

Секция «Социология»

Имидж школьника в формировании корпоративной культуры

Евстифеева Ольга Васильевна

Студент

Владимирского государственного университета, Муромский филиал, Педагогики и социальных технологий, Муром, Россия

E-mail: olechka_evstifeeva@mail.ru

В современных условиях несомненную роль в развитии личности ребенка играет учебное заведение, в котором он обучается. Помимо учебного процесса в школе активно формируются социальные связи и отношения, посредством которых личность успешно социализируется. Данный процесс обеспечивается в рамках корпоративной культуры учреждения.

Некоторые авторы трактуют корпоративную культуру как совокупность ценностей и убеждений, разделяемых работниками учреждения, которые определяют их поведение и характер жизнедеятельности организации. Она существует в любой организации, где находятся больше двух человек [1, с.37]. Учебное заведение не является исключением. В нем присутствуют характерные для данной школы система идей и ценностей, пра-вила поведения, нормативы в одежде, общие цели.

Формированию корпоративной культуры школьников способствует имидж, который представляет собой эмоционально окрашенный стереотип восприятия образа ученика в сознании учащихся, преподавателей, социального окружения, в массовом сознании. При формировании имиджа школьника реальные качества тесно переплетаются с теми, которые приписываются ему окружающими.

Имидж учащихся рассматривается через призму двух составляющих – внутренние (содержательные) и внешние (демонстрационные) элементы образа. Внутренние элементы включают в себя работоспособность, трудолюбие, стратегию жизни (саморазвитие, самосовершенствование, постоянная реализация в творчестве). К внешним относятся реализация общих внешних данных, полученных от рождения и частично сформированных путем физических упражнений, выражение лица, мимика, принимаемая поза, движение корпуса, жестикауляция (во время заслушивания материала, выступлений, в процессе разговора с окружающими), тип одежды и цветовые решения.

Получение образования является главной целью, объединяющей всех учащихся. Для повышения качества образования необходимо создать и культивировать такой образ, который смог бы способствовать достижению данной цели. В таком контексте имидж направлен на:

- укрепление дисциплины. Дисциплина отражает соответствие поведения и образа жизни человека правилам и нормам, сложившимся в обществе. Дисциплинированность как качество личности характеризует ее поведение в различных сферах жизни и деятельности и проявляется в выдержанности, внутренней организованности, ответственности, готовности подчиняться и личным и общественным целям, установкам, нормам и принципам.

Школьная дисциплина - одна из форм проявления дисциплины общественной. Это принятый порядок в стенах учебного заведения, соблюдение учащимися правил взаимоотношений с учащимися и учителями, принятых правил и предписаний. Являясь

составной частью нравственности, дисциплина учащихся основана на личной ответственности и сознательности, она готовит ребенка к социальной деятельности. Обладая самодисциплиной, школьник защищает себя от случайных внешних обстоятельств, увеличивая тем самым степень собственной свободы[3, с.212];

- мотивацию к получению знаний. Имидж, прежде всего, должен прививать усердие в учебе, развивать трудолюбие. Позитивный образ учащегося – сочетание внимательно-го восприятия материала с активностью на занятиях, выполнением домашних заданий, хорошими результатами при аттестации;

- мотивацию к саморазвитию. Имидж должен призывать учащихся к постоянному самосовершенствованию в целях развития своей личности.

Корпоративная культура школьников представляет собой систему норм, представлений, убеждений и ожиданий учащихся в сфере общения и поведения в учебном заведении, отражающую принятые и выработанные ими ценности и проявляющуюся в символах, традициях, правилах.

Корпоративная культура в учебном заведении предполагает общий внешний вид. Здесь свое отражение находят демонстрационные элементы имиджа. Имидж тесно связывается с понятием дресс-код, представляющий собой регламент в одежде, единой для конкретных классов или для всего учебного заведения. Школьная форма - это не столько наряд, сколько повседневная одежда, в которой ребенок ходит пять дней в неделю. Идеальный вариант - это красивая, удобная и недорогая форма, состоящая из нескольких аксессуаров для разных времен года. Многие школы заключают контракт со швейными фабриками. При этом учителя, родители и дети определяют стиль, выбирают фасон, цвет формы. Детские психологи советуют выбирать спокойные, приглушенные цвета и не использовать прямые цвета радуги, они повышают утомляемость у детей, могут спровоцировать скрытое раздражение[2, с.57].

Таким образом, формированию корпоративной культуры школьников способствует имидж, который рассматривается с двух позиций– внутренней (работоспособность, трудолюбие, стратегию жизни) и внешней (реализация общих внешних данных, полученных от рождения и частично сформированных путем физических упражнений, выражение лица, мимика, принимаемая поза, движение корпуса, жестикация, тип одежды и цветовые решения) элементы образа. Имидж способствует повышению успеваемости, сплочению коллектива, развитию гордости за себя и свою школу, повышению творческой и социальной активности, сглаживанию разницы в материальном достатке.

Литература

1. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа. - М., Владос, 2004. – 240 с.
2. Кульневич С. В. Управление современной школой : практическое пособие для руководителей школ и методистов, учителей и студентов вузов. вып. 7 : Образовательный маркетинг в школе. - Ростов на Дону : Учитель, 2005. - 192 с.
3. Сластенин В.А. и др. Педагогика: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений под ред. В.А. Сластенина. - М.: Издательский центр «Академия», 2002. - 576 с.