

## PR ТЕХНОЛОГИИ В СОЗДАНИИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ПЕДАГОГОВ ДОУ

### Шатрова Светлана Анатольевна

кандидат пед. наук, доцент кафедры педагогики дошкольного и начального образования ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет», Россия, г.Волгоград  
[shatrova63@mail.ru](mailto:shatrova63@mail.ru)

### Карева Юлия Викторовна

Магистрант группы УДМЗ-31 ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет», Россия, г.Волгоград  
[jul.kareva@yandex.ru](mailto:jul.kareva@yandex.ru)

**Аннотация.** В статье описаны PR-технологии, применяемые для формирования положительного имиджа педагога дошкольного учреждения. Рассмотрены множество определений «имиджа», а также выделены его структурные компоненты. Проведен анализ структурных компонентов имиджа на примере дошкольного учреждения.

**Ключевые слова:** имидж педагога; PR технологии в образовании; информационные технологии; современный детский сад.

В современном мире детский сад является не просто детским учреждением, а скорее организацией, которое предоставляет образовательные услуги, конкурирует с другими организациями своего профиля. И жизнеспособными оказываются дошкольные образовательные учреждения, которые обеспечивают высокий уровень своей профессиональной деятельности.

Одним из факторов, влияющих на успешность профессиональной деятельности, а так же на имидж учреждения является имидж педагога. Современные отечественные исследователи говорят о значимости личностного имиджа педагога. Они считают необходимым понимание педагогом того, что его положительный образ играет важную роль в педагогическом процессе (Л.М. Митина, М.Н. Котлярова, В.А. Кан-Калик, С.Я. Ромашина, Е. Русская и др.) [1].

Введение в педагогический словарь понятия «имидж» не дань моде. Педагог (воспитатель), выстраивающий индивидуальную траекторию личностного роста, выходит на лидерские позиции, обеспечивая эффективность и качество своей профессиональной деятельности.

Что же может помочь педагогам грамотно выстраивать свой имидж?

Практически, каждое образовательное учреждение пришло к выводу о необходимости использовать в своей работе методы маркетинга, создавать и развивать свой индивидуальный и неповторимый имидж. Функции создания положительного имиджа выполняют связи, отношения с общественностью, иначе называемые Паблик Рилейшнз, или сокращенно – PR. Это, по сути, информационная технология, технология управления информацией для достижения целей организации и с помощью информации [8].

PR-технологии влияют на развитие имиджа педагога, формируют его облик, определяют его будущее развитие. PR-технологии выступают в данном

случае инструментом влияния на родительскую общественность с помощью информационного взаимодействия. Прогрессирующее развитие и распространение средств массовой информации - прессы, радио, телевидения, резко увеличивает масштабы и скорость достижения аудитории.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что имидж педагога один из основополагающих факторов стабильной и качественной работы ДОУ, обеспечивающий устойчивый уровень предоставления образовательных услуг в сфере дошкольного образования.

Исходя из выше сказанного, можно сформулировать **противоречия**:

У педагогов возникает потребность в создании единой системы ценностей, норм и правил, т.е. корпоративной культуры, имиджа, позволяющих достичь эффективной работы, сосредоточиться на достижении целей организации и личной самореализации.

PR – это современное и потому актуальное средство предоставления информации и заявления о себе, но, тем не менее, PR технологии еще не вошли в широкое применение, не созданы точные методические рекомендации к применению PR технологий в практике дошкольных образовательных учреждений. Кроме этого, отметим, что в современной научной литературе данная проблема изучена недостаточно глубоко.

Выше изложенное определило **тему нашего исследования:** " PR технологии в создании положительного имиджа педагогов ДОУ "

**Цель:** обосновать и апробировать в практике дошкольного образовательного учреждения модель методического сопровождения процесса создания положительного имиджа педагога ДОО через применение PR–технологий.

**Объект:** имиджа педагога ДОО.

**Предмет:** PR – технологии, как средство формирования эффективного и успешного имиджа педагога ДОО.

Прежде чем говорить об использовании PR – технологий в формировании имиджа педагога, необходимо прибегнуть к общетеоретическому рассмотрению некоторых ключевых понятий нашей работы и в первую очередь уточнить смысл понятия «имидж».

По поводу возникновения имиджа существует, как минимум, два мнения. Одно заключается в том, что он существует как данность у всех объектов и с ним можно и нужно работать, а другое – в том, что имидж возникает только в случае искусственного формирования образа, функционального и управляемого.

Бытует и множество определений «имиджа». Большая их часть сводится к тому, что «имидж – это образ известной личности или вещи, создаваемый средствами массовой информации, литературой, зрелищем или самим индивидом».

Можно разделить существующие в научной литературе трактовки имиджа на несколько групп:

- 1) Имидж как внешнее проявление объекта (А. Горчева, А. Максимов, В. Шепель) [5];
- 2) Имидж как манипулирование (В. Ученова и М. Старуш) [6];
- 3) Имидж как мнение аудитории об объекте/личности (А. Панасюк, А. Цуландзе) [2];
- 4) Имидж как упрощенный образ, похожий на стереотип (В. Музыкант, Е. Богданов и В. Зазыкин, О. Кудинов) [7];
- 5) Имидж как дополнительные ценности (Г. Мельник, Б. Борисов) [3];
- 6) Имидж как образ, формируемый СМИ (Дж. Мак-Гиннис) [4].

По нашему мнению, под имиджем педагога следует понимать формирование и поддержание устойчивого положительного впечатления, «образа», каким его видит педагогическая и родительская общественность.

Имидж – это телесно-эстетический образ, обладающий рядом индивидуально-типических признаков, оказывающих определенное воздействие на индивидуальное, групповое и массовое сознание (а также подсознание). Имидж - не застывший образ, не моментальная фотография. Он изменяется во времени, постоянно совершенствуется. Специалисты PR называют его «постоянным конкурсом красоты». Имидж - ореол, создаваемый вокруг конкретного объекта с целью ее популяризации и оказания эмоционально-психологического воздействия на общественное мнение.

Имидж для педагога важен больше чем для любого другого специалиста, потому что именно он влияет на формирование представлений, установок, ценностей воспитанников. Его основой являются личностные и профессиональные качества педагога - коммуникабельность, педагогическая эрудиция, рефлексия (самоанализ), импровизация, самообладание и общение. Имидж имеет двойное воздействие. Во-первых, он производит впечатление на окружающих, оставляя определенное мнение о человеке. Во-вторых, он воздействует и на человека, формируя стойкое представление о собственной личности. Имидж педагога - это его инструментарий, это функциональные средства организма, которые позволяют использовать голос, пластику, мимику в качестве воздействия на воспитанников. Компетентный педагог будет использовать их целенаправленно и осознанно.

Основные структурные компоненты профессионального имиджа педагога мы представили в виде схемы (рис.1).

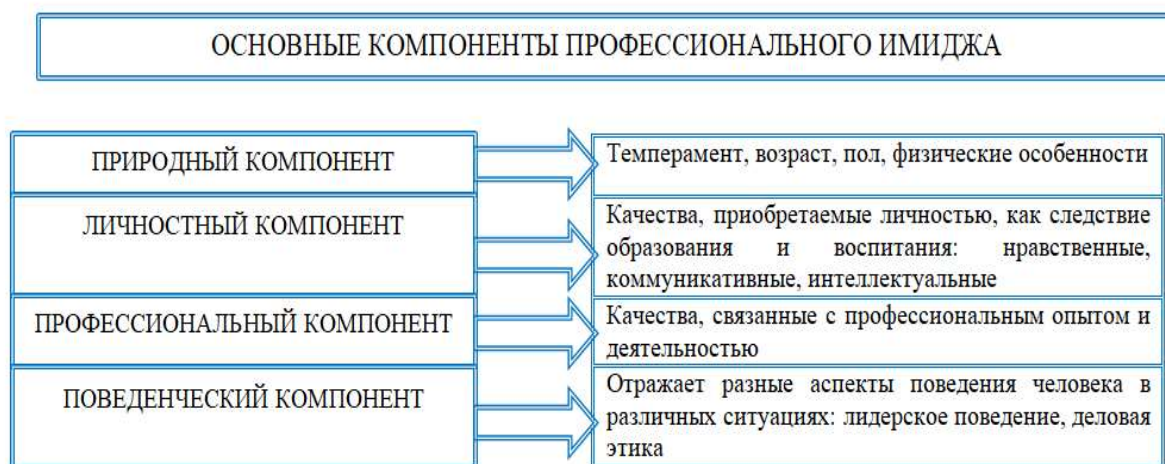


Рисунок 1

Значение PR технологий для развития имиджа огромно. С помощью тщательно продуманных и хорошо выполненных PR-акций возможно, как успешное позиционирование, а затем возвышение объекта, так и его полное уничтожение в глазах общественности.

Использование PR-технологий для развития имиджа - это комплексное и многократное использование PR-средств в рамках единой концепции и общего плана воздействия на мнения и отношения людей в целях поддержания репутации, создания и популяризации имиджа.

Основной принцип работы над имиджем педагогов в ДОУ, это использование имеющихся ресурсов. Многие руководители детских садов считают, что

использование технологий PR для создания имиджа требуют больших материальных вложений. И они не могут себе этого позволить в силу обстоятельств и многих причин. На самом же деле, это конечно не так. Имидж есть у каждого педагога ДОУ, и каждое ДОУ использует в работе над ним PR – технологии, просто не все над этим задумываются. Родительские собрания, утренники, выставки, опросы общественного мнения, публикации – все это PR–технологии, которые при грамотном использовании укрепляют имидж педагога ДОУ.

Целью нашей экспериментальной работы по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации: апробировать использование PR технологий, как средство формирования эффективного и успешного имиджа педагога ДОО.

Мы изучили содержание стереотипных представлений о личности и профессиональной деятельности современного воспитателя, сформированных в сознании воспитанников, родителей, коллег как структурном компоненте имиджа, применительно к профессии воспитателя с помощью различных методик (рис.2).



Рисунок 2

Зафиксирован средний уровень развития всех структурных компонентов имиджа педагога, кроме поведенческого компонента. Таким образом, анализируя данные констатирующего этапа эксперимента можно сделать вывод о недостаточной сформированности структурных компонентов имиджа и необходимости обоснования и апробирования PR - технологий в практике дошкольного образовательного учреждения для создания положительного имиджа педагога.

В нашем детском саду была создана творческая группа: состоящая из старшего воспитателя, узких специалистов, 2 воспитателей с первой квалификационной категорией.

Для актуализации потребности в формировании имиджа педагогов дошкольной организации были посвящены следующие мероприятия:

- семинар-практикум на тему «Понятие и составляющие имиджа воспитателя». Данное мероприятие раскрывает содержание понятия «имидж педагога», главные аспекты имиджа;
- лекция «Через имидж – к успеху» - показ воспитателям необходимости и значимости формирования, совершенствования своего имиджа на примере опыта ведущих воспитателей ДОУ.
- семинара-практикума в форме лекции-дискуссии «Педагогическое общение как один из главных компонентов имиджа педагога дошкольной образовательной организации».

Задачами данного семинара являлись:

1. Уточнить сущность понятия «педагогическое общение»;
2. Дать представление о видах и формах общения;
3. Раскрыть значение педагогического общения в создании имиджа воспитателя;
4. Уточнить и закрепить знания воспитателями требований к вербальным и невербальным формам общения;
5. Способствовать формированию коммуникативной компетентности педагогов.

Работа над собственной техникой речи, развитие эмоциональной стороны речи будут способствовать повышению успешности в деятельности воспитателя. В рамках данной темы, проводятся также мероприятия, которые помогут усовершенствовать навыки вербальной и невербальной коммуникации воспитателя:

- семинар-практикум «Метаморфоза», который включает в себя следующие упражнения и задания: эмоциональная палитра; войдите в роль; побудем артистами; пантомима; ролевое обсуждение; инсценировка пословиц.
- семинар-практикум «Экспромт», который включает в себя следующие практические задания: импровизация со словами; групповой рассказ; мгновенная реакция; театр.

В начале, **на 1 этапе** (в течении 6 месяцев) в работу были включены тренинги психолога для улучшения личностного и поведенческого компонентов имиджа педагогов, а также консультации различных специалистов.

По годовому плану и плану педагога-психолога проводились тренинги, консультации, семинары, конкурсы. Мероприятия проводились в 2 раза в месяц, с привлечением специалистов: педагога-психолога, старшего воспитателя, мастера маникюра, визажиста, парикмахера.

Психолог 2 раза в месяц с педагогами проводила различные имидж техники по следующей структуре.

**Структура тренинга включала:**

- приветствие;
- принятие правил;
- представление информации по теме тренинга;
- анализ/обсуждение информации по теме тренинга;
- выполнение упражнений по теме тренинга: отработка алгоритмов, способов действий;
- применение выработанных алгоритмов, способов действий на практике;
- рефлексия.

Были созданы обязательные правила для участия в тренингах:

- «Здесь и теперь» (говорить только об актуальных мыслях, чувствах, проблемах, возникающих в процессе общения в группе);
- «Искренность и открытость» (быть откровенным, не «играть»);

- «Принцип Я» (говорить от своего имени «я считаю...», «я думаю...», «хочу предложить...»);
- «Активность» (все участники принимают участие в упражнениях и их обсуждении);
- «Конфиденциальность» (все, что касается личности участников, не подлежит обсуждению за стенами аудитории) и др.

Обязательными условиями при формировании имиджа педагога дошкольной организации является его внешний вид. Облик педагога должен быть современным, внушающим уважение и доверие, его образ должен служить образцом для подражания. Для развития этой составляющей имиджа проводится:

- лекция-дискуссия «Важность личного имиджа в профессии педагогов»: мнения педагогов о роли внешнего вида, с привлечением психолога с лекцией «О воспитательном значении внешнего образа педагога на вкус ребенка»;
- лекция «Принципы планирования индивидуального гардероба»: приглашение специалиста, для рекомендаций по принципу планирования гардероба;
- круглый стол «Стильный педагог»: обсуждение одежды, обуви современного воспитателя,
- лекции «Типология причёски в гармонии визуального образа» и «Пропорции и форма лица в коррекции причёски»; требования к причёске воспитателя, показ повседневных причёсок для работы, варианты праздничных причёсок, практические советы по уходу за волосами;
- индивидуальные консультации парикмахера-технолога по подбору, уходу и содержанию причёски;
- лекции: «Макияж успеха», «Пропорции и форма лица в коррекции индивидуального макияжа»: обсуждение требований к макияжу воспитателей
- мастер-класс от визажиста; - консультация «Бархатные ручки»: индивидуальные советы косметолога по уходу за руками, единые требования для маникюра педагога дошкольной организации;
- консультация «Ароматические средства в имидже»: общие требования к парфюму педагога, индивидуальные консультации специалиста по подбору индивидуальных ароматических средств;
- дискуссия «Роль аксессуаров в индивидуальном имидже»: обсуждение необходимости использования аксессуаров в создании имиджа педагога, требования к аксессуарам имиджа педагогического персонала.
- конкурс «Очумелые ручки»; конкурс «Эрудит»; творческий конкурс; демонстрация повседневной и праздничной одежды.

В результате работы творческой группы на **II этапе** для улучшения профессионального компонента, было решено использовать в своей работе несколько PR технологий.

- Ведение личных страниц педагогов на официальном сайте ДООУ.

Творческая группа предложила необычную форму ведения личных страниц. Каждый педагог выбрал интересующую его тему.

2. Следующая PR технология, которая применялась для формирования положительного имиджа педагога – изготовление визитных карточек. На мероприятиях различного уровня участвующие педагоги раздавали визитные карточки со своими контактами. В 2019 – 2020 учебном году педагоги МОУ детского сада № 284 участвовали в конкурсах, конференциях, методических объединениях, студенческих форумах. Также в МОУ детском саду за этот

учебный год было проведено 3 мастер-класса и 2 семинара-практикума с педагогами МОУ детского сада № 85, 75, 255, № 244, где педагоги МОУ детского сада № 284 делились накопленным опытом и раздавали свои визитные карточки.

3. PR технология, создание тематического сообщества ВКонтакте, где каждый педагог ведёт свою личную страницу.

**«Вконтакте»** (международное название: **VK**) — российская социальная сеть со штаб-квартирой в Санкт-Петербурге. Сайт доступен на 89 языках; особенно популярен среди русскоязычных пользователей. В социальной сети можно создать свою личную страницу, написать заметку, добавить аудио или видео, общаться с другими участниками ВКонтакте, подписываться на обновления групп или пользователей, организовывать встречи или группы.

Данная PR технология позволяет отслеживать интерес родителей (законных представителей) к деятельности педагогов детского сада, позволяет выбирать наиболее интересные форматы работы.

Педагоги МОУ детского сада № 284 создали открытую группу в «ВКонтакте», на нее подписаны более 300 человек. Не только родители воспитанников, но и коллеги с других садов, а также родители будущих воспитанников, которые только планируют пойти в детский сад.

Эта PR технология позволяет педагогам и родителям общаться онлайн, сразу узнать последние новости, делиться передовым опытом.

Наша группа «ВКонтакте» называется «Муниципальное дошкольное образовательное учреждение «Детский сад № 284 Кировского района Волгограда». В этой группе мы размещаем фотографии с событиями и новостями групп, видеозаписи с утренников, публикуем результаты творческой и интеллектуальной деятельности детей (поделки), рекомендации по воспитанию и обучению детей в виде ссылок на психолога – педагогическую литературу и педагогические сайты. Поздравляем детей с Днём рождения.

В процессе функционирования группы появились рубрики: «Поздравлялки», «Важно», «Объяснялки», «Советы», «Безопасность», «Музыкальная страничка», «Приглашалки», «Личное мнение». Возможно в процессе работы группы какие – то рубрики исчезнут и появятся новые.

4. Создание плана работы клуба выходного дня «Давайте познакомимся» для будущих воспитанников. Занятия проходят вместе с мамой (или папой). Здесь важным моментом является процесс социализации и развития ребенка посредством различных игр и упражнений. Родители вместе с детьми знакомятся с педагогами МОУ детского сада № 284, с традициями детского сада. Данная PR технология предполагает тесное сотрудничество педагогов, воспитанников, родителей, она обеспечивает конкурентоспособность педагогов и удовлетворенность родителей их деятельностью.

5. Педагоги в соответствии с выбранной темой разрабатывали структуру своих электронных страниц на сайте учреждения.

6. Следующая PR технология– изготовление визитных карточек. На мероприятиях различного уровня участвующие педагоги могут раздать визитные карточки со своими контактами.

Таким образом, нами были применены различные виды PR технологий в процессе формирования положительного имиджа педагога.

Полученные результаты в ходе контрольного эксперимента дают основание выделить положительную динамику изменений уровня сформированности структурных компонентов имиджа современного педагога ДОУ.

Таким образом, полученные результаты в ходе контрольного эксперимента дают основание утверждать, что предложенная нами модель формирования имиджа педагога посредством PR технологий эффективно работает.

#### Ссылки на источники

1. Апраксина, Маргарита Владимировна Имидж воспитателя дошкольного учреждения как педагогическая проблема [Текст]: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / М.В. Апраксина — Москва, 2000. — 134.
2. Демина Г.А. Создание имиджа ДОУ // Управление дошкольным образовательным учреждением – 2012.
3. Исенко С. Имидж современного педагога // Методист. - 2006.- № 8.
4. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя - М., Владос, 2004.
5. Митина Л.М. Психология труда и профессионального развития учителя. М.: Издательский центр «Академия», 2004.
6. Перелыгина Е.Б. Механизмы функционирования имиджа как феномена интересубъектного взаимодействия – М., 2003.
7. Русская Е.В. Имидж современного педагога // Мир образования. — 1995.
8. Атемаскина Ю.В. Паблик рилейшнз дошкольного учреждения // Упр. дошк. образоват. учреждением. - 2004. - № 2. - С. 8-12.
9. Фопель К. Технология ведения тренинга. Теория и практика. Пер. с нем. — 3-е изд. — М.: Генезис, 2015. — 267 с.

#### PR TECHNOLOGIES IN CREATING A POSITIVE IMAGE OF KINDERGARTEN TEACHERS

##### Shatrova Svetlana

candidate ped. Sci., Associate Professor of the Department of Pedagogy of Preschool and Primary Education, Volgograd State Social and Pedagogical University, Russia, Volgograd

[shatrova63@mail.ru](mailto:shatrova63@mail.ru)

##### Kareva Yulia

Master student of the UDMZ-31 group of the Volgograd State Social-Pedagogical University, Russia, Volgograd

[jul.kareva@yandex.ru](mailto:jul.kareva@yandex.ru)

**Abstracts:** The article describes PR-technologies used to form a positive image of a preschool teacher. Many definitions of "image" are considered, as well as its structural components. The analysis of the structural components of the image is carried out on the example of a preschool institution.

**Keywords:** The image of a teacher, PR technologies in education, information technology, modern kindergarten.