

Деятельность педагогов по формированию имиджа школы

С. Асташова

Каждая школа — это целый мир со сложной многообразной жизнью. В сознании общественности у каждого образовательного учреждения есть своё «лицо», это то, что отличает одну школу от другой. В современном менеджменте это называется имиджем.

Вот какое определение этому понятию даёт В.П. Фedyko: «имидж — это образ, который помогает закрепить у потребителя представление о продукции». Предвижу, что возникает желание спросить, а причём здесь какой-то потребитель, какая-то продукция, речь ведь идёт о школе? Хотя именно здесь и скрыта суть вопроса.

Прежде всего, это следует понимать педагогам. Ведь по сути своей профессиональной деятельности они оказывают образовательные услуги населению, а потребителями этих услуг являются родители и учащиеся. Сложность этого взаимодействия заключается в том, что оно занимает значительное место в жизни человека: в среднем от шестилетнего возраста до шестнадцати лет и при этом не даёт сразу ощутимо зримого результата. Этим результатом является всё последующее поведение, деятельность, образ жизни человека.

С изменением социально-экономической среды изменились и запросы общества к образованию. Школа вступила в эпоху конкуренции.

Осознавая нарастание этого процесса, педагогический коллектив школы уделяет особое внимание формированию имиджа школы.

Исследования показали, что у любой школы существует имидж вне зависимости от того, кто над ним работает, и работают ли над ним вообще. В случае пускания вопроса имиджа на самотек он сложится у родительской общественности стихийно, и нет никакой гарантии, что он будет адекватным и благоприятным для школы.

Поэтому реально приходится выбирать не в плоскости «хочу имидж — не хочу имидж», а между управляемым и не управляемым имиджем. Возникло понимание, что формирование имиджа для школы процесс более выгодный и менее трудоёмкий, чем исправление спонтанно сформировавшегося неблагоприятного образа.

Формирование образа, своеобразного «лица» школы — это не только мероприятия, акции, это прежде всего качество, вариативность и многообразие оказываемых образовательных услуг.

Т. Клемина, кандидат экономических наук, утверждает: «Благоприятный образ-имидж должен быть адекватным, оригинальным, пластичным и иметь точный адрес. Быть адекватным — значит соответствовать реально существующему образу. Быть оригинальным — значит отличаться от образа других фирм, особенно однотипных. Быть пластичным — значит не устаревать, изменяясь, казаться неизменным. Иметь точный адрес, значит быть привлекательным для определённой целевой аудитории, то есть для настоящих и потенциальных заказчиков».

На первом этапе по осознанному формированию имиджа в школе были определены направления, задачи работы, составляющие имиджа школы. Создана модель школы.

Структура имиджа имеет иерархическое строение, каждый уровень оказывает воздействие на соседний верхний уровень.

Элементы структуры имиджа школы

1. Имидж образования — это представления целевых групп относительно уникальных характеристик, которыми, по их мнению, обладают ЗУНЫ учащихся школы (сюда включены широкий спектр образовательных услуг, личностно-ориентированная парадигма, использование современных технологий).

2. Внутренний имидж — это представление работников школы о своём учреждении. Причём они рассматриваются как важный источник информации о школе для внешней среды (это культура образовательного учреждения, социально-психологический климат учреждения).

3. Имидж управленческой команды включает представления о намерениях, способностях, умении ставить перед подчинёнными задачи (сюда входят профессиональная компетенция, инновационный потенциал, управление на основе синергетического и системного подхода).

4. Имидж персонала. Это понятие, характеризующее такие черты педагогического коллектива, как *компетентность* (степень подготовленности педагогов к различным видам педагогической деятельности и самообразование, владение широким диапазоном навыков, опыт, про-

фессионализм, коммуникативность), *культура* (доброжелательность, толерантность, внимательность, аккуратность, ответственность и т.д.), *социально-демографический профиль* (возраст, уровень образования, половой состав).

Следует особое внимание обратить на то, что каждый работник школы может рассматриваться как «лицо» организации, по которому судят о персонале в целом.

5. Визуальный имидж школы — это представление о школе, которое формируется на основании зрительных ощущений (это внутренний дизайн помещения, внешний облик персонала).

6. Социальный имидж школы — это представление широкой общественности о социальных целях и роли школы в жизни общества, формируется посредством информирования общественности о социальных аспектах деятельности школы (здесь подразумевается взаимодействие и сотрудничество с другими социальными институтами).

Работа педагогического коллектива должна быть направлена на все элементы структуры школы.

Предлагаем Вашему вниманию один из способов формирования благоприятного имиджа посредством проектной деятельности.

Программа по формированию имиджа школы	
Этапы	Задачи этапов
1. Определение целевых групп	Повышение эффективности целеполагания
2. Разработка концепции имиджа	Наметить главные принципы, мотивы и ценности, характерные для школы
3. Формирование, внедрение и закрепление имиджа в сознании целевых групп	Отбор наиболее эффективной и целесообразной информации. Планирование и проведение PR-мероприятий, пресс-конференций.

УПРАВЛЕНИЕ И КОНТРОЛЬ

Проект «Семейный марафон»

Школьное образование — это сложный социальный процесс, он включает в себя взаимодействие трёх социальных групп — обучающихся, обучающихся и родителей. Оставаясь на протяжении истории важнейшими социальными институтами, семья и школа являются практически единственными средами социализации личности.

Однако в последние десятилетие наблюдается тенденция снижения социальной роли семьи и «передача» её функций школе, в одностороннем порядке.

Современная семья в большинстве случаев вынуждена решать экономические проблемы, в результате чего снижается воспитательный эффект семьи. А вместе с тем хорошо известно, что семейное воспитание создаёт духовный фундамент личности, и то, что заложила в человеке семья, проходит с ним через всю его жизнь.

Простраивание механизма взаимодействия всех субъектов образовательного процесса на новых ценностных основаниях — важнейшая задача современной школы.

На наш взгляд, одним из таких механизмов может стать совместная творческая деятельность родителей, учителей и детей.

Проект «Семейный марафон» ориентирован прежде всего на формирование родительского коллектива. В.А. Сухомлинский отмечал: «Воспитание детей, это труд, причём труд очень кропотливый. И если дети обучаются и воспитываются в одной школе, значит и у их родителей найдутся общие интересы, значит, на основе этих интересов и можно организовать единый родительский коллектив».

Цель проекта: Развитие общественных связей субъектов образовательного процесса на новых ценностных основаниях.

Задачи «Семейного марафона»:

1. Создание условий для формирования единого родительского коллектива.
2. Развитие межвозрастного взаимодействия.
3. Повышение роли семьи в воспитании детей.
4. Поиск новых путей взаимодействия семьи и школы.

Участники «Семейного марафона»:

- педагоги школы;
- учащиеся 1–11-х классов;
- родители.

Положение о проведении «Семейного марафона»

В проекте «Семейный марафон» могут принимать участие все желающие, но главный принцип отбора — это совместное участие в проекте семьи. Проект рассчитан на три месяца (декабрь, январь, февраль) и будет проходить поэтапно.

I этап — организационный

На этом этапе разрабатывается проект, определяются цели, задачи, конечный результат проекта, осуществляется его запуск.

Запуск проекта осуществляется через серию классных часов о семье, семейных ценностях и традициях, утверждается оргкомитетом.

Во время запуска проекта учащиеся совместно с родителями пишут сочинение «Наша семья». Лучшие сочинения печатаются в школьной газете. Выдержками из сочинений, рисунками оформляется выставка «Моя семья».

II этап — основной (январь)

Цель этого этапа — сплочение детей, родителей на основе общечеловеческих ценностей. В ходе основного этапа проводятся мини конкурсы и акции:

1. Наше генеалогическое древо.
2. Акция «Поможем тем, кто одинок».
3. Школьные традиции в детстве моих родителей (альбом).
4. Выставка «Из бабушкиного сундука»

стие в проекте, а конкурсантами — те, чьи сочинения, альбомы, выставочные экспонаты, активность в акции были признаны лучшими. По итогам года планируется выбрать «Семью года».

III этап — финальный (февраль)

На этом этапе подводятся итоги «Семейного марафона». Награждаются семьи, принявшие участие в марафоне по различным номинациям.

Финалом «Семейного марафона» является праздник-конкурс, участниками которого станут все семьи, принявшие уча-

Программа конкурса:

1. Визитная карточка семьи (домашнее задание)
2. Портрет идеальной семьи.
3. Экономический конкурс (самый рациональный бюджет).
4. Конкурс мини-проектов «Семья и школа» (авторефераты).

Бюджет проекта

Наименование статьи расходов

Рекламные проспекты

Информационный стенд

Призовой фонд:

— грамоты

— памятные сувениры

— приз победителям «Семейного марафона»

Итого:

Стоимость

100 шт. · 2 р. = 200 руб.

1 шт. · 600 р. = 600 руб.

15 шт. · 12 р. = 180 руб.

15 шт. · 50 р. = 750 руб.

1 шт. · 1000 р. = 1000 руб.

2730 руб.

Финансовая поддержка проекта осуществляется «Общественным школьным фондом» и предпринимателями города.

ПТ