**Корпоративная культура как один из аспектов имиджа педагога**

*Беспрозванных Л.С. учитель информатики МБОУ «СОШ №12»*

Феномен «корпоративная культура» вошел в пространство современного российского общества относительно недавно.

***Корпоративная культура*** – это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной компании, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды

Корпоративная культура определяется как способ социальной интеграции сотрудников посредством трудовой деятельности.

Корпоративная культура рассматривается также как одно из условий повышения эффективности работы организации и одновременно выступающей в роли проводника инноваций.

Благодаря широкому спектру оттенков, составляющих основу термина «корпоративная культура», использование данного понятия приемлемо к общеобразовательной школе, по организационной форме представляющей тип организации, оказывающей населению образовательные услуги и объединяющей всех участников образовательного процесса – родителей, учащихся, учителей.

Для наиболее объективной оценки характера корпоративной культуры необходимо иметь четкое определение функций корпоративной культуры. Остановимся на шести наиболее важных функциях.

* Прежде всего, корпоративная культура позволяет формировать **позитивный имидж организации**, проявляющийся как во внутренней, так и во внешней среде. Данная функция рождает такое понятие, как «престижное место работы», которое включает удовлетворенность сотрудником не только условиями работы, но и уважение к месту работы формирующееся во внешней среде.
* Ко второй функции корпоративной культуры следует отнести **поддержание ценностей**, которые составляют внутреннюю культуру организации. Данная функция включает в себя такие понятия, как история, определенные традиции, бережно сохраняемые всеми членами организации.
* Третьей функцией корпоративной культуры следует считать **формирование атмосферы сопричастности каждого члена организации к выполнению общего дела** **и ответственности за его реализацию**.
* Четвертая выполняет охранные функции, суть которых сводится к необходимости воспитания в сотрудниках духа **преданности и поддержания стабильности организации**.
* Пятая функция корпоративной культуры направлена на формирование **контроля за членами организации**. Данная функция носит безусловный регулирующий характер. Используя механизм заинтересованности каждого сотрудника в качественном выполнении своих должностных обязанностей.

Несмотря на разнообразие функций корпоративной культуры, наиболее оптимальным представляется вариант, в котором все функций корпоративной культуры объединяются. Подобное совпадение позволяет максимально повысить продуктивность трудового процесса, мотивацию сотрудников, создание новых трудовых стимулов позволяющих придать работе смысл и сформировать уверенность среди сотрудников об их принадлежности к какой – либо группе.

Интерес к изучению корпоративной культуры образовательного учреждения, обусловлен качественными изменения в подходах к образованию в условиях нового Закона об Образовании РФ, который предполагает принятие современной образовательной концепции, адекватной времени.

Школа в условиях модернизации помимо образовательных задач, должна не менее успешно реализовывать воспитательные задачи, направленные на формирование в учащихся способности занимать устойчивую гражданскую позицию, воспитывать в себе деловые качества, максимально способствовать реализации творческих способностей. Современная школа не может находиться вне поля гражданских взаимоотношений, которые воспитываются под влиянием корпоративной культуры.

Можно ли рассматривать корпоративную культуру педагогов в отрыве от учащихся? Это достаточно ошибочный подход. Размышляя об особенностях корпоративной культуры, хотелось привести мнение эксперта в области образования Ефима Лазаревича Рачевского. Он называет российскую школу серьезной корпорацией, полноправными сотрудниками которой, являются три классических субъекта образовательного процесс – учащиеся, родители и педагоги.

Корпоративная культура создает позитивный имидж образовательного учреждения.

Понятие «**имиджа**» соотносится с термином «корпоративная культура».

**Имидж** — это представление о человеке, складывающееся на основе его внешнего облика, привычек, манеры говорить, менталитета, поступков и т.д.

Значение имиджа для педагога безусловно, велико, поскольку наша профессия относятся к публичным видам деятельности. Имидж является важной составляющей профессиональной культуры, однако далеко не всегда ему уделяется должное внимание. Работе над имиджем не учат в вузах, часто и сам человек полагает, что достаточно владеть знанием предмета, быть хорошим специалистом, и не важно, как при этом выглядеть, с каким настроением идти к ученикам. По результатам исследования Е.В. Русской, в списке из десяти профессионально важных качеств учителя имидж занимал **второе место по оценкам учеников** и только восьмое — по оценкам учителей.

**1. Самоимидж** отражает восприятие человеком себя самого. Он проистекает из прошлого опыта, самоуважения, отношения к себе.

**Задание** Работу над имиджем полезно начать с осознания своего самоимиджа, с анализа того, как вы воспринимаете себя самого.

*Разделите лист на два столбца и запишите в каждый из них несколько положительных и несколько отрицательных качеств присущих вам.*

Что получилось? Каких качеств оказалось больше? Какой столбец было сложнее заполнять: с «хорошими» или с «плохими» характеристиками?

Эти упражнения помогают понять, какая у вас самооценка, как вы относитесь к самому себе, что вы склонны видеть в себе и др.

2. **Воспринимаемый имидж** — это то, как нас видят другие. Это видение может отличаться от самоимиджа, поскольку человек лишь предполагает, как он выглядит в глазах окружающих.

**Задание** Задумывались ли вы над тем, какое впечатление производите на окружающих?

Совпадает ли ваше представление о себе с тем, как видят вас окружающие?

*Чтобы понять это, заполните небольшую таблицу.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ассоциация | Я | Социум |
| Растение |  |  |
| Животное |  |  |
| Геометрическая фигура |  |  |

*Во втором столбце запишите, какие ассоциации вы вызываете у себя по каждому из пунктов. Затем спросите своих друзей, близких, коллег, какие ассоциации возникают у них, и запишите их в третий столбец.*

Сравните свои ассоциации с ассоциациями окружающих. Насколько они совпадают? Удивили ли вас ответы других людей? Изменилось ли восприятие себя после выполнения упражнения?

3. **Требуемый имидж** отражает стандарты, предъявляемые к имиджу внешней средой, ситуацией, окружением, нашей социальной ролью.

Надеюсь, вы получили полезную информацию для размышлений и действий.

Данные задания были взяты из темы «Управление имиджем» цикла дистанционных модульных курсов «Навыки профессиональной и личной эффективности» размещенных Педагогическом университете «Первое сентября».

Учителя нашей школы и я том числе являются участниками Общероссийского проекта «Школа цифрового века» от Издательского дома «Первое сентября» начиная с 2011 года и по настоящее время.

* В рамках данного проекта каждый участник через личный кабинет имеет доступ к электронной версии периодических изданий, таких как газета «Первое сентября», учебным-методическим журналам для учителей по разным предметам.
* Принять участие в фестивале «Открытый урок», отследить перечень присланных статей и дополнительная информация, связанная с получением заявок, платежей и документов.
* Пройти обучение в Педагогическом университете «Первое сентября» специализирующегося на проведении дистанционных (заочных) и очных краткосрочных курсов повышения квалификации для работников образовательных учреждений.

Имидж учителя, его образ, являются во – многом визитной карточной образовательного учреждения. При этом самое главное впечатление складывается от восприятия внешнего облика педагога, и лишь во вторую очередь воспринимается с его личностными качествами такими, как например тактичность, активность, трудолюбие, доброжелательность и т.д.

Модернизация российского образования требует от школы не только быть конкурентоспособной организацией, характеризующейся гибкостью, адаптивностью, готовой к принятию новых импульсов в образовании. Современная школа обязана превратиться в мощную образовательную корпорацию, индивидуальный образ которой формируется под влиянием имиджа педагогов, работающих непосредственно в образовательном учреждении. В качестве мощного рычага направленного на повышение уровня образования выступает корпоративная культура, способствующая объединению всех участников образовательного процесса.