

## **Основы корпоративной культуры лагеря**

Корпоративная культура детского оздоровительного лагеря является фундаментом, на котором строится вся деятельность. От того, насколько эффективна и продумана концепция корпоративной культуры, зависит устойчивость и успешность организации в целом

Корпоративная культура - это система социокультурных связей и отношений, которые возникают в ходе процессов организации, самоорганизации и профессиональной деятельности детского оздоровительного лагеря (ДОЛ) Как и любой организации, детскому лагерю присущи несколько внешних характеристик, определяющих корпоративную культуру:

- чувство причастности к детскому лагерю;
- понимание своего места и своей роли в лагере;
- сформированная миссия лагеря и принятие этой миссии сотрудниками ДОЛ;
- сформулированные ценности лагеря как уникальной организации;
- сформулированные правила и нормы внутри лагеря;
- трудовой этикет и стиль взаимоотношений с клиентами (дети, родители);
- наличие внешних атрибутов и символов;
- внешний вид сотрудников.

Совершенно очевидно, что без понимания названных параметров невозможно формирование таких качеств педагога как внутренняя культура, педагогическое мастерство, педагогический такт, профессиональная этика и профессионализм.

***Ядром корпоративной культуры лагеря является педагогический коллектив.*** В условиях формирования штата детского лагеря важно оперативно и гибко вовлечь всех сотрудников в целостную культуру организации и создать возможность ее трансляции для новых членов коллектива.

В целом модель корпоративной культуры любой организации имеет универсальный набор компонентов. А пути ее развития наполняются специфическим содержанием:

1. Культура отношений с внешним миром: международные связи, отношения с государственными структурами; отношения с партнерами, СМИ и др.; корпоративный профиль организации.
2. Культура отношений с внешним социумом: декларация миссии детского лагеря как организации; коллективный договор, корпоративные правила.

3. Культура условий: качество трудовой жизни сотрудников; мотивация и стимулирование к труду, творчеству.
4. Культура управления: создание психологического климата; стиль руководства и управления; профилактика и недопущение развития деструктивных конфликтов; потенциал личности сотрудников.
5. Культура сотрудников и обучающихся: командный дух; внешний вид сотрудников; культура делового общения.

Развитие корпоративной культуры влияет на повышение имиджа детского лагеря, что, в свою очередь, приводит к положительным эффектам воспитания.

Цель корпоративной культуры, с одной стороны, заявить другим о себе, показать «кто есть кто», с другой – внутреннее сплочение и объединение. Корпоративная культура может быть внешней (то, что видно другим) и внутренней (то, о чем знают лишь члены группы).

<i>Внешняя корпоративная культура</i>	<i>Внутренняя корпоративная культура</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Название.</li> <li>- Герб, эмблема.</li> <li>- Флаг (знамя, стяг, штандарт).</li> <li>- Гимн (песня).</li> <li>- Девиз (кричалка, речевка).</li> <li>- Язык.</li> <li>- Приветствие.</li> <li>- Жесты, мимика.</li> <li>- Обычаи, традиции, ритуалы.</li> <li>- Отрядное место, его состояние.</li> <li>- Герои группы.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Цель, задачи.</li> <li>- Ценности.</li> <li>- Структура группы (лидеры, аутсайдеры, предпочтения).</li> <li>- Законы.</li> <li>- Общие секреты.</li> </ul>

Внутренняя сторона корпоративной культуры является основой для внешней.

Не забывайте, что вы – участник корпоративной культуры отряда и лагеря. Не нарушайте правила, которые ценны для вашей группы

### ***Что такое имидж лагеря и как он формируется?***

Имидж – сложившийся в массовом сознании эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо. Он формируется в общественном или

индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации для психологического воздействия.

Основное предназначение имиджа – подчеркивать сильные стороны и скрывать недостатки. Имидж бывает индивидуальный и коллективный. К коллективному имиджу относятся:

- групповой имидж, носителем которого является группа;
- корпоративный имидж – символический образ организации, в основе которого лежат элементы, обеспечивающие восприятие организации как субъекта;
- системно-корпоративный имидж (имидж территориального образования: поселка, города, региона, страны).

Имидж лагеря относится к корпоративному имиджу и включает:

- имидж организации в целом (отзывы, реклама, PR);
- имидж сотрудников лагеря (стиль, культура общения, атрибутика, форменная одежда, общий культурный уровень и эрудиция);
- имидж услуги, оказываемой лагерем (программа, эффективность и др.);
- имидж деятельности лагеря.

Имидж лагеря влияет на формирование корпоративной культуры и корпоративного сознания, а через это – на формирование ценностей лагеря; формирует мотивацию персонала (люди начинают понимать свою принадлежность к этому лагерю и гордятся им); влияет на установление благоприятного психологического климата в коллективе; способствует идентификации личности, четкому определению ее роли в организации; создает возможность для более действенного управления, в котором гармонично сочетаются материальные и духовные ценности составляющие поощрения труда сотрудников.

При формировании имиджа следует учитывать что:

- имидж устойчив и одновременно подвижен и изменчив. Он корректируется, адаптируется к текущей ситуации;
- имидж в определенной степени идеализирует свой прообраз – либо преувеличивает его преимущества, либо наделяет объект дополнительными социальными, идеологическими, психологическими качествами в соответствии с ожиданиями тех, на кого нацелена имиджевая информация;
- имидж подчеркивает специфичность и уникальность объекта.

***В чем особенность личного имиджа педагога – руководителя временного детского коллектива?***

*Если о вас думают хорошо – вам могут простить многое. Если нет – то вам не помогут и заслуги.*

*А. Теткоракс.*

Личный имидж – проявление внутренних ощущений и собственных представлений о себе с учетом стереотипов восприятия окружающих людей. Имидж жизнеспособен и убедителен лишь тогда, когда соответствует внутренним качествам человека, его характеру, темпераменту и образу жизни.

Положительный имидж педагога ДОЛ это:

- внешний вид, аккуратность, стильные аксессуары (в меру);
- правильная чистая речь, без жаргонизмов и срывов. Короткие и веские предложения;
- уверенность в себе, своих силах и поступках;
- спокойствие;
- находчивость, чувство юмора;
- инициатива, творчество;
- уважение ко всем членам коллектива детского лагеря (коллеги, дети, сервисные службы).

Неотъемлемой частью корпоративной культуры выступает **визуальная среда** загородного лагеря.

Информационно-визуальная среда детского лагеря всегда носит воспитательный характер и является частью корпоративной идентичности

Корпоративная идентичность (англ. corporate identity) - образ компании, корпорации или бизнеса в глазах публики, клиентов и сотрудников. Она обеспечивается различными средствами, включая характерный дизайн, использование товарных знаков.

«Корпоративный» или «фирменный» стиль часто понимается как набор словесных и визуальных констант, обеспечивающих единство восприятия товаров, услуг, информации потребителем.

Корпоративный дизайн наряду с корпоративной философией, корпоративной культурой и корпоративным поведением является одним из элементов корпоративной идентичности.

**Фирменный стиль детского лагеря**, его функции и основные элементы — это один из наиболее современных и актуальных видов самоидентификации лагеря.

Под фирменным стилем понимают набор цветовых, графических, словесных и прочих постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство образа, всей исходящей от детского лагеря информации, ее внутреннего и внешнего оформления. Использование фирменного стиля

предполагает единый подход к оформлению, цветовым сочетаниям, образам в рекламе, деятельности, оформления лагеря, его вожатых, детей и пр.

Фирменный стиль в жизни организации выполняет следующие важные функции:

*Имиджевая функция* - формирование и поддержка быстро узнаваемого, оригинального и привлекательного образа детского лагеря, что способствует повышению ее престижа и репутации. Положительное восприятие детского лагеря целевой аудиторией переносится и на его (лагеря) деятельность.

*Идентифицирующая функция* - фирменный стиль способствует идентификации деятельности лагеря, указывает на её связь с данным детским лагерем и их общее происхождение.

*Дифференцирующая функция* - выделение деятельности данного детского лагеря из общей массы аналогичных. Он является определенным «информационным носителем» и помогает потребителю услуг лагеря ориентироваться в потоке информации в данной сфере, облегчает процесс выбора.

Когда целевая аудитория знает данный фирменный стиль, она с большей долей вероятности обратит внимание на знакомый логотип, цвета, шрифты, выделит конкретное имиджевое сообщение из общего информационного шума, который становится с каждым днем все более интенсивным. Использование единого фирменного стиля во всех формах рекламной кампании сделает рекламу более целостной.

Кроме того, значение фирменного стиля состоит в том, что он позволяет детскому лагерю с меньшими затратами выводить на рынок свои новые услуги, повышает эффективность рекламы и улучшает ее запоминаемость.

Фирменный стиль упрощает разработку маркетинговых коммуникаций, сокращает время и расходы на их подготовку, способствует повышению корпоративного духа, объединяет сотрудников, вырабатывает «корпоративный патриотизм», положительно влияет на визуальную среду детского лагеря и эстетическое восприятие его деятельности (красивый, привлекательный стиль повышает эстетическую ценность программы детского лагеря).

Таким образом, фирменный стиль является сегодня основой всей коммуникационной политики детского лагеря.

К системе фирменного стиля относят следующие основные элементы:

- товарный знак;
- логотип;
- фирменный блок;
- фирменный лозунг (слоган);
- фирменная гамма цветов;

- фирменный комплект шрифтов.

К информационным средствам лагерной жизни следует отнести: работу пресс-центра (радио, стенгазета), информационные стенды (для детей, родителей...), отрядные уголки, средства наглядной агитации, рекламные издания...

**Общий информационно-рекламный уголок лагеря** - это красочный стенд или планшет. Здесь и родители, и дети найдут много полезной информации. Здесь мы размещаем списки детей, схему расположения здания (комнат) лагеря, режим дня лагеря, время работы социально - психологической службы и библиотеки, а также план работы лагеря на смену и на день.

Содержание:

*План работы лагеря на смену* должен быть красочным и оригинальным. Здесь мы указываем дату, время и место проведения лагерных мероприятий, названия тематических дней, формы коллективных творческих дел.

*План работы лагеря на день* также предполагает оригинальность оформления, эстетичность. В таком плане прописываются мероприятия на каждый день. Они могут сопровождаться весёлыми иллюстрациями, шуточными рисунками, карикатурами.

- *Информация по общей безопасности детей и взрослых.*
- *Режим дня*
- *Списки детей для родителей (сведения о расположении отрядов для родителей).*
- *Правила поведения в лагере. Законы. Традиции.*
- *«Права детей». Раздел для родителей, в который помещается разнообразная информация по соблюдению прав детства в учреждении и семье, адреса и телефоны организаций, куда можно обратиться за помощью, официальные документы.*
- *«Советы врача» или «Медицинская страничка». Материалы готовят медицинские работники по наиболее актуальным темам: профилактика инфекционных заболеваний, оказание первой медицинской помощи, вредные привычки, их профилактика и коррекция и др.*
- *«Азбука безопасности». Этот раздел представляет материалы по обучению дошкольников правилам безопасного поведения в быту и экстремальных условиях.*
- *«Внимание! Конкурс!», «Спешите участвовать!». Информация о предстоящих в ДООЛ конкурсах.*
- *«Специалисты советуют». Материалы этого раздела готовят специалисты ДООЛ: педагог-психолог, инструктор по физической*

культуре по актуальным темам – материалы о проведении спортивных мероприятий, психологических и педагогических акциях

- «Наша жизнь день за днем». Раздел представляет материалы о минувшем дне: какие проходили занятия, какие песни выучили на музыкальном занятии, куда ходили на экскурсию, какой смотрели спектакль и мн. др. Материал постоянно обновляется. Меню.

- *Мудрые мысли. Высказывания известных педагогов, писателей, философов о воспитании подрастающего поколения, народная мудрость о семье и семейном воспитании.*

- Папки-передвижки.
- Фотовыставки.
- Рекламно-информационные буклеты.
- Информационные письма, проспекты, памятки...
- Выставки детских работ (тематические выставки)- дополнение письменной информации для родителей рисунками, фотографиями, натуральными предметами, сделанными руками детей, педагогов.

#### **Примерные виды и названия информационных стендов**

- «Пресс-центр сообщает...»
- «Говорит совет лидеров»
- «Окна нашего роста»
- Рекламный щит«Поздравляем»
- Информационный стенд «Агенство новостей» («Что? Где? Когда?»)»
- «Доска почёта», экран соревнования
- «Банк идей, мнений и предложений»
- «Родной лагерь в цифрах и лицах»
- «А если откровенно?» (данные социологических опросов)
- «Дерево желаний»
- «День за днем» («Калейдоскоп интересных дел»)
- справочное бюро «Прямая линия»
- («Хочу задать вопрос»  
«Спрашивай. Советуй. Предлагай»)
- «Хроника событий» (летопись смены)

**Оформление помещения** оздоровительного лагеря требует проявления фантазии и творчества. Здесь обязательно должны быть размещены:

- Уголок символики (Государственный флаг и Герб);
- Уголок по ТБ (правила поведения в лагере, правила поведения на прогулке, в столовой, правила дорожного движения, правила

техники безопасного поведения в помещении и правила противопожарной безопасности);

- Стенд по здоровому образу жизни (здесь можно разместить различного рода наглядную и агитационную продукцию: буклеты, информационные листки, советы врача, адреса и телефоны консультационных пунктов, уголок здоровья).