

Как создать имидж руководителя и каким он должен быть!

Луценко Екатерина Леонидовна

*Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема
к.с.н., доцент, заведующая кафедрой экономики, управления и финансового
права*

Мальчонок Наталья Николаевна

*Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема
Магистрант*

Аннотация

В статье рассмотрены различные понятия имиджа, его роли в формировании имиджа руководителя, основные критерии и способы формирования имиджа.

Ключевые слова: имидж, имидж руководителя, понятия, элементы, организация.

How to create a manager's image and how it should be!

Lucenko Ekaterina Leonidovna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

*Candidate of sociological science, associate professor, Head of the Department of
Economics, Management and Financial Law*

Malchonok Natalia Nikolaevna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Undergraduate

Abstract.

In the article various concepts of image, its role in forming the image of the head, main criteria and ways of image formation are considered.

Keywords: image, image of the leader, concepts, elements, organization.

В общенаучном мире сформировались многочисленные взгляды в отношении возникновения понятия «имидж» от английского как (image).

Учитывая, что имидж взял свое начало от латинского слова image (образ), имеющий связь с латинским словом imitari (имитировать).

В применении понятия Вебстера, его толкового словаря, образ (имидж) понимается в виде подражания либо визуализация внешнего вида субъекта, в главной роли его внутреннего состояния. Имидж подразумевается как образ, созданный воображением, представлением внешнего вида и личных качеств,

заранее порождающихся в понимании людей с помощью, пиара либо публикаций на баннерах, газетах».

В словаре С.И.Ожегова [5] – имидж «имеет» имеет ряд понятий. Это «вид», «облик», «отображение», «идея», «тип», «порядок», «характер». В современном мире проявляется понятие «имидж» как взгляд «противоречие, показывающее то, как может, какое имеет отношение к кому-либо человеку либо ситуации, понимание и участие в чем-либо.

При создании имиджа руководителя формируется огромное количество возражений и разногласий, объединившихся с неадекватностью, в понимании своего поведения и самого себя самого, своей работы и фактическим отношением к этому, желание иметь благоприятный образ и недостатков при достижении цели, намерений иметь положительный имидж и отсутствием к этому стремления к благоприятным личностным изменениям, одна из главных целей является - решение практических задач по формированию имиджа и исправлению недостатков изучения проблемы.

В широком понимании определенным сложившимся образцом понимания руководителя, а именно как руководитель - патерналист. [4].

Распространено мнение, что руководитель – это индивид, чья деятельность направлена на ущемление интересов сотрудников, который преследует цель получение наибольшей выгоды при минимальных потерях и затратах.

При формировании своего имиджа, начальник совершенствует степень культуры делового общения, находит пути решения проблем и взаимодействия с коллегами, непосредственными коллегами. Имидж, создаваемый руководителем, подтверждает знания, умения, ценности благодаря которым он находит вариант применения их в деле [3].

Вследствие этого, имидж начальника вплотную взаимодействует со стратегией организации.

В различной ситуации имидж дает возможность сформировать первое впечатление о человеке как о начальнике. Имидж в данной ситуации - его важный знак, его «визитка». Как правило, чем лучше и качественнее создан имидж, тем значимее его профессиональные и личные качества, во главе которых стоит сформировать положительную и деловую репутацию у организации, которую он демонстрирует и возглавляет.

В основном, если заходит речь об имидже, предполагается без сомнения наличие людей, которые воспринимают данное качество. Имидж - это деловитое создаваемое мнение о себе у окружающих людей. Процесс восприятия зависит во многом от создаваемых характеристик, как носителя образа, так и рабочих групп, на которых непременно будет производиться это воздействие. Данная взаимосвязь есть конкретное макровоздействие, которое находит в обсуждении друг друга и изменении каких либо параметров. Руководитель - это субъект, тот на кого формально возложены обязанности управления коллективом и организацией.

Делая вывод можно сказать что, из этого, возникла необходимость изучения имиджа как компонента системы социального управления.

Формирование благоприятного имиджа начальника во многом находит благоприятный итог в его работе. Главенство индивида над людьми зависит не только от его склада ума и физической силы, силы, но и от производимого им эффекта и его обольстительности. Внешний облик, одежда человека несказанно оказывают отклик на отношение к руководителю его подопечный и коллег, а также партнеров [2].

Итогами изучения, которые были проведены в США, повествуют о том, что от имиджа, а так же образа имеют большое значение, возможность заполучить желанную должность и достичь желаемого признания и результата в работе. Соперничество на рынке труда не дает сто процентов гарантий принятия на должность только за счёт его образования, навыков и опыта. Наниматели требуют достаточно, расширенный спектр условий и требований, в следствии и к имиджу, если это работа непосредственно с людьми. Делая вывод можно сказать, что имидж стоит на одном из первых мест в жизни и работе высококвалифицированного сотрудника.

Американские психологи Тенкерслей и Нолл доказывают, что

- центральным компонентом благоприятного образа является способность вести диалог с людьми при любой ситуациях, литературным языком, возможностью вести деловую корреспонденцию и иметь хорошее произношение.

-внешний вид – холеность, состояние здоровья, подтянутая фигура, чистая, опрятная одежда, и важное это хорошие манеры.

По итогам опроса сложилось мнение, что для любого руководителя, либо директора, одним из главенствующих критериев является благоприятные условия для дальнейшего роста в работе, чем курсы по переподготовки, семинары и тренинги.

Также все опрошенные думают, что развитие и расцвет организации также зависит от его сформированного имиджа.

Исходя из этого, создавая имидж, главное учесть важные составляющие элементы как умение вести диалог, умение вести себя в обществе, подача руки, осанка, физическое здоровье, холеность (волосы, кожа, руки и т.д.), хорошие манеры (воспитанность), манеру одеваться.

Было выявлено ряд особенностей поведения для упрочнения имиджа:

- Будьте уверены, говоря о проблеме, но спокойны с людьми.
- Старайтесь отойти от грубых, жестоких доводов, проявите мягкость в выражениях.
- В диалоге с оппонентом следует в меру затронуть интересы, а не позиции.

Имидж переживает негативные последствия если, человек ставит перед собой только цель отстаивать свои позиции, сражается за то, что не имеет смысла для дела.

- Образ начальника ухудшается, если руководитель использует во вред своим полномочиям, проявляет грубость в высказывании мнения, тверд в обращении с коллегами, не внимая интересам подчиненных.

Исходя из этого, руководитель, который показывает свое внимание к оппоненту, к его мнению, идеям усиливает образ, получая потенциальную похвалу, улучшает, образ начальника.

Духовная, ключевая ценность будет на стороне задающего вопросы, а не отвечающего на них.

Хороший результат, достижение руководителем поддерживает имидж достойного заслуживающего человека.

Имидж начальника неукоснительно завязан с тем, что как и с кем будет происходить контакт, в каких местах будет происходить общение с оппонентом, как проводит свое свободное время, бывает ли он в местах отдыха, то есть посещает ли кино, рестораны, или же предпочитает полежать на диване с журналом, либо посетить пивные бары, либо посидеть на лавочке в парке, посмотреть на плескающихся рыбок в пруду.

Имидж руководителя повышается, если он умеет разделять личное и рабочее время, то есть не позволяет на рабочем месте приятельских отношений, не ставя знакомых и друзей выше основного коллектива[1].

Это содействует принятию начальника как серьезного, непреступного, погруженного в работу.

В настоящее время на имидже руководителя присуще негативное воздействие имеет то, в работе в организации, предприятии вблизи работы с начальником пытаются устроить своих членов семей, родственников, друзей.

Создание благоприятного имиджа руководителя находится во многом, главное найти подход при общении с подчиненными.

Одним из способов для разработки благоприятного имиджа начальника является умение общаться с коллективом, как можно чаще благодарить и выражать искреннюю признательность за проделанную работу.

В большинстве случаев у начальника возникают опасения «перехвалить» либо «захвалить», подчиненных. В настоящее время сформировались направления в сторону грубого обращения с работниками. Проявляется это в том, что в России не нашло отклика благодарить и одобрять действия подчиненных, и в значительном преобладании «кнута» над «пряником» - наказаний над поощрениями.

Было выявлено, что вознаграждение является лучшим стимулом к труду по сравнению с наказаниями.

В чем же выражаются основные задачи имиджа руководителя?

На первом месте выступает то, что руководитель обязан выглядеть соответственно ожиданиям работников и деловых партнеров, небрежный или слишком выделяющийся вид может заставить и тех и других усомниться в авторитетности такого руководителя.

Далее, если имидж построен правильно, он сможет дополнительно вдохновить и всколыхнуть работников для повышения деятельности в

работе. Подчиненные, как правило, расположены учитывать мнения и предложения того, кто приятен им внешне.

В окончании, имидж руководителя – лицо всей организации, а, значит, именно в соответствии с ним формируется восприятие компании в среде деловых партнеров или клиентов.

При формировании имидже важна во всем каждая деталь. Нужно четко продумывать каждую деталь, от делового костюма до хороших манер.

Одним из важнейших моментов, является то, что образ начальника обязан отражать и соответствовать духу, сформированному в организации. Существуют разные виды организаций, в которых требуются и различного имиджа их руководителей. Важно, чтобы имидж начальника выглядел естественно, имидж обязательно должен быть основан на его профессиональных и собственных качествах.

Исходя из вышесказанного, можно сделать, что важны не только аспекты благоприятного имиджа, а также как руководитель может руководить предприятием и подчиненными, какими целями он будет руководствоваться. Такая сложная и детальная работа чаще всего по силам только высокоспециализированным людям.

Библиографический список

1. Васильцева А.В. Имидж: определение центрального понятия имиджелогии // Социально-гуманитарные знания. 2005. № 4. С. 311 – 317.
2. Горчакова В. Внутренний образ. Экспресс методика глубинного имиджирования // Управление персоналом. 2005. № 20. С. 64–70.
3. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. СПб. : Речь, 2003. 304 с.
4. Ковальчук А.С. Основы имиджелогии и делового общения: учебное пособие для высших учебных заведений. Ростов на Дону: Феникс, 2003. 230 с.
5. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка/. С.И.Ожегов: М.Мир и образование 2007. URL: <http://enc-dic.com/ozhegov/Konkurencija-12835.html> (дата обращения 05.04.2018)