

ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

Жирнова Валерия Валерьевна

магистрант Тольяттинского государственного университета,

специалист по связям с общественностью

АНО ДО «Планета детства «Лада»

Г. Тольятти, Самарская область

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

***Аннотация:** статья посвящена вопросам необходимости формирования имиджа образовательного учреждения для повышения конкурентоспособности учебного заведения, а также удовлетворения требований, предъявляемых к современным образовательным учреждениям. Раскрываются теоретические аспекты создания условий в целях формирования положительного имиджа образовательной организации, в частности дошкольного учреждения. Представлен обзор научных исследований различных авторов по данной проблеме. В результате исследования выявлено противоречие между необходимостью функционирования образовательного учреждения в условиях конкурентной среды на рынке образовательных услуг и недостаточной разработкой практических аспектов формирования имиджа образовательной организации.*

***Ключевые слова:** имидж образовательной организации, модернизация образования, конкуренция, образовательное учреждение, образовательная организация, информационная открытость.*

Современная государственная политика в сфере образования направлена, прежде всего, на модернизацию образования.

Одна из главных задач модернизации образования состоит в повышении его качества. Говоря о стратегии развития России до 2020 года В.В. Путин заявил: «Переход на инновационный путь развития связан, прежде всего, с масштабными инвестициями в человеческий капитал.

Развитие человека – это и основная цель, и необходимое условие прогресса современного общества. Это и сегодня, и в долгосрочной перспективе наш абсолютный национальный приоритет» [12].

Происходящая в настоящее время модернизация системы образования привела к созданию системы многоуровневого непрерывного образования, включающего различные формы ассоциативной и структурной интеграции учреждений разных ступеней получения непрерывного образования: дошкольные учреждения – школы – лицеи – колледжи – вузы.

Наряду с этим, развитие и модернизация образовательной системы современной России происходит в новых социально-экономических условиях. За последние десять лет появились образовательные учреждения различных видов и типов, на каждой из ступеней образовательной системы.

Сегодня, в условиях становления и развития рынка образовательных услуг, образовательные организации разных уровней встают перед необходимостью уделять пристальное внимание изучению и реализации потребностей потребителя. Переход на финансирование на нормативной основе, социально-экономическое положение педагогов, их отток в более высокооплачиваемые отрасли хозяйства ставят образовательные учреждения перед необходимостью вступать в борьбу за оптимальные (из потенциально возможных) ресурсы: финансовые, человеческие, информационные и др. В сложившихся условиях образовательные учреждения прибегают к ценовым и неценовым формам конкуренции – качество, перечень, комплексность, условия предоставления, цена образовательных услуг. «Среди неценовых форм конкуренции значительная роль отводится имиджу» [10].

Кроме того, одним из основных условий модернизации образования государство видит в обеспечении информационной открытости образовательных организаций. Федеральный Закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 выделяет вопросы информационной открытости в отдельную статью (ст. 29) и накладывает определенные обязательства на образовательные органи-

зации, как государственные, так и частные. А федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) ставит одной из основных задач определение направлений для систематического межведомственного взаимодействия педагогических и общественных объединений (в том числе сетевого).

В сложившихся условиях образовательные организации встают перед необходимостью формирования собственной информационной политики, направленной на обеспечение информационной открытости организации образования, создание имиджа, таким образом – на обеспечение их конкурентных преимуществ.

В этой связи особенным, на наш взгляд, является положение дошкольных образовательных учреждений. Которые, в свою очередь, встают перед необходимостью функционирования в конкурентном поле среди учреждений различных форм собственности, а также различной ведомственной подчиненности.

Таким образом, возникает вопрос о теоретической разработанности темы, связанной с формированием имиджа образовательного учреждения, в частности дошкольного.

Первые публикации по имиджу образовательного учреждения появились в середине 1990-х годов. Но основательная разработка всевозможных аспектов формирования имиджа началась сравнительно недавно, с начала 2000-х. С каждым годом растет количество публикаций и диссертационных исследований, посвященных теме имиджа образовательных организаций разного уровня, что свидетельствует о практической значимости проблемы.

В основном авторы, изучающие имидж образовательных учреждений, ссылаются на исследования Е.В. Гришуниной, Т.Н. Пискуновой, Е.Б. Карпова, О.А. Нестерчук, Е.А. Петровой и М.С. Пискуновой.

Е.А. Петрова заложила основы имеджелогии как отдельного направления научного исследования в отечественной науке, занималась анализом состояния и перспектив развития этой отрасли знания.

О.А. Нестерчук исследовала вопросы государственной политики в области образования.

Исследования Е.В. Гришуниной заложили основу изучения вопроса формирования имиджа руководителя учреждения образования. Дальнейшее исследование этого вопроса отразилось в работах Д.В. Березиной, А.Н. Нурмухаметовой.

Корпоративный имидж как фактор конкурентоспособности учреждения образования рассматривался в Е.Б. Карпова, Н.А. Кадочниковой, Е.А. Измайловой Л.В. Даниленко, В.П. Делия.

Т.Н. Пискунова рассматривала условия и факторы формирования позитивного имиджа образовательного учреждения. Структура и механизмы формирования имиджа образовательного учреждения нашли отражение в работах М.С. Пискуновой.

Ключевым понятием исследований в данной области является понятие имиджа образовательной организации. Авторские трактовки данного понятия представлены в работах Т.Н. Пискуновой, Измайловой Е.А., Кадочникова Н.А., Л.В. Даниленко, Е.Б. Карпов, Е.А. Петрова, В.П. Делия и др.

Однако, тема имиджа образовательного учреждения находится на этапе осмысления, отсюда интерес к этому вопросу и большое количество публикаций на эту тему в последние годы.

Возникает необходимость осмысления и уточнения понятия имидж образовательного учреждения, теоретическое осмысление психологических условий его формирования.

Проблемам целенаправленного воздействия коммуникационных технологий в сфере медиа производства посвящены исследования следующих авторов: О.В. Александрова, И. В. Алещанова, А.Д. Васильева, М.Н. Володина, Н.И. Клущина, Л.М. Майданова, Г.С. Мельник, А.М. Цуладзе.

В работах большинства авторов, изучающих вопрос формирования имиджа организации, уделяется внимание фактору информационной открытости организации, использованию инструмента СМИ в процессе оказания целенаправленного, мотивирующего влияния на целевую аудиторию организации.

Однако недостаточно разработан вопрос изучения психологических механизмов формирования положительного имиджа образовательного учреждения у различных групп социального окружения, влияния учета психологических принципов во взаимодействии образовательной организации со СМИ.

Большинство исследований, раскрывающих психологические аспекты формирования имиджа образовательной организации, рассматривают средства массовой информации как основной канал целенаправленного взаимодействия с различными группами социума. Однако, проблема практической разработки комплекса мер, обеспечивающих создание психологических условий, формирование имиджа образовательной организации средствами массовой информации остается не изученной.

Специфика же проблемы формирования имиджа дошкольного образовательного учреждения остается не изученной вовсе. В открытом информационном доступе представлено лишь ряд публикаций из опыта работы руководителей дошкольных учреждений (Паутова Л.В., Куленева О.В., Дунаева О.В.).

Таким образом, мы встаем перед противоречием между объективной необходимостью функционирования образовательного учреждения в условиях конкурентной среды на рынке образовательных услуг и недостаточной разработкой практических аспектов формирования имиджа образовательной организации. Что в особенности касается организаций дошкольного образования.

Исходное противоречие обуславливает актуальность предпринимаемого нами исследования по поиску психолого-педагогических условий, которые обеспечат формирование положительного имиджа образовательной организации дошкольного образования, обеспечив тем самым ее преимущества в конкурентной среде на рынке образовательных услуг.

Данная работа проводится на базе Автономной некоммерческой организации дошкольного образования (АНО ДО) «Планета детства «Лада», включающей в себя 50 дошкольных учреждений города Тольятти и органы управления АНО ДО.

Список литературы

1. Березина, Д.В. Психологические условия формирования имиджа руководителя учреждения образования: дис. на соис. уч. ст. канд. псих. наук: 19.00.01 защищена 20.12.2006 – Новосибирск, 2006 г. – 235 с.
2. Гришунина, Е.В. Формирование управленческой компетентности руководителя образовательного учреждения в имиджевой деятельности: дис. на соискание ученой степени канд. пед. наук: 13.00.08 – Оренбург, 2010 – 204 с.
3. Имеджелогия: современное состояние и перспективы развития в России // Имеджелогия: современное состояние и перспективы развития в России: Материалы I Международного симпозиума: Имеджелогия – 2003. М.: Альфа, 2003. – С. 27–31.
4. Карпов, Е.Б. Психология продвижения образовательных услуг в системе открытого образования: дис. на соис. уч. степ. доктора псих. наук. – М., 2004 – 247 с.
5. Ковтунов, С.П., Рублева, Г.А. Развитие детского сада в условиях рынка. – М., 2010.
6. Нестерчук, О.А. Государственная политика современной России в области высшего образования: тенденции и механизмы реализации: дис. на соис. уч. степ. доктора полит. наук. – М., 2009 – 232 с.
7. Павлов, С.Н. Формирование имиджа современного вуза / С.Н. Павлов // Педагогика. – 2014. – № 3. – С. 97–103.
8. Перелыгина, Е.Б. психология имиджа: учебное пособие. – М., 2007.
9. Петрова, Е.А. Психология имиджа: учебно-методические материалы. – М.: РИЦ АИМ, 2006 – 17 с.
10. Пискунова, Т.Н. Условия и факторы формирования позитивного имиджа образовательного учреждения дис. на соискание ученой степени канд. псих. наук: 19.00.13 – Москва, 1998 г. – 148 с.
11. Пискунова, М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования // Мониторинг и стандарты в образовании. 1999. – С. 45–51.

12. Путин, В.В. О стратегии развития России до 2020 года: выступление на расширенном заседании Государственного совета 8 февраля 2008 года. (Электронный ресурс). – Режим доступа:

http://archive.kremlin.ru/text/appears/2008/02/15_9528.shtml.

13. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273 – ФЗ (ред. от 21.07. 2014): Об образовании в Российской Федерации.