

Библиографический список

1. Конечный Р, Боухал М., Психология в медицине, 1974. – 255 с.
2. Ильин Е. П., Эмоции и чувства. – 2-е издание, 2001. – 411 с.
3. Балмашнова Л. Г., Проведение психологического анализа психологических портретов старшего и среднего медицинского персонала травматологического отделения: Дипломная работа, 2000.
4. Гранин Д. Новый мир. – 1987. – 95с.

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА УПРАВЛЕНЦА КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ, КУЛЬТУРЫ ОТНОШЕНИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

А. Козятинская

2 курс, психологический факультет

Научный руководитель – проф. В.Е. Якунин

Культура делового общения составляет базис привлекательного имиджа. Без этого наивно рассчитывать на достойную репутацию в обществе. Понятно стремление людей к власти, но эти амбиции должны подкрепляться соответствующей амуницией. Под ней понимается общая культура, нравственная мотивация поступков, научно-профессиональная компетентность. Носители такой культуры – интеллектуально незаурядные личности. Это и позволяет достичь больших успехов в профессиональной деятельности. Обретение профессионального имиджа не самоцель для делового человека, лидера, однако обладание им составляет существенную личностную и профессиональную характеристику, имеет глубокий практический смысл.

Имидж включает не только естественные свойства личности, но и специально созданные. Он говорит как о внешнем облике, так и о внутреннем мире человека, о его психологическом типе.

Когда говорят об имидже, обычно выделяют социальный, профессиональный и индивидуальный имидж. Социальный и профессиональный имидж – совокупность представлений о том, как должен выглядеть и вести себя человек определенного социального статуса или профессии (политик, бизнесмен, учитель, врач и т.п.). Если впечатление, которое производит человек, не соответствует ожидаемому от его профессии или положения в обществе, говорят о необходимости «изменения имиджа». Индивидуальный имидж – совокупность требований, которые предъявляются деловому человеку, соотносенных с его индивидуальными особенностями и деловыми качествами.

Культура поведения руководителя означает выбор адекватной линии поведения в любой, даже непредвиденной и нестандартной ситуации. На основе американских и японских исследований в области менеджмента был сконструирован образ идеального руководителя: твердый, но одновременно гибкий; серьезный, но с чувством юмора; дружелюбный, но умеет держать дистанцию; преданный своему делу, но не теряет головы при

успехах и поражениях; мечтательный, но с сильно развитой волей; готовый идти на риск, но основательно все просчитывающий.

Современный руководитель должен уметь ориентироваться в плохо поддающейся прогнозированию социоэкономической обстановке, находить оптимальные варианты поведения во взаимоотношениях с персоналом и внешней средой; обладать психологической культурой общения. Оценки исследователей показывают, что до 80% рабочего времени человека, занимающего пост, расходуется на различные виды общения [2]. Основные правила общения: внимательно слушать говорящего, давать ему выговориться, пользоваться экспрессивными языковыми и неязыковыми средствами, чаще называть собеседника по имени.

Для управленца предпочтителен консерватизм в одежде: костюм спокойных тонов и классических фасонов, однотонные светлые сорочки, тщательно подобранные галстуки и никакой бижутерии. Костюм для официальных случаев, не должен быть спортивным, а пиджак и брюки разного цвета. Необходимо во всем сохранять чувство меры, ибо всякое отклонение раздражает окружающих и «работает» против нас.

Гардероб деловой женщины включает в себя несколько элегантных костюмов и блузок. Наиболее подходящие цвета, по данным психологических исследований – серый, синий, бежевый, рыжевато-коричневый. Минимум косметики, тонкий едва уловимый аромат дорогих духов, одно, но стильное и дорогое украшение – такова, по мнению специалистов, экипировка женщины-руководительницы. Однако самая прекрасная одежда ничего не значит без доброжелательной улыбки и готовности к общению [1].

Руководитель, внимательно относящийся к своему имиджу, должен обращать самое серьезное внимание на язык тела. Умение контролировать свои невербальные сигналы является очень важным качеством управленца.

Во многих случаях имидж руководителя – это результат умелой ориентации в конкретной ситуации, правильного выбора модели поведения. Чем объективнее представление о своем поведении, основанное на реакции людей, тем действеннее будет стратегия и тактика этого поведения.

Имидж – своего рода фирменный знак (чем лучше он представлен, тем выше репутация человека). Именно репутация является ключом к решению многих деловых и жизненных проблем. С позиции системного подхода, эмерджентный эффект имиджа – это согласование и дополнения в имидж его составляющих: культуры общения, интеллекта, чувств и, в целом, поведения.

Библиографический список

1. Антонова Н.В. Психология управления. Учебное пособие [Электронный ресурс]: электронная версия монографии/ Антонова Н.В.: Изд. Издательский дом Государственного университета – высшей школы экономики, 2010. URL: <http://www.knigafund.ru/books/149153>
2. Сорокина Н.В. Справочник руководителя учреждения культуры [Электронный ресурс]: электронная версия монографии/ Сорокина Н.В. – 2008. - № 11. – 71 URL: www.bgunb.ru/bgunb/biblonline/resource/info_kopilka/bibl.../4.doc