

Федотова Светлана Славиевна

заведующий

МБДОУ «Д/С №117»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ДЕТСКОГО САДА С СОЦИУМОМ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

***Аннотация:** в статье автор делится своим опытом преобразования дошкольного образования и воспитания в условиях пандемии и инструментами для взаимодействия с родителями через социальные сети.*

***Ключевые слова:** детский сад, родитель, дистанционный формат, дошкольное образование, официальный сайт, социальная сеть.*

Современные реалии 2020 и 2021 годов года не позволяют применять традиционные методы и формы работы во всех сферах нашей жизни.

Закрытие детских садов в связи с эпидемиологической ситуацией, изменение форм образования в условиях пандемии, вынужденная удаленка - все это привело к тому, что в своем детском саду нами пересмотрен формат работы как с родителями, детьми, а также с педагогами.

Педагогические советы, выпускные, утренники и собрания в период 2020 и 2021 году проводились в ZOOM-конференции в онлайн-формате. У большинства педагогов есть мотивация, и психологическая готовность к тому, чтобы работать в экстремальных для них условиях дистанционного формата дошкольного образования.

Мы стараемся смотреть на это с позиции позитива, приняли работу в изменившихся условиях, готовы полноценно участвовать в реализации дошкольного образования в дистанционном формате как временной меры при условии обеспечения методической и технологической поддержки, безопасности детей.

Поскольку ситуация с заболеваемостью COVID-19 заставляет минимизировать контакты сотрудников друг с другом, мы использовали онлайн-формы: например, онлайн-совещание. Очные встречи проводили в форме летучек –

быстрых совещаний. Такая форма позволяла сотрудникам длительно не находится всем вместе в одном помещении.

Как же все это отразилось на формах партнёрства с родителями и другими социальными партнерами? Ведь партнерская деятельность между ДООУ и родителями и различными социальными партнерами имеет большое значение. Как расширить социальные связи, если сад закрыт для посторонних? Как привлечь вновь поступающих родителей на свою сторону?

В процессе работы мы для себя определили, что для решения этих задач огромное влияние оказывает наличие положительного имиджа и престижа ДООУ, который вызовет высокие оценки, доверие и уверенность в выборе его в качестве партнера. Данную работу мы выстраиваем через следующие этапы:

- установить взаимодействие ДООУ и семьи на основе партнерства;
- выстроить взаимодействие с внешними организациями;
- предпринять определенные шаги по повышению престижа ДООУ в глазах общественности;
- достигнуть определенного вектора успешности;
- реализовать свой творческий потенциал.

Все эти этапы будут работать эффективно при одном условии – открытость ДООУ социуму (проведение спортивных соревнований, участие в праздниках, фестивалях, утренниках, совместных развлечениях, допуск семей с детьми на территорию ДООУ).

На основании ст. 29 Федерального закона РФ №273-ФЗ «Об Образовании в Российской Федерации» от 29.12.12 Образовательные организации формируют открытые и общедоступные информационные ресурсы, содержащие информацию об их деятельности, и обеспечивают доступ к таким ресурсам посредством размещения их в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе на официальном сайте образовательной организации в сети «Интернет».

У детского сада есть свой официальный сайт, разработанный дизайнером. Н имеет свой логотип, узнаваемый стиль и четкую грамотную структуру. Проиллюстрируем это на рис.1

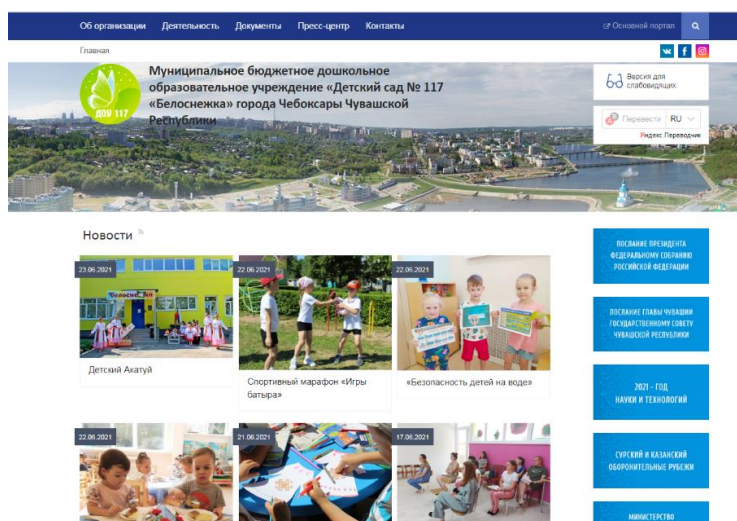


Рис. 1. Официальный сайт ДООУ

Между тем, период ограничительных мер, установленных для образовательной организации СП 3.1/2.4.3598–20, снова продлили – теперь до 1 января 2022 года.

Как же взаимодействовать с всеми родителями и социальными партнерами и не нарушить санитарные правила и не способствовать распространению коронавирусной инфекции.

Решение об открытости ДООУ для социума мы решали через платформу ZOOM. Нами были проведены 68 мероприятий для родителей – собрания итоговые с выпускниками, собрания для вновь поступающих родителей, новогодние утренники, открытые занятия по платным услугам в середине и в конце учебного года.

Но это всего ли маленькая часть нашей работы и доступны эти онлайн-трансляции только родителям посещающих ДООУ детей. Для обеспечения доступности информационной открытости для социальных партнеров и потенциальных родителей мной, как руководителем ДООУ, было принято решение о применении онлайн-форм трансляции (прямой эфир) через социальную сеть Инстаграм.

У нашего детского сада существуют аккаунты в таких сетях как Фейсбук (Facebook), Вконтакте, Инстаграм (Instagram). Наиболее обширными считаю площадки Facebook и Instagram.

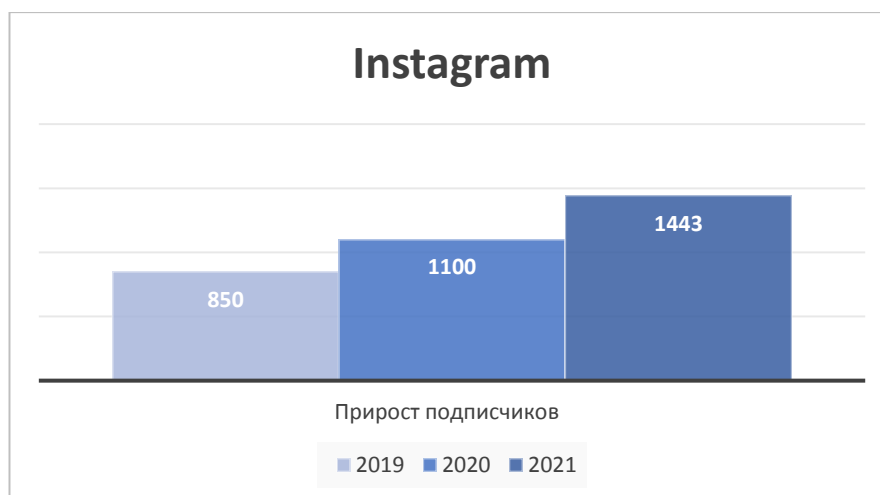
Действуют они уже достаточно долго, обросли подписчиками. Самый большой охват среди потребителей наших услуг и организаций это соцсеть Инстаграм. Самое главное, что в отличие от сайта, Instagram или Facebook – это то социальное пространство, которое каждый родитель посещает минимум раз в день! Продemonстрируем данные количества подписчиков Facebook в таблице 1.

Таблица 1



Продemonстрируем данные количества подписчиков Instagram в таблице 2.

Таблица 2



Для привлечения мы стали использовать инструменты маркетинговых коммуникаций.

Ежедневно в сеть выкладываются посты и сторис. Использовали новый инструмент в инстаграм Reels. Тематика разнообразная: питание, безопасность, занятия, подготовка к мероприятиям, групповые развлечения, платные услуги. Стали публиковать интересный контент, который по статистике стали больше

просматривать. Оформили аккаунты с дизайнером, разработали сезонные логотипы и оформление вечных сторис.

Далее перечислю идеи для сторис, благодаря которым выросла статистика:

- объявления о предстоящем прямом эфире;
- поздравления с праздниками лично от руководителя;
- короткие ролики под музыку (особенно с малышами). они всегда пользуются популярностью. малыши занимаются, едят, танцуют, поют, гуляют на прогулке;
- игры и викторины на какую-либо тему (ко дню города, ко дню республики);
- подготовка к утреннику или мероприятию;
- рубрика «вопрос-ответ»;
- объявление благодарности родителям за уборку снега, помощь в наполнении песочниц свежим песком;
- репортажи с пищеблока: меню, рецепты блюд;
- опросы.

Не забывали и про обратную связь. Дали возможность своим читателям оставлять комментарии и делиться мнением, задавать интересующие вопросы, чтобы получить квалифицированную помощь. Таким образом, находя отклик через социальную сеть, мы повышаем лояльность аудитории и одновременно повышали уровень доверия к нашему учреждению.

Активное позиционирование в социальных сетях позволяет нам сотрудничать с различными учреждениями дополнительного образования, позволяет решать совместные образовательные задачи через организацию конкурсов и онлайн-марафонов. Есть результаты в виде предоставления льготных периодов доступа для наших сотрудников и воспитанников на образовательные платформы с играми и обучающими материалами. Есть уже положительный опыт сотрудничества с детскими садами других регионов: Ростов на Дону, Казань и др.

Также имидж ДООУ позволяет расширять связи с производственными организациями нашего города. Успешным примером является взаимовыгодное

сотрудничество с АО «Элара», которые ежегодно укрепляют материально-техническую среду детского сада и большой упор ведется с малообеспеченными слоями населения, отказывая благотворительную помощь.