the image of the head, the image of the staff, the image of the consumer of educational services (graduate student, parent, class, etc.), the idea of the social environment on the quality of education, the idea of the price of educational services, of the level of the school environment of comfort, an inner image of OO style OO, visual image, external attributes, the financial position, business image, social image, advertising, publicity, of the place and the role of individuals and groups. Regulation and the results of the present article can be used in educational institutions in the process of preparation of students to the formation of the image PA, as well as any company that promotes its brand in the field of educational services.

**Keywords:** image, educational organization, the components

На сегодняшний день активно применяются различные PR-технологии, способствующие установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между ОО и обществом. Прогрессивное развитие рынка в сфере информационных технологий стремительно привносит ноу-хау средства в существующие PR-технологии. С помощью новых информационных технологий (НИТ) имиджевая информация создается на более профессиональном уровне с применением графики, звука, анимации, видеоизображений и других возможностей различных программных средств и НИТ, направленных на её позитивное психологическое восприятие в массовом сознании людей, а также рас-

пространение среди общественности в сети Интернет [1, 2].

Создание позитивного имиджа ОО в первую очередь возложено на его персонал, особенно на ту его часть, которая непосредственно вступает в тесный контакт с реальными и потенциальными потребителями образовательных услуг - учителя. Но умеет ли сегодняшний учитель использовать средства НИТ в целях формирования имиджа ОО, обладает ли достаточным профессионализмом, чтобы успешно решить эту задачу? Нормативной основой для решения данной проблемы выступают: Закон Российской Федерации «Об образовании»; «Национальная доктрина образования до 2025 года»; «Концепция модернизации российского образо-

вания»; Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования; Федеральная целевая программа «Электронная Россия».

В педагогической теории проблема подготовки специалиста к использованию НИТ в формировании имиджа ОО до сих пор остается слабо разработанной. Эффективность решения данной проблемы зависит от выбора комплекса подходов как общей теоретико-методологической стратегии. Наиболее продуктивными являются системный, интегративный, контекстный и объектный подходы. Анализ научной литературы показал, что к настоящему времени накоплен определенный объем знаний, необходимый для постановки и решения проблемы подготовки будущего учителя к использованию НИТ в формировании имиджа ОО. Так, общетеоретические аспекты подготовки будущего учителя раскрываются в исследованиях О.А. Абдуллиной, А.А. Вербицкого, Ф.Н. Гоновой, Л.В. Даринского, С.Б. Елканова, В.И. Загвязинского, И.Ф. Исаева, Т.К. Клименко, Н.В. Кузьминой, Л.Н. Куликовой, Б.Т. Лихачева, И.П. Селезневой, Ю.В. Сенько, В.А. Слостенина, Л.Ф. Спирина, Е.Н. Шиянова, А.И. Щербакова и др.

В результате научных изысканий зарубежных (П. Берд, Ф. Буари, С. Блэк, Л. Браун, К. Боулдинг, Д. Бурстин, К. Спенсер, Б. Сэм, Э. Сэмпсон, Дж. Честара, Дж. Ягер и др.) и отечественных (Е.Н. Богданов, Э.А. Галумов, А.В. Гармонова, Г.Г. Поченцов, Е.Б. Перелыгина, А.Ю. Панасюк, И.А. Федоров, А.П. Федоркина, В.М. Шепель и др.) ученых сегодня активно развивается новая наука – имиджелогия, в рамках которой рассматриваются вопросы сущности и содержания различных видов имиджа (имиджа руководителя, имиджа личности, имиджа политика, корпоративного имиджа, профессионального имиджа и т.д.), закономерности, принципы и механизмы его возникновения и формирования.

Проведенное исследование позволило уточнить понятия «имидж ОО», «использование НИТ в формировании имиджа ОО», «готовность специалиста к использованию НИТ в формировании имиджа ОО»; компоненты имиджа ОО и их содержание. Имидж образовательного учреждения – устойчивый образ-представление об образовательной организации, сложившийся в общественном сознании и отражающий его репутацию, престиж и качество предлагаемых образовательных услуг. Использование НИТ в формировании имиджа ОО – это целенаправленная деятельность специалиста, характеризующаяся использованием совокупности средств и методов автоматизации,

объединенные в технологическую цепочку, предназначенные для хранения, обработки, передачи и представления имиджеобразующей информации в процессе создания, поддержания и усиления позитивного общественного мнения о престиже, качестве образовательных услуг и репутации ОО.

Также в процессе исследования было определено понятие «готовность будущего учителя к использованию НИТ в формировании имиджа ОО» – интегративное образование личности, имеющее системную организацию, сложную, многоуровневую структуру и выступающее как совокупность, взаимодействие и взаимопроникновение мотивационного, когнитивного и деятельностного компонентов, степень сформированности которых позволяет будущему учителю продуктивно использовать НИТ в формировании имиджа ОО, совершенствовать свой опыт в данной деятельности и его границы. Рассмотрим подробнее компоненты имиджа ОО [1, 2]:

1. Имидж руководителя: персональные (физические и психофизиологические особенности, характер, тип личности, нравственные и коммуникативные качества, личное обаяние, культурный архетип); социальные (уровень образования, значимые факты биографии, образ жизни, статус руководителя, модели его ролевого поведения, нормы и ценности, которых он придерживается, связь с различными социальными группами); стаж и опыт работы в сфере образования; профессиональные (знание стратегии развития образования, принципов образовательной политики, содержания, форм, методов, и технологий обучения и воспитания, экономических и нормативно-правовых основ функционирования и развития школы, теоретических основ управления, систем и методов стимулирования работников, стилей руководства коллективом; умение анализировать деятельность школы, выявлять наиболее значимые проблемы, находить эффективные пути их решения, предупреждать и разрешать конфликты в коллективе); параметры его неосновной деятельности: прошлое, семья, окружение, досуг, увлечения; внешность руководителя: одежда, прическа, физические характеристики (тип телосложения, рост) и т.д.; вербальное и невербальное поведения; известность в профессиональных кругах и среди общественности; поступок – форма поведения человека в определенной ситуации. Именно поступки служат основой для выделения черт личности. Поступки руководителя не могут противоречить взглядам людей о нем, как о человеке благородном, сдержанном, культурном, заботящемся о

благое преподавателей и учащихся, которому небезразличны интересы социума, лежащие за пределами стен ОО.

2. Имидж персонала: мнение о квалификации работников ОО и их личностных качествах, психологическом климате в школьной среде, внешнем облике, половозрастном составе; наличие у педагогов специальных знаний в той области, которой они обучают детей, широкой эрудиции, развитого интеллекта, профессионального владения разнообразными методами обучения и воспитания, психологической зоркости, инициативности, изобретательности, профессионально-педагогического мышления; педагогическое мастерство учителей; профессиональные знания учителя, педагогические умения, психологические качества и профессиональные психологические позиции; известность в профессиональных кругах и среди общественности; стаж и опыт работы в сфере образования; личностные качества персонала: доброта, высокий уровень общей культуры и нравственности, оптимистичность, общительность, мобильность, эмоциональная устойчивость, выдержка, самообладание, терпимость, наблюдательность, сочувствие к проблемам других людей, тактичность; внешний облик работника ОО; социально-демографический профиль учителей: возраст основной массы преподавателей, их место происхождения и образования, половой состав [ 2].

3. Имидж потребителей образовательных услуг ОО. Выпускника: общий образовательный уровень, профессиональные умения, набор дополнительных полезных умений и навыков, конкурентные качества - предприимчивость, деловитость, высокая степень адаптации к изменяющимся требованиям общества, гражданская позиция, являются важными критериями деятельности образовательного учреждения; успешность обучения, способность поступить в вуз, навыки самообразования, принятие знания как ценности, познавательная активность, интеллектуальные способности, знание и соблюдение законов, норм, правил поведения; способность к освоению культуры, творческие способности, навыки деятельности в каком-либо виде искусств, культура речи, способность к созданию культурных ценностей, знание учреждений культуры, готовность и способность к взаимодействию с представителями других культур, гуманитарный стиль мышления, интеллигентность и т.п.; способность к решению социальных проблем, самореализации, культура взаимодействия, коммуникативные способности, социальная адаптивность и т.п.); готовность и способность быть самим собой, выступать

субъектом жизнедеятельности, наличие положительной Я-концепции, потребность в самопознании, самоактуализации, культура самовыражения, духовность, богатый внутренний мир, навыки самореализации и достижения успеха, рефлексивные способности и т.п.). Также выделяют имидж учащегося, родителей, класса, высшей школы и т.д.

4. Представление социального окружения о качестве образования: показатели качества образования - уровень знаний, умений и навыков школьников, их соответствие государственным образовательным стандартам; показатели развития - уровень развития мышления, воли, эмоций, творческих потребностей, интересов, способностей учащихся; ориентация учащихся и их родителей на мировые образовательные стандарты; содержание обучения; получение полноценного базисного образования; применяемые технологии обучения; учебная деятельность; воспитательная деятельность; научная деятельность; оснащенность школы учебными средствами; оснащенность школы компьютерной техникой; практическое усвоение дисциплин; качество школьного воспитания; миссия школы; применение полученных знаний и умений после окончания школы, например, возможность применить знания для поступления в ОО [1, 2].

5. Представление о цене образовательных услуг. Платность и бесплатность образовательных услуг, повышение и понижение цены за получение образования и т.д.

6. Представление об уровне комфортности школьной среды: наличием комфортных условий школьной среды обеспечением интеллектуально-эмоционального и духовно обогащенного общения детей и подростков, где ведущими отношениями являются сотрудничество, дружба, взаимопонимание, нравственное поведение, где оберегается достоинство ребенка, его здоровье; уважительные отношения между учителем и учеником, атмосфера взаимной расположенности и сотрудничества, бережное отношение к достоинству ребенка, его жизни и здоровью, создание ситуации успеха, снятие нежелательной психической нагрузки, оказание помощи каждому ребенку в выборе цели и задач; образования, учитывая его психологические особенности, ориентация педагогов на подготовку ученика к будущей жизни и на полноценное проживание учащегося каждого возрастного периода - детства, отрочества и юности; бесконфликтное, интеллектуально-эмоциональное и духовно обогащенное общение детей и подростков, где ведущими отношениями являются со-

трудничество, дружба, взаимопонимание, нравственное поведение; организация места получения образования учащимися, отвечающая требованиям комфорта, чистоты и функциональности; характер отношений между учащимися, педагогами и учащимися (декларируемый стиль отношений и его контроль на разных уровнях - администрация, педагогический коллектив, коллектив учащихся, коллектив родителей); психологический климат и забота администрации об оказании актуальной психологической помощи отдельным учащимся (практика работы наставников, психологов, социальных педагогов); внимание учебного заведения к личности учащегося, его нравственному, духовному, эмоциональному, физическому развитию (наличие скоординированной работы и сложившихся традиций по этим направлениям).

7. Внутренний имидж ОО. Представление сотрудников, учащихся и их родителей об ОУ: мнение учащихся об организации учебного процесса, уровне преподавания; система духовных ценностей, наличие КВН и других творческих групп, театра, технологичность образования, инновационность, финансовая устойчивость, возможность получения высокой заработной платы и т.д.

8. Стиль ОО: стиль ее работы (системность или штурмовщина): стиль взаимоотношений между участниками образовательного процесса (ученик - учитель, учитель - учитель, учитель - директор), контакты сотрудников школы с внешними объектами (учитель - родитель, директор - представитель муниципальной власти и т.д.), признаки, свойства, манеры поведения и привычки сотрудников, характеризующиеся особенными обличительными чертами, визуальная самобытность школы, ее традиции; интерьер и доброжелательность персонала индивидуальный стиль школы; поддержание доброжелательных контактов с посетителями школы, проявлять приветливость, участие, понимание, оперативно предоставлять интересующую информацию, демонстрировать расположение к посетителю жестами, мимикой, интонацией голоса историю учреждения; традиции; эффективная организационная культура школы; наличие и функционирование детских общественных организаций роли и месте УЗ на образовательном рынке; собственной образовательной политике (профиль, специализация учебного заведения, подбор персонала, отбор учащихся, специальное обеспечение выбранной политики); качестве и содержании связей учебного заведения с внешними объектами (какие изменения должны произойти во взаимодействии

учебного заведения с окружающим социумом, как будет формироваться за пределами школы среда развития личности учащихся, кто из представителей социума будет в дальнейшем играть важную роль в жизни школьного сообщества, какие возможности предоставит учебное заведение жителям микрорайона для реализации их интересов и потребностей); общей атмосфере учебного заведения (уровень культуры сообщества УЗ, психологический климат в местах прямых контактов и продаж - приемной комиссии, канцелярии; дизайн зданий и помещений; визуальные атрибуты самобытности УЗ) [1, 2].

9. Визуальный имидж. Это представления об ОО, субстратом которого являются зрительные ощущения, фиксирующие информацию об интерьере и экстерьере рекреаций, учебных кабинетов, внешнем облике учителей, а также общешкольной символике (элементы фирменного стиля ОУ): дизайн школьного здания, интерьер и экстерьер, красивое архитектурное строение здания, классов, вспомогательных помещений ОО, фирменный цвет оформления помещений и т.д.

10. Внешняя атрибутика: гимн, девиз, символ, эмблема, флаг, слова, лозунги, действия, предметы, которые использует учреждение, чтобы сделать более ясными ее задачи и цели, быть узнаваемым на рынке; название (нормативно-статусный, в соответствии с видом общеобразовательного учреждения, зафиксированном в официальных документах школы; технолого-педагогический, образный, аббревиатурный, географический, национальный, авторский, названия курирующих организаций); форма одежды (внешний облик персонала и учащихся); ритуалы школы; функциональность (представление о виде: школа с углубленным изучением физики, школа с углубленным изучением английского языка, школа с углубленным изучением информатики, физико-математический лицей, гуманитарная гимназия).

11. Финансовое положение

12. Бизнес-имидж ОО: соблюдение этических норм деятельности ОО в осуществляемой им предпринимательской деятельности, деятельности по осуществлению неких проектов с привлечением средств из разных источников, а также деловая репутация, деловая активность, стабильность, надежность для потребителей и партнеров; разнообразие предлагаемых образовательных товаров и услуг; ценовая политика; выдающиеся выпускники.

13. Социальный имидж ОО: представления широкой общественности о социальных целях и роли образовательной ор-



ганизации в экономической, социальной и культурной жизни города, региона, страны в целом: бесплатное обучение детей инвалидов методом дистанционных технологий, сирот, взаимодействию с другими структурами социальной системы общества, к примеру, со школами: заключение договоров о приеме медалистов, проведение вступительных экзаменов в школе; информирование общественности о важнейших социальных аспектах его деятельности, таких как обучение и воспитание молодежи, осуществление научной деятельности, участие в крупных региональных проектах и т.д., содействие конкретным лицам в решении их социальных проблем [1, 2].

14. Реклама, паблисити

15. Представление о месте и роли отдельных индивидов и групп: определение круга лиц, способных стать лидерами и организаторами совместной деятельности по воплощению образа учебного заведения в реальной педагогической практике. Без ясного представления о том, кто может сделать желаемое действительным, какую роль должны сыграть тот или иной член коллектива, та или иная группа, нельзя считать формируемый образ целостным и завершенным; осознание школьником и взрослым своей роли и места в будущей жизнедеятельности учебного заведения. Желательно, чтобы у каждого из них суще-

ствовала возможность внести свой вклад в улучшение и обновление школьной жизни, найти в ней объект для реализации своих сил и способностей, занять благоприятную позицию в развивающейся системе деловых и межличностных отношений [3, 4].

#### Список литературы

1. Новикова Т.Б. Новые информационные технологии в формировании имиджа образовательного учреждения [Электронный ресурс] : учебное пособие. - Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова». - Магнитогорск : МГТУ, 2015
2. Новикова Т.Б. Подготовка будущего учителя к использованию новых информационных технологий в формировании имиджа образовательного учреждения: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Магнитогорский государственный университет. Магнитогорск, 2009
3. Овчинникова И.Г., Курзаева Л.В., Захарова Т.В., Миронова А.А. Разработка основных образовательных программ на основе использования модульно-компетентностного подхода : метод. рекомендации. - Магнитогорск: МаГУ, 2013. -36 с.
4. Овчинникова И.Г., Курзаева Л.В. Мониторинг образовательного процесса вуза //Современные проблемы науки и образования. -М., 2009. -№ 11. -С. 82-85.
5. Чусавитина Г.Н., Масленникова О.Е., Давлеткиреева Л.З. Подготовка будущих ИТ-специалистов в области обеспечения интероперабельности электронной науки и образования: В сборнике: Разработка инновационных механизмов повышения конкурентоспособности выпускников ИТ-специальностей вуза в условиях моно промышленного города Магнитогорск, 2012. С. 132-140.