

УДК 378.4

DOI: 10.34670/AR.2023.75.27.030

Управленческие резервы руководителя дошкольной образовательной организации при формировании позитивного имиджа учреждения

Богославец Лариса Геннадьевна

Кандидат педагогических наук, доцент,
Алтайский государственный педагогический университет,
656031, Российская Федерация, Барнаул, ул. Молодежная, 55;
e-mail: gera1905@yandex.ru

Гордеева Людмила Николаевна

Аспирант,
Алтайский государственный педагогический университет,
656031, Российская Федерация, Барнаул, ул. Молодежная, 55;
e-mail: ludmilagord_1973@mail.ru

Аннотация

В статье проанализированы направления формирования позитивного имиджа руководителя и организации, обеспечивающие эффективность стабильного функционирования и переход в режим развития; предлагаются элементы конструирования позитивного имиджа дошкольной образовательной организации (далее – ДОО); уточняются функции имиджа ДОО; выявляется ряд особенностей имиджа как социально-психологического феномена; обозначена структура личного имиджа руководителя, а также управленческие резервы, оптимизирующие процесс формирования позитивного имиджа современной ДОО и ее руководителя, показатели уровня самооценки управленцев в структуре создания позитивного имиджа. Проведенное педагогическое исследование и его результаты свидетельствуют о том, что современный руководитель ДОО должен уметь располагать к себе людей, правильно определять цели, находить пути их достижения, быть мобильным, креативным, доброжелательным, позитивно мыслящим и его имидж должен быть сфокусирован на самоактуализации, самосовершенствовании, самопрезентации, адекватности самооценки управленческой деятельности, планировании продуктивных изменений «Я-концепции» в векторе ее приближения к идеальному образу «Я-эффективный руководитель». Выявленные результаты проведенного педагогического исследования обозначили актуальность и значимость целенаправленной, систематической работы по формированию имиджа современного управленца сферы дошкольного образования.

Для цитирования в научных исследованиях

Богославец Л.Г., Гордеева Л.Н. Управленческие резервы руководителя дошкольной образовательной организации при формировании позитивного имиджа учреждения // Педагогический журнал. 2023. Т. 13. № 8А. С. 294-304. DOI: 10.34670/AR.2023.75.27.030

Ключевые слова

Имидж, дошкольная образовательная организация, руководитель, управленческие резервы, формирование позитивного имиджа, имиджевый ресурс руководителя.

Введение

Актуальность обозначенной проблемы формирования имиджа ДОО обусловлена прежде всего активным процессом модернизации дошкольного образования, введения профессионального стандарта «Педагог» и «Руководитель образовательной организации», реализации положений и требований Федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования в жизнедеятельность учреждения, которые предполагают усиление внимания к позиционированию качественных результатов работы ДОО в социуме.

Высокая значимость формирования позитивного имиджа для успеха деятельности образовательной организации обеспечивает эффективность ее стабильного функционирования и переход в режим развития.

Имидж организации – это значимый фактор, который выполняет важную роль в оценке результатов деятельности самой организации, в том, как ее воспринимают сотрудники, родители (законные представители) и сам руководитель.

В этой связи деятельность руководителя ДОО, будучи публичной, предъявляет особые требования к таким профессиональным умениям, как самоактуализация, формирование и трансляция универсальных свойств и качеств имиджа в той или иной ситуации. Для достижения максимально высокого управленческого уровня взаимодействия с разнообразной целевой аудиторией руководитель ДОО конструирует модели взаимодействия с каждой из них, например, стиль общения руководителя в коллективе педагогов и персонала ДОО представляет одни ожидания, а в коллективе родителей воспитанников и общественности – другие. Следовательно, если целевая аудитория каждый раз разная, то и средства воздействия руководителя на нее необходимо варьировать с учетом сохранения и проявления специфики управленческой деятельности, той профессионально-педагогической роли, которая позиционирует личность и руководителя, и учреждения.

Следует отметить, что конструирование позитивного имиджа образовательной организации определяется следующим:

- позитивный имидж обеспечивает доступ образовательной организации к лучшим ресурсам: человеческим, информационным, финансовым и т.д.;
- позитивный имидж создает впечатление достижения ДОО определенного статуса и формирует запас доверия ко всему происходящему в локациях организации, в том числе к внедряемым инновационным процессам и продуктивным изменениям;
- на каждом этапе функционирования и стабильного развития организации позитивный имидж комплексно влияет на преобразования ее инфраструктуры: на внешнюю среду, на процессы, происходящие внутри учреждения, на качество деятельности каждого сотрудника;
- позитивный имидж образовательной организации становится более привлекательным для родителей (законных представителей), педагогических работников, обслуживающего персонала, так как в более выгодном ракурсе обеспечивает социальные гарантии, стабильность, профессиональное развитие и удовлетворенность результатами своей

профессиональной деятельности.

Анализ управленческой практики свидетельствует, что актуализация процесса формирования имиджа ДОО объясняется недостаточной сформированностью единого подхода к определению обобщенных критериев и механизмов оценки качества образовательного процесса, а также присутствием формализма и предельного схематизма при создании имиджа организации, сводящихся к использованию руководителем методов и приемов формирования имиджа в их сочетании, когда учитываются сильные и слабые стороны деятельности коллектива и взаимная эффективность на основе управленческих (компенсаторных) резервов, которые в ряде организаций ориентированы на традиционные принципы управленческого взаимодействия с сотрудниками, родителями, общественностью.

В процессе формирования позитивного имиджа учреждения создается определенный спланированный образ ДОО на основе имеющихся у нее ресурсов, возможностей, творческого потенциала всего персонала. Повышение конкурентоспособности, привлечение инвестиций, установление партнерских взаимоотношений с другими образовательными организациями и социальными партнерами выступает важной целью создания позитивного имиджа ДОО.

Наличие, использование и активизация управленческих резервов при создании позитивного имиджа ДОО обеспечивает возможность коррекции всех управленческих функций руководителя с целью развития отличительных характеристик, свойств, качества деятельности организации от других ДОО региона.

Теоретическая база исследования

Отечественная научно-исследовательская литература по обозначенной проблеме представлена работами, в которых определяется роль и значение имиджа в различных областях социальной жизни (Богданова Е.Н., Гарманова А.В., Егорова-Гантман Е.В., Ю.В. Синягина и т.д.); обосновываются принципы, технологии и механизмы развития имиджа в политической сфере (Аверин Е.В., Гомеров И.Н., Гордеева О.И., Гульбинский Н.А., Феофанов О.Н., Фурс Р.Ф. и др.), а также бизнес-имиджировании (Блажнов Е.А., Иванченко В.А., Кричевский Р.Л., Кузин В.А.); отмечается значение имиджа, структура его формирования в профессионально-педагогической деятельности (Деркач А.А., Кузьмина Н.В., Лазаренко И.Р., Маркова А.К., Перельгина Е.Б., Реан А.А. и др.)

Практическая значимость представленной статьи заключается в анализе результатов организации педагогического исследования среди управленцев и педагогов ДОО муниципалитетов Алтайского края, целью которого выступило выявление показателей уровня самооценки и внешней оценки имиджевых характеристик руководителей во взаимосвязи с их личностными качествами, значимыми для создания благоприятного эмоционально-психологического микроклимата в коллективе; итоги педагогического исследования детерминируют процесс создания позитивного имиджа как самого руководителя, так и организации в целом; выявляют наличие управленческих резервов, оптимизирующих этапы формирования позитивного имиджа организации.

Основная часть

Анализ психолого-педагогической литературы свидетельствует, что «имидж» (англ. image), в буквальном значении – «образ».

Л. Браун определяет имидж как «целенаправленно сформированный образ (какого-либо предмета или явления), который отличает его определенные ценности, характеристики и который призван осуществить эмоционально-психологическое влияние на человека с целью популяризации, рекламы и т.п.» [Браун, 2001]. В той или иной мере имидж организации и руководителя в сфере дошкольного образования присутствовал всегда, в настоящее время его значение высоко востребовано и большинство ДОО, понимая значимость позитивного имиджа, систематически и целенаправленно работают над его формированием [Беляева, 2019; Лазаренко, 2000; Панасюк, 2007; Петрова, 2005; Почепцов, 2008; Яккока, 1991].

Ряд исследователей отмечает, что с необходимостью позиционирования учреждения на рынке труда актуальной выступает проблема имиджа организации-работодателя, в том числе и такого учреждения, как ДОО [Беляева, 2019; Богославец, Гордеева, 2019; Шепель, 2005; Kotler, 2001].

Перельгина Е.Б. выделяет две функции имиджа организации-работодателя:

- позиционирование образовательной организации;
- совокупность представлений об организации как работодателе на внешнем и внутреннем имидже организации [Перельгина, 2003].

Именно взаимосвязь внешних и внутренних факторов определяют мощь имиджа организации как работодателя [Богославец, Гордеева, 2019].

Мы полагаем, что имидж ДОО складывается из содержательных направлений, позиционирующих ее деятельность:

- реализация индивидуального подхода в коллективе детей и взрослых;
- расширение спектра образовательных услуг для социальных заказчиков – родителей (законных представителей);
- раскрытие и использование творческого потенциала педагогического коллектива, в том числе при участии в конкурсном движении различного уровня;
- работа в инновационном режиме;
- создание признаков внешней привлекательности и индивидуальности во всех локациях учреждения т.д.

Большинство образовательных организаций Алтайского края рассматривают собственный имидж в стабильном и качественном образовательном процессе, который реализуется на основе профессионализма, творчества, педагогического мастерства и энтузиазма педагогов. При этом общую модель формирования позитивного имиджа ДОО можно определить, как базис на уровне трех структурных составляющих: теоретической, мотивационной и самопрезентативной. Содержание данных позиций имиджа основывается на определенных условиях, обозначающих их специфику. Каждая из структурных уровневых компонентов отличается целью, задачами, функциями, спецификой внешнего и внутреннего имиджа организации. Так, теоретическая основа подразумевает осознание содержания и значимости понятия процесса создания положительного имиджа ДОО, информированность о важных личностных детерминантах имиджа в педагогическом коллективе, осведомленность персонала об этапах формирования имиджа и его видах. Мотивационная составляющая связана с формированием собственного визуального образа, узнаваемого аудиторией с помощью определенных атрибутов, которые формируют фирменный стиль или внешний имидж ДОО и дают возможность занять свое место на рынке образовательных услуг. Последняя составляющая – самопрезентативная – заключается в определении предназначения ДОО идеи ее функционирования и развития, обновления

содержания дошкольного образования, реализации стратегических направлений национального проекта «Образование». На наш взгляд, теоретическая основа создания имиджа ДОО, выступает определенной платформой для формирования потребности личностно-профессиональных мотивов и самопрезентации деятельности всего персонала организации [Панасюк, 2007; Почепцов, 2008].

Д. Горбаткин отмечает, что имидж как социально-психологический феномен имеет ряд особенностей:

- формируется в процессе непосредственного или опосредованного взаимодействия людей, членов педагогического коллектива;
- одновременно зависит и от качества своего прототипа, и от особенностей окружающей имиджевой аудитории;
- выступает в форме обобщенного группового образа/представления, постепенно принимающего форму социального стереотипа;
- требует специальных усилий со стороны носителя – руководителя [Горбаткин, 2007].

В этой связи основной этап формирования положительного имиджа учреждения предполагает прежде всего – определение основной миссии, цели и принципов деятельности ДОО в новых социокультурных условиях. Основная цель заключается в обеспечении качественного процесса воспитания, обучения и развития детей дошкольного возраста, оказания целенаправленной психолого-педагогической помощи родителям воспитанников в соответствии с национальными трендами дошкольного образования, создание условий для интеллектуального, духовного и профессионального развития личности.

Опыт практики свидетельствуют, для педагогов важно, чтобы коллективом руководил грамотный, эрудированный, современный, справедливый, доброжелательный руководитель; вместе с тем родители воспитанников ожидают, что современный управленец в сфере дошкольного образования – ответственный специалист, требовательный, умеющий принимать адекватные управленческие решения, эффективный организатор и «хозяйственник». Все обозначенные качества, применимые к должности руководителя ДОО, составляют интегративный набор ожиданий, которые исследователи называют требуемым или желаемым имиджем.

Наблюдения показывают, что результаты управленческой деятельности руководителя ДОО могут иметь и иные отзывы, обеспечивающие трансляцию признаков воспринимаемого или текущего имиджа. Вместе с тем, руководитель формирует представление и о себе самом в коллективе – это позиции зеркального имиджа или самоимиджа. Содержание обозначенных имиджевых характеристик могут совпадать при развитии самопознания, самоактуализации руководителя в управленческой деятельности, но может и существенно различаться.

Мы полагаем, что эффективность принятой на себя профессиональной миссии заключается в поэтапном процессе целенаправленного формирования положительного имиджа руководителя и ДОО в целом.

Под имиджем руководителя понимается интегральная, индивидуальная характеристика его управленческих, профессиональных и личностных качеств, которые в виде целостного образа отображаются у членов коллектива и иных лиц, находящихся с ним во взаимодействии [Змановская, 2005; Ковальчук, 2006; Лазаренко, 2000; Шепель, 2005].

Согласно структуре личный имидж руководителя включает следующие составляющие: габаритную (от лат. *habitus* – внешний вид) одежда, прическа, аксессуары, макияж, силуэт; кинестетическую – осанка, походка, жестикауляция, мимика, выражение лица, улыбка; речевую

– культура устной и письменной речи, педагогическую культуру и такт, профессиональную этику, стиль; средовую – оформление кабинета, порядок на рабочем месте; овеществленную – созданные руководителем продукты его труда (формирование локальных актов, принятие управленческих решений, профессиональные достижения членов коллектива) [Панасюк, 2007; Шепель, 2005].

По мнению А.Л. Свенцицкого такая интегральная характеристика имиджа является следствием того, что руководитель воспринимается членами коллектива как своеобразный «архитектор» и обязательный участник взаимоотношений по вертикали, а также «регулятор» межличностных взаимоотношений по горизонтали [Свенцицкий, 2004].

Ориентация на данные позиции в профессиональной деятельности руководителя обеспечивает возможность использовать управленческие резервы формирования позитивного имиджа на его первоначальном этапе.

Сегодня руководитель, не знакомый с теориями менеджмента, не сможет достичь каких-либо значимых результатов в управлении образовательным учреждением, а также эффективным процессом формирования его позитивного имиджа. Цель успешного управления в структуре формирования имиджа ДОО включает следующее: мотивацию коллектива – способного к совместной деятельности; усиление эффективности деятельности коллектива; нивелирование профессиональных слабостей и дефицитов; развитие у членов коллектива потребности в самосовершенствовании профессионализма; создание условий для удовлетворения своим трудом.

Мы полагаем, что управленческий резерв при формировании положительного имиджа выступает своеобразным «источником» возникновения новых возможностей, определенных свойств и качеств слагаемых имиджа руководителя и организации в целом, отличающихся целостностью, гармоничностью, управляемостью.

Организация педагогического исследования по определению комплекса управленческого резерва при формировании позитивного имиджа руководителя ДОО была обусловлена рядом причин, выявленных по итогам опроса 120 педагогов и руководителей ДОО г.г. Барнаула, Славгорода, Тальменского, Павловского районов Алтайского края:

- слабое применение в деятельности педагогических коллективов основ имиджирования;
- недостаточная психологизация процесса управления, создающая атмосферу уважения, эмоционального благополучия, доверия и успеха для каждого педагога;
- не в полной мере руководителями реализуется корпоративный стиль управления, в основе которого – проявление природосообразных качеств каждого педагога, сотрудника на основе лично-ориентированного подхода к деятельности;
- в педагогических коллективах ДОО недостаточно используются элементы моделирования позитивных межличностных отношений, продуктивных профессиональных коммуникаций с учетом проявления личностных качеств руководителей.

Следует отметить, что формирование образа идеального руководителя является непростой, многоаспектной задачей; управленцы проявляют активный интерес к процессу формирования имиджа как профессионально-личностному инструментарию, с помощью которого они могут значительно совершенствовать не только свою профессиональную репутацию и авторитет, но и всего учреждения в целом.

Идея проведения исследования появилась по итогам рефлексивного анализа и обмена мнениями «Открытый микрофон» среди участников семинара-практикума для педагогических работников ДОО Алтайского края: «Формирование профессионального имиджа современного

педагога как одно из условий обеспечения качества дошкольного образования», организованного в рамках работы методического объединения руководителей ДОО региона, на котором присутствовало 120 педагогов дошкольных учреждений Алтайского края. Так, участники семинара предложили более детально проанализировать и рассмотреть вопросы целенаправленного формирования позитивного имиджа руководителя ДОО и учреждения в целом.

С целью выявления показателей уровня самооценки и внешней оценки имиджевых характеристик руководителей во взаимосвязи с их личностными качествами, значимых для создания положительного микроклимата в коллективе и детерминирующих процесс конструирования позитивного имиджа как самого руководителя и ДОО нами проведено педагогическое исследование с использованием метода простого раздаточного анкетирования. В качестве субъектов исследования выступили педагоги – 100 человек и руководители ДОО г.г. Барнаула, Славгорода, Тальменского, Павловского районов Алтайского края – 100 человек. Всего анкетированием было охвачено 200 респондентов.

Задачи этапов исследования: создание социально-позитивного образа (имиджа) руководителя ДОО и учреждения в целом; уточнение имеющихся управленческих резервов при формировании индивидуального позитивного имиджа.

На первом этапе педагогического исследования педагогам ДОО было предложено обозначить мнение о реализации управленческой деятельности руководителя с учетом личностных качеств в структуре его имиджа. Данный вопрос был задан также и руководителям ДОО с учетом выявления показателей уровня самооценки управленческой деятельности при создании собственного имиджа (таблица 1).

Таблица 1 - Мнение педагогов о деятельности руководителя ДОО и показатели уровня самооценки управленцев при создании имиджа

№ п/п	Качества	Положительная оценка		Негативная оценка	
		руководители о себе	педагоги о руководителе	руководители о себе	педагоги о руководителе
1	Профессионализм	70%	70%	30%	30%
2	Общительность (коммуникация)	60%	80%	40%	20%
3	Справедливость	95%	60%	5%	40%
4	Эрудиция	50%	70%	50%	30%
5	Культура речи	50%	60%	50%	40%
6	Благородство	70%	70%	30%	30%
7	Умение преодолевать трудности	70%	90%	30%	10%
8	Умение планировать	70%	90%	30%	10%
9	Мобильность	60%	70%	40%	30%
10	Креативность	70%	80%	30%	20%
11	Критическое мышление	80%	90%	20%	10%
12	Кооперация	80%	90%	20%	10%

Обобщенные итоги таблицы 1 свидетельствуют о том, что показатели самооценки руководителя при создании и трансляции своего имиджа несколько завышены, вместе с тем, педагоги доверяют своему руководителю, считают его грамотным – 60%, целеустремленным – 90%, что свидетельствует об эффективности оценки имиджа руководителя в коллективе.

Второй этап педагогического исследования включал вопросы для педагогов, которые характеризовали профессионально-личностные и деловые качества, присущие руководителям, подобный вопрос был адресован и самим управленцам ДОО (таблица 2)

Таблица 2 - Оценка проявления личностно-профессиональных и деловых качеств руководителя ДОО в структуре его имиджа

№ п/п	Руководители о себе	%	Педагоги о руководителе	%
1	Большинство подчиненных обо мне высокого мнения как о руководителе	40	У меня очень хороший руководитель, лучше не надо	50
2	Некоторые считают меня хорошим руководителем	70	Не могу сказать о руководителе ничего определенного	30
3	Коллеги считают меня посредственным руководителем	30	Наш посредственный руководитель	10
4	Педагоги считают, что им не повезло с руководителем	10	Мне очень не повезло с руководителем	10
5	Затрудняюсь ответить	5	Затрудняюсь ответить	5
6	Никогда не задумывался над этим	5	Никогда не задумывался над этим	20

Результаты данной таблицы свидетельствуют о том, что руководители ДОО при формировании своего имиджа недостаточно осознают значение проявления таких качеств, свойств, признаков, как личностного, так и профессионального характера и обозначают достаточно высокую самоуверенность при их оценке в процессе своей управленческой деятельности (доброжелательность, общительность, педагогический такт, благородство, мобильность, креативность); не все руководители осознают значение имиджа в деле презентации себя как руководителя и организации в целом.

Заключение

Таким образом, нами актуализирована значимость качественной организации имиджевой подготовки руководящего звена ДОО в структуре разработки Программы повышения квалификации по формированию индивидуально-привлекательного имиджа руководителя и организации в целом с использованием управленческих резервов; разработки тренингов, моделировании игровых проблемных ситуаций, способствующих продуктивному процессу создания позитивного имиджа учреждения и его руководителя. Данные позиции выступают мощным и эффективным ресурсом успешной деятельности ДОО.

Перспективы дальнейшего исследования представляют обоснование содержательных направлений создания социального имиджа организации в структуре методов публич-рилейшенз; организации исследования этапов поведенческого формирования имиджа ДОО, а также выявление общественного мнения, в том числе родителей воспитанников с анализом статистических данных об имидже и деловой репутации учреждения.

Итоги, полученные в ходе проведенного педагогического исследования, свидетельствуют о том, что руководители ДОО продемонстрировали завышенную самооценку почти по всем названным в анкете личностно-деловым качествам в структуре имиджа. В порядке исключения составляет оценка ими такого профессионального качества, как «эрудиция»: по мнению большинства руководителей – у них недостаточно развиты коммуникативные аспекты управления, в полной мере реализация функций педагогического общения и особенно – проявление такта, наличия актуальной информационной обратной связи в коллективе. Вместе с

тем, в ходе педагогического исследования выявлено, что большинство педагогов (60%) признали своих руководителей эрудированными, общительными, открытыми к диалогу по сравнению с показателями выявленной самооценки самих управленцев – 50%.

Выявлено также наличие расхожего мнения руководителей ДОО и педагогов по оценке проявления таких нравственных показателей, составляющих имидж, как «благородство» и «справедливость»: 70% руководителей ДОО определили себя «благородными» и 95% – «справедливыми», соответственно педагоги обозначили следующие показатели: «благородные» – 70%, «справедливые» – 60%.

Результаты проведенного педагогического исследования обозначили наличие отрицательных моментов в процессе формирования положительного имиджа руководителей ДОО, в частности, развитие и проявление таких качеств его руководителя, как человеческий фактор – «человеческая компетентность» – у многих руководителей дошкольного образования отмечается недостаточное соответствие требованиям, предъявляемым к реализации управленческой деятельности при формировании командообразования, кооперации членов коллектива, использования технологий тимбилдинга, что негативно отражается в процессе создания позитивного имиджа ДОО и его деловой репутации.

Выявленные результаты проведенного педагогического исследования обозначили актуальность и значимость целенаправленной, систематической работы по формированию имиджа современного управленца сферы дошкольного образования при разработке и реализации эдутонов-курсов на базе краевого учебно-методического объединения: «Универсальные характеристики педагогического имиджа», «Коммуникативные функции профессионального имиджа руководителя»; тренингов «Профилактика синдрома профессионального выгорания педагогов и руководителей ДОО»; форсайт-сессий «Искусство педагогического взаимодействия», «Формотворчество в деятельности руководителя и педагога»; проектного интенсива «Анатомия конфликта в педагогическом коллективе».

Проведенное педагогическое исследование и его результаты свидетельствуют о том, что современный руководитель ДОО должен уметь располагать к себе людей, правильно определять цели, находить пути их достижения, быть мобильным, креативным, доброжелательным, позитивно мыслящим и его имидж должен быть сфокусирован на самоактуализации, самосовершенствовании, самопрезентации, адекватности самооценки управленческой деятельности, планировании продуктивных изменений «Я-концепции» в векторе ее приближения к идеальному образу «Я-эффективный руководитель».

Управленческие резервы формирования позитивного имиджа ДОО включает ряд достоинств системы управления образовательной организацией: управленческую компетентность; самостоятельность в принятии решений; ориентации на развитие и саморазвитие; поддержку инициатив педагогов; учет и удовлетворение потребностей всех участников образовательных отношений; ориентацию на развитие индивидуальности образовательного учреждения; демократичность управления; создание положительного эмоционально-психологического микроклимата в коллективе; включение технологии командообразования при достижении целей ДОО; использование теории современного менеджмента в дошкольном образовании; восприятие учреждения как целостной социальной и образовательной организации членами коллектива, родительской общественностью, социальными партнерами.

Библиография

1. Беляева Ю.В. Теоретические подходы к понятию имиджа территорий. 2019. URL: <https://moluch.ru/archive/264/61187/>
2. Браун Л. Имидж – путь к успеху. СПб.: Питер, 2001. 283 с.
3. Горбаткин Д. Подходы к формированию имиджа организации в среде современных менеджеров // Корпоративная имиджеология. 2007. № 1. С. 27-30.
4. Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. СПб.: 2005. 144 с.
5. Ковальчук А.С. Основы имиджологии и делового общения. Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. 224 с.
6. Лазаренко И.Р. Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество // Педагог. 2000. № 9. URL: www.informika.ru/text/magaz/pedagog/pedagog_9/stat8.html
7. Панасюк А.Ю. Имидж: энциклопедический словарь. 2007. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01003392126>
8. Перельгина Е.Б. Имидж как феномен интерсубъектного взаимодействия: дис. ... д-ра пед. наук. М., 2003. 1052 с.
9. Петрова Е.А. Имидж и его изучение в современной науке // Известия Академии имиджологии. М., 2005. Т. 1. <https://naukarus.com/imidzh-i-ego-izuchenie-v-sovremennoy-nauke> дата обращения 13.03.2023340 с.
10. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. М., 2008. 447 с.
11. Свенцицкий А.Л. Социальная психология управления. М.: Проспект, 2004. 336 с.
12. Шепель В.М. Имиджология: Секреты личного обаяния. Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.

Managerial reserves of the head of a preschool educational organization in the formation of a positive image of the institution

Larisa G. Bogoslavets

PhD in Pedagogy, Associate Professor,
Altai State Pedagogical University,
656031, 55, Molodezhnaya str., Barnaul, Russian Federation;
e-mail: gera1905@yandex.ru

Lyudmila N. Gordeeva

Postgraduate,
Altai State Pedagogical University,
656031, 55, Molodezhnaya str., Barnaul, Russian Federation;
e-mail: ludmilagord_1973@mail.ru

Abstract

The article analyzes the directions of forming a positive image of a manager and an organization that ensure the effectiveness of stable functioning and transition to a development mode; the elements of constructing a positive image of a preschool educational organization are proposed; the functions of the image of a preschool educational institution are clarified; a number of features of the image as a socio-psychological phenomenon are identified; the structure of the personal image of the head, as well as managerial reserves are indicated, optimizing the process of forming a positive image of a modern preschool educational organization and its head, indicators of the level of self-esteem of managers in the structure of creating a positive image. The conducted pedagogical research and its results indicate that a modern preschool director must be able to win people over,

correctly define goals, find ways to achieve them, be mobile, creative, friendly, positively thinking, and his image should be focused on self-actualization, self-improvement, self-presentation, adequacy of self-assessment of management activities, planning of productive changes in the “I-concept” in the vector of its approach to the ideal image “Me as an effective leader”. The identified results of the conducted pedagogical research indicated the relevance and significance of targeted, systematic work to form the image of a modern manager in the field of preschool education.

For citation

Bogoslavets L.G., Gordeeva L.N. (2023) Upravlencheskie rezervy rukovoditelya doshkol'noi obrazovatel'noi organizatsii pri formirovanii pozitivnogo imidzha uchrezhdeniya [Managerial reserves of the head of a preschool educational organization in the formation of a positive image of the institution]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 13 (8A), pp. 294-304. DOI: 10.34670/AR.2023.75.27.030

Keywords

Image, preschool educational organization, head, managerial reserves, formation of a positive image, image resource of the head.

References

1. Belyaeva Yu.V. (2019) *Teoreticheskie podkhody k ponyatiyu imidzha territorii* [Theoretical approaches to the concept of the image of territories]. Available at: <https://moluch.ru/archive/264/61187/> [Accessed 06/06/2023]
2. Brown L. (2001) *Imidzh – put' k uspekh* [Image as the way to success]. St. Petersburg: Piter Publ.
3. Gorbatkin D. (2007) Podkhody k formirovaniyu imidzha organizatsii v srede sovremennykh menedzherov [Approaches to the formation of an organization's image among modern managers]. *Korporativnaya imidzheologiya* [Corporate imageology], 1. 2, pp. 27-30.
4. Koval'chuk A.S. (2006) *Osnovy imidzhologii i delovogo obshcheniya* [Fundamentals of imageology and business communication]. Rostov-on-Don: Feniks Publ.
5. Lazarenko I.R. (2000) Formirovanie imidzha obrazovatel'nogo uchrezhdeniya kak upravlencheskoe novshestvo [Formation of the image of an educational institution as a management innovation]. *Pedagog* [Educator], 9. Available at: www.informika.ru/text/magaz/pedagog/pedagog_9/stat8.html [Accessed 06/06/2023]
6. Panasyuk A.Yu. (2007) *Imidzh: entsiklopedicheskii slovar'* [Image: encyclopedic dictionary]. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01003392126> [Accessed 06/06/2023]
7. Pereyagina E.B. (2003) *Imidzh kak fenomen intersub'ektnogo vzaimodeistviya. Doct. Dis.* [Image as a phenomenon of intersubjective interaction. Doct. Dis.]. Moscow.
8. Petrova E.A. (2005) Imidzh i ego izuchenie v sovremennoi nauke [Image and its study in modern science]. In: *Izvestiya Akademii imidzhologii* [News of the Academy of Imageology]. Moscow. Vol. 1.
9. Pocheptsov G.G. (2008) *Pablik rileishnz, ili kak uspešno upravlyat' obshchestvennym mneniem* [Public relations, or how to successfully manage public opinion]. Moscow.
10. Shepel' V.M. (2005) *Imidzhologiya: Sekret'y lichnogo obayaniya* [Imageology: Secrets of personal charm]. Rostov-on-Don: Feniks Publ.
11. Svetsitskii A.L. (2004) *Sotsial'naya psikhologiya upravleniya* [Social psychology of management]. Moscow: Prospekt Publ.
12. Zmanovskaya E.V. (2005) *Rukovodstvo po upravleniyu lichnym imidzhem* [A Guide to Personal Image Management]. St. Petersburg.