

Имидж Руководителя

Подготовила:
Студентка группы Т-17,
Каева Дарья.

Имидж и его составляющие

Имидж – это
искусство
управлять
впечатлением.

Эрвин Гофман

Слово **имидж** (от франц. или англ. image) в буквальном переводе на русский язык означает «образ», «облик». Применительно к личности руководителя компании это понятие можно истолковать следующим образом: имидж — это целостный непротиворечивый образ руководителя в сознании окружающих, соответствующий целям, нормам, ценностям, принятым в целевой группе, и ожиданиям, предъявляемым членами группы к руководителю.

Несколько **ключевых слов** данного определения позволяют разграничить понятия имиджа и стиля, нередко синонимичные для обывателя.

Первое из них — «**целостный**». Оно означает, что в структуру имиджа руководителя входит не только его внешний вид (прическа, одежда, аксессуары и т. п.), но и всё, на основе чего окружающие составляют мнение о человеке. Сюда могут быть включены стиль руководства, общая направленность личности руководителя, его коммуникативные и интерактивные навыки, манера речи и т. д.

Второе ключевое слово — «**непротиворечивый**». Под ним следует понимать, что внешнее проявление имиджа должно соответствовать внутреннему состоянию человека. Больше всего для описания этой стороны имиджа подходит понятие конгруэнтности, т. е. соответствия одних элементов имиджа другим.

Следующие ключевые слова можно объединить в общий блок, который характеризует **корпоративную культуру организации**: «цели», «нормы», «ценности» и «ожидания» целевой группы, — в данном случае коллектива подчиненных.

Привлекательный имидж руководителя значит многое: он помогает расположить к себе любого сотрудника, без него крайне сложно продвигаться по карьерной лестнице и занимать все более высокие руководящие посты. В конце концов, по имиджу руководителей потенциальные партнеры и клиенты делают выводы обо всей компании в целом. Поэтому каждый настоящий карьерист задумывается о том, как создать себе правильный имидж современного руководителя.

Проблема соответствия имиджа руководителя особенностям корпоративной культуры чаще всего возникает в ситуации организационных изменений, сопряженных со сменой руководящего состава. Однако бывают ситуации, когда некоторые личные мотивы руководителя заставляют его поднять проблему внутреннего имиджа.

Таким образом, основной **целью формирования имиджа** является моделирование способа восприятия руководителя подчиненными, при котором он органично вписывается в систему ожиданий подчиненных, соответствующую сложившемуся типу корпоративной культуры.

Главная функция имиджа – приведение действий руководителя в соответствие с ожиданиями подчиненных. Эта функция следует из простейшего требования объяснимости действий человека для окружающих. То есть, чем однозначнее интерпретируются действия человека, чем легче их объяснить, тем больше степень понимания и, следовательно, положительной оценки этих действий.

Имидж в большинстве случаев обладает также **мотивирующей функцией**. Чаще всего эта функция реализуется в предпринимательском и партисипативном типах корпоративной культуры, где стремление быть похожим на лидера может стать хорошим стимулом для развития подчиненных.

Нормативная функция следует из двух предыдущих, и заключается она в том, что руководитель задает нормы взаимодействия в группе (организации). Если нормы приняты большинством членов организации, то это становится предпосылкой для сплочения коллектива, снижения количества конфликтных ситуаций и, как следствие, формирования благоприятного организационного климата.

Образ руководителя — это целостная структура, включающая в себя такие факторы как:

- ✓ Поведение.
- ✓ Умение внятно и разумно излагать свои мысли.
- ✓ Умение внушать доверие.
- ✓ Умение внушать работникам желание подчиняться.
- ✓ Приятный внешний вид.
- ✓ Грамотная речь.
- ✓ Уважение со стороны сотрудников.
- ✓ Активность в профессиональной сфере.
- ✓ Преданность компании, готовность работать на ее развитие.
- ✓ Умение брать на себя ответственность за принятые решения – за подчиненных несет ответственность руководитель.
- ✓ Умение сохранять высокий уровень работоспособности.
- ✓ Нацеленность на результат, активное стремление решить текущие задачи, развиваться самому и развивать компанию, в которой занимает высокую должность.
- ✓ Выраженные лидерские качества.

В целом, имидж главного менеджера можно оценить по четырем основным факторам – **основным составляющим имиджа**:

- 1. Персональные данные.** В них входят характеристика личности, опыт, знания, физиологические особенности, тип личности, способ принятия решений . Речь идет о внешнем виде, манере разговаривать, характере принятия решений, темпераменте человека, словом обо всем, что определяет вашу яркую индивидуальность. Некоторые руководители пренебрегают этой составляющей имиджа, однако не забывайте, что первое впечатление зачастую самое сильное.
- 2. Ценности,** опираясь на которые, вы принимаете решения. Мы принимаем решения в соответствии с внутренними установками, они должны соответствовать идее организации, потому что ценности менеджера не только влияют на имидж руководителя, но и на внутреннюю культуру компании. Например, если руководитель во главу угла ставит получение выгоды любыми способами, то он будет строже относиться к подчиненным, вынуждать их работать сверхурочно и лишать премий. Для более демократичного руководителя важной ценностью является поддержание с сотрудниками дружеских отношений, поэтому он не будет относиться к ним с чрезмерной строгостью, а подчиненные, в свою очередь, поддержат такого босса в сложных ситуациях, задерживаясь на работе по собственной инициативе.

3. Личная миссия. Важно определить свое место в жизни, цели прихода в конкретную компанию, чего руководитель хочет добиться, занимая свой пост, и каким он хотел бы видеть предприятие в будущем, желает ли он дальнейшего продвижения в конкретной должности, как долго собирается задержаться на выбранном месте работы.

4. Социальная составляющая или статус руководителя, который определяется происхождением, уровнем обеспеченности, а также тем, насколько высокую должность он занимает. Это и статус в обществе, и умение правильно вести себя с деловыми партнерами, находить с ними общий язык, и умение показать себя как человека высокого ранга.

Механизм формирования имиджа руководителя.

Формирование имиджа руководителя может идти двумя путями: стихийно (спонтанно) или целенаправленно.

В первом случае это естественный процесс, проходящий без внешнего давления, одним из результатов которого является становление человека как индивидуальности. Руководитель выступает той личностью, которой он является на самом деле (или тем, кем ему легче всего быть). Имидж такого рода не требует изменений в том случае, если он гармонично сочетается с особенностями организационной культуры и занимаемой должности. Обычно эта ситуация имеет место тогда, когда человек занимает пост руководителя в результате продолжительной вертикальной и горизонтальной карьеры в одной организации (такая практика широко распространена в Японии, однако руководящие посты японцы занимают не раньше шестидесяти лет).

Второй путь предполагает активное формирование, которое необходимо, если:

- руководитель является «чужим» по отношению к организации (в случае антикризисного управления);
- руководитель не имеет большого опыта управления;
- в системе управления персоналом есть конфликтные точки;
- размер организации столь велик, что сотрудники не могут составить адекватное представление о деятельности руководителя и его личности (и это приводит к снижению трудовой мотивации);
- существуют внешние причины для создания имиджа руководителя как некоего аналога «торговой марки» предприятия.

Здесь создание имиджа связано с надеванием некоторой маски, и успех в этом случае обусловлен двумя основными факторами: насколько правильно выбрана маска, и насколько она близка личности самого руководителя. От правильности выбора маски зависит, насколько имидж будет соответствовать типу корпоративной культуры и, следовательно, насколько он окажется эффективным. Второй фактор влияет на скорость и легкость процесса формирования имиджа, а также является предпосылкой гармоничного встраивания маски в структуру личности руководителя.

Процесс искусственного формирования имиджа связан чаще всего с проведением специальных мероприятий и процедур индивидуальной и организационной работы и требует тщательного анализа внутренних условий жизнедеятельности организации.

Одежда и прическа играют весьма существенную роль в создании имиджа. Каждый человек, как бы уподобляясь производителям товаров, стремится «подать» себя в определенной «упаковке», чтобы привлечь внимание к себе, к своему внутреннему миру и способностям. Известно, что внешнему виду сознательно уделяется больше внимания, чем другим компонентам имиджа.

Следует рассматривать внешний вид как необходимый механизм достижения своих целей.

КАК СФОРМИРОВАТЬ ИМИДЖ

Созданный образ не может быть статичным, его постоянно нужно поддерживать и обновлять.

Первое впечатление расскажет о многом. Если специалист только приходит на должность, то он должен показать не просто свой профессионализм, а поставить себя таким образом, чтобы коллектив понял, что перед ним руководитель, которого необходимо слушаться.

Внешний вид – одна из составляющих успешного имиджа. Если от сотрудников требуется строгое соблюдение определенного стиля в одежде, то и руководство должно его поддерживать. Аккуратность и опрятность – на первом месте. В каждой организации уместен свой стиль. В юридической фирме более приемлемы деловые костюмы, тогда как в творческом коллективе лучше позволить более свободный стиль в одежде. При необходимости отработайте походку, исправьте дикцию и осанку.

- Держите свое слово. На имидж руководителя значительное влияние оказывает тот факт, выполняет ли он свои обещания. Пустое разбрасывание словами приведет к потере доверия, а коллектив поймет, что делать то, что приказало начальство, необязательно.
- Найдите баланс между мягкостью и твердостью. Ругайте только за дело, наказывайте в соответствии с проступком, когда надо, давайте поблажку.
- Проявляйте интерес к коллективу, научитесь слушать и понимать потребности сотрудников.
- Развивайте навыки коммуникации. Грамотная постановка диалога, речевые навыки, способность грамотно высказать свои мысли, чтобы донести идеи до сотрудников, положительно влияют на имидж руководителя.

- Злоупотребление дружескими и родственными связями недопустимо. Если руководитель заводит любовные связи на месте своей работы, берет на должность близких людей и родственников, это рано или поздно становится известным коллективу. Этот факт значительно снижает доверие и уважение к начальству, особенно, если подобные люди пользуются особыми привилегиями.
- Научитесь говорить подчиненным комплименты. Заслуженная похвала не только располагает подчиненных к руководителю, но и улучшает качество их работы. Умение вставить нужное слово, подбодрить сотрудников сделают имидж руководителя более привлекательным.
- Хороший руководитель не боится брать на себя ответственность за неудачи своего предприятия, он не сваливает вину на сотрудников, он признает, что не достаточно хорошо организовал и мотивировал подчиненных и ищет способы решения проблемы.

Психологический фактор формирования имиджа

На имидж влияет соотношение **экстраверсии и интроверсии** в личности. Не существует «чистых» экстравертов или интровертов. Личность большинства людей представляет собой смесь этих тенденций с доминированием одной из них.

Экстраверты обращены во внешнюю реальность. Им нравится быть в компании, помногу общаться с другими, они предпочитают созерцанию действие, стремятся нравиться окружающим и подлаживаются под них. Самоимидж экстраверта часто подразумевает высокую оценку его «знания людей».

У интровертов сильна внутренняя реальность. Они с большим удовольствием проводят время в одиночестве, предаваясь размышлениям, в ходе которых формируют мнения и ставят перед собой определенные задачи. Самоимидж интроверта предполагает признание другими его «независимых идей». Таким образом, экстраверты в целом испытывают более сильную потребность в принадлежности и отождествлении с другими, тогда как интроверты больше стремятся отстаивать независимость. Экстраверты часто легко обходятся без самоанализа и чувствуют себя неуютно, если большую часть времени им приходится проводить в одиночестве. Интроверты избегают таких ситуаций как публичные выступления и испытывают неудобство, если им приходится много общаться с другими людьми.

Темперамент

Учение И.П. Павлова о влиянии центральной нервной системы на динамические особенности поведения выделяет три основных свойства нервной системы - силу, уравновешенность, подвижность возбуждательного и тормозного процессов и четыре основных типичных их сочетания в виде четырех видов высшей нервной деятельности:

- сильный, уравновешенный, подвижный;
- сильный, уравновешенный, инертный;
- сильный, неуравновешенный;
- слабый.

Первому типу соответствует темперамент сангвиника, второму флегматика, третьему - холерика, четвертому - меланхолика.

Поведение и культура делового образа

Деловой стиль в одежде – это прежде всего сдержанность, консерватизм, элегантность и удобство.

Одежду делового стиля по ее назначению можно разделить на три типа:

- строгий деловой стиль (одежда для совещаний, переговоров, встреч на высоком уровне);
- повседневный деловой стиль (одежда для работы в офисе);
- условно-деловой стиль (как правило, применяется по пятницам у офисных работников: джинсы и пиджак).

Есть ряд правил, касающихся внешнего вида. Прежде всего - это чистота кожи, волос, одежды, обуви, умеренное потребление парфюмерии, декоративной косметики и скромные украшения. Одежда персонала должна соответствовать сфере деятельности данной фирмы. Продуманный стиль в одежде сотрудников фирмы может существенно улучшить ее имидж.

Важно, чтобы при работе в коллективе между его членами наладилось сотрудничество, установилось взаимное доверие и развилось чувство общей ответственности за результаты работы. Руководящий работник должен уметь завоевать и сохранить авторитет. Никто не добьется уважения сотрудников, признания своего авторитета, если станет приказывать, высокомерно подчеркивая свое превосходство, покрикивать на подчиненных, рассуждать начальственным тоном с неприступным видом.

Внимательно следя за выполнением заданий, руководящий работник обязан относиться одинаково ко всем сотрудникам, не выделять тех, с которыми находится в дружественных отношениях, не предоставлять им особых привилегий.

Он должен показать себя очень тактичным при проверке выполнения распоряжений, так чтобы и похвальные и критические его замечания служили толчком к улучшению работы. Похвалить кого-либо за хорошую работу перед всем коллективом — никогда не повредит, а вот публично делать выговор надо очень обдуманно и только в исключительных случаях. Благоразумный начальник допускает, чтобы и ему указывали на его ошибки, наводили критику, поощряет инициативу подчиненных.

**Спасибо
за внимание!**

