

УДК 37.011

PR ТЕХНОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ДОО

Корепанова Елена Васильевна

кандидат психологических наук, доцент

pir-mgau@yandex.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Полякова Ирина Николаевна

заведующий

МБДОУ «Детский сад комбинированного вида «Яблонька»

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. Статья посвящена проблеме формирования имиджа дошкольной образовательной организации. Эффективное формирование имиджа ДОО возможно, если использовать PR технологии.

Ключевые слова: PR технологии, образ, имидж, имидж дошкольной образовательной организации, образовательный процесс, участники образовательных отношений.

Инновации, вводимые в систему образования обращают внимание участников образовательных отношений на конкретную образовательную организацию в контексте реализации нововведений [1]. Материально-техническая база, предметное оснащение, соответствие кадрового состава профильности образования и профессиональным требованиям, новый ФГОС задают вектор на повышение качества образования в ДОО. Активные и интерактивные технологии и методы обучения и воспитания, информатизация образовательного пространства, эргономичность предметно-развивающей среды ориентируют ДОО на стратегии социального взаимодействия всех субъектов образовательного процесса. Необходимость социального взаимодействия как сотрудничества берет свое начало в социальной перцепции конкретной образовательной организации – ее имиджа. Дошкольной организации требуется создание имиджа, в котором будут представлены возможности для общественно значимого сотрудничества основных социальных институтов обучения и воспитания в целях удовлетворения образовательных потребностей как конкретного субъекта образовательного процесса, так и современного общества в целом. Имидж дошкольной образовательной организации – это не только статично привлекательный образ образовательной организации, сколько образ постоянно и динамично представленных событий в педагогическом и образовательном пространствах ДОО.

Актуальность проблемы создания имиджа детского сада обусловлена необходимостью открытости образовательной организации перед участниками образовательных отношений и заинтересованными лицами процесса образования подрастающего поколения. Позитивный, располагающий имидж дает возможность детскому саду быть востребованным и привлекательным для детей и родителей, в получении качественных образовательных услуг [6]. Более того, конструктивный имидж раскрывает возможности всех участников образовательных отношений, осознающих ценность образования для повышения его качества. Имидж детского сада формирует представление об

особенностях и специфике его образовательного пространства, что в свою очередь, способствует сплочению педагогического коллектива и родителей как единомышленников. Демонстрирует социальному окружению качество оказываемых образовательных услуг в организованном здоровьесберегающем пространстве детского сада. Таким образом, создается общественное мнение о социальной значимости и ценности педагогической деятельности в конкретной дошкольной образовательной организации.

Структура имиджа дошкольной образовательной организации складывается из компонентов – образов: образ педагогических кадров, образ образовательных услуг, образ стиля образовательной организации, образ внешней атрибутики [7].

Образ педагога дошкольной образовательной организации включает в себя индивидуальность педагога как субъекта педагогической деятельности; стиль педагогической деятельности; критерии и уровни профессионализма педагога; вида профессиональной компетентности педагога, а также психологическую характеристику и специфику педагогического общения. Имидж педагога предусматривает и профессиональную репутацию, к которой можно отнести опыт работы и профессиональные достижения [3].

Образ образовательных услуг отражается в образовательной культуре детского сада, выстроенной на основе здоровьесберегающих технологий: образ собственно образовательного пространства, образ воспитательного пространства, образ развивающего пространства; наличия и функционировании детских творческих объединений; в сетевом взаимодействии по формированию и развитию способностей, интересов и компетенций воспитанников [4].

Образ стиля образовательной организации представлен организационной культурой; истории и традициях детского сада; самобытности стиля отношений между участниками образовательного процесса.

Образ внешней атрибутики – есть архитектурно планировочное решение здания и его помещений; фирменный стиль образовательной организации

(символика, внешняя атрибутика, дизайн помещений и т.п.), а также собственный сайт в сети интернет.

Создание имиджа дошкольной образовательной организации невозможно без использования PR технологий. В данном контексте PR технологии представлены совокупностью методов процессов и материалов, используемых в деятельности по созданию имиджа дошкольной образовательной организации.

Для создания имиджа детского сада эффективными являются такие PR технологии как публикации. К ним можно отнести публикуемые педагогами детского сада научные статьи, методические рекомендации, учебно-методические пособия, практические пособия, а также отчетные материалы по реализуемой педагогической деятельности в данной образовательной организации. Публикации дают возможность не только информировать участников образовательных отношений об образовательной деятельности в ДОО, но и привлечь их интерес к проблемам и перспективам развития образовательного процесса в ДОО.

На пике популярности находятся и PR технологии веб-сайт организации. Веб-сайт дает возможность представить организацию на рынке образовательных услуг в контексте не только информирования о данной образовательной организации, но и привлечения субъектов образовательного процесса к приобретению образовательных услуг в данном детском саду. Поскольку сайт дает возможность для взаимодействия заинтересованных лиц в разрешении различных проблем, связанных с образовательными услугами, то присутствует возможность совершенствовать как саму педагогическую деятельность в ДОО, так и совершенствовать ее имидж. Именно осуществление обратной связи между участниками образовательных отношений на веб-сайте является механизмом создания устойчивого позитивного имиджа.

К числу эффективных PR технологий можно отнести и технологии работы со средствами массовой информации. Специфика создания имиджа ДОО располагает к организации информационных поводов, рассылки пресс-

реализов, организации круглых столов, дискуссионных площадок и т.п. с приглашением журналистов и блогеров.

Нельзя не упомянуть традиционные PR технологии, формирующие имидж образовательной организации, таких как: организация и проведение специальных мероприятий, акций, просветительских форумов, научно-практических конференций, экспертных семинаров, образовательных выставок и т.д. [5].

Отличительной PR технологией нашего времени для создания имиджа дошкольной образовательной организации является фирменный стиль организации, элементами которого могут быть логотип, шрифт, фирменный цвет, сайт, форма, значки и т.п. Задача всех этих элементов – объединить образовательные услуги ДОО одной общей ассоциацией с организацией [2].

В заключении хочется отметить: имидж присутствует у каждой образовательной организации, но профессионально грамотно его создавать целенаправленно на привлекательность и успешность образовательной деятельности ДОО. А при создании имиджа профессионально грамотно использовать PR технологии.

Список литературы:

1. Балясина, О.Г. Инновационные технологии в практике дошкольного образовательного учреждения / О.Г. Балясина, Е.В. Корепанова // Наука и Образование. – 2020. – Т. 3. – № 4. – С. 201.

2. Каширина, Н.В. Внедрение инновационных педагогических технологий в практику образовательной деятельности / Н.В. Каширина, Е.В. Корепанова, Н.В. Щугорева // Наука и Образование. – 2020. – Т. 3. – № 4. – С. 200.

3. Корепанова, Е.В. Гуманизация взаимоотношений педагога с обучающимися в образовательной среде школы / Е.В. Корепанова // Наука и Образование. – 2018. – Т. 1. – № 3-4. – С. 23.

4. Корепанова, Е.В. Психологическое здоровье детей дошкольного возраста в русле тенденций развития современного образования / Е.В. Корепанова // Наука и Образование. – 2019. – Т. 2. – № 2. – С. 172.

5. Корепанова, Е.В. Проектно-координационный подход в подготовке субъектов педагогического управления к инновационной деятельности / Е.В. Корепанова, Н.С. Усс // Современные педагогические технологии в организации образовательного пространства региона: сборник материалов Областной научно-практической конференции. – Мичуринск: Изд-во ООО «БиС», 2018. – С. 35-39.

6. Корепанова, Е.В. Педагогическая практика в профессиональной подготовке учителя начальных классов / С.В. Коменская, Е.В. Корепанова // Наука и Образование. – 2019. – Т. 2. – № 2. – С. 135.

7. Никульшин, В.Я. Проблемы создания и селекции теорий и технологий психолого-педагогического сопровождения в образовании на современном этапе развития высшей школы / В.Я. Никульшин, Е.В. Корепанова, М.С. Невзорова // Актуальные проблемы образования и воспитания: интеграция теории и практики (Мичуринск, 12 декабря 2019 г.). – Мичуринск: Изд-во Мичуринского ГАУ, 2019. – 320 с. – С. 129-132.

UDC 37.011

**PR TECHNOLOGIES IN THE FORMATION OF THE IMAGE
OF A PRE-SCHOOL EDUCATIONAL INSTITUTION**

Korepanova Elena Vasilyevna

Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor

pip-mgau@yandex.ru

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Polyakova Irina Nikolaevna

Head

pip-mgau@yandex.ru

MBDOU «Combined kindergarten «Yablonka»

Michurinsk, Russia

Annotation. The article is devoted to the problem of forming the image of a preschool educational organization. Effective formation of the image of the DOO is possible if you use PR technologies.

Key words: PR technologies, image, image, image of a preschool educational organization, educational process, participants of educational relations.