УДК 658

Родькина М.В.
студент магистратуры
2 курс, факультет «Управления и экономико-технологического образования»
Волгоградский государственный социально-педагогический университет
Россия, г. Волгоград

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ ИМИДЖА РУКОВОДИТЕЛЯ И ИЗБРАННОГО СТИЛЯ РУКОВОДСТВА

Аннотация: *В статье выявлена сущность феномена «имидж руководителя», рассмотрены основные стили руководства как составляющие имиджа; показана взаимосвязь имиджа руководителя и избранного стиля руководства.*

Annotation: *the article reveals the essence of the phenomenon "image of the head", the basic leadership styles as components of the image; shows the relationship of the image of the leader and elected leadership style.*

Ключевые слова: *имидж, структура имиджа, руководитель, имидж руководителя, стиль руководства.*

Key words*: image, image structure, the Head, manager's image, management style.*

Анализ взаимосвязи имиджа руководителя и избранного стиля руководства следует начать с определения сущности указанных феноменов.

Так, в научной литературе представлены авторские определения имиджа (Н. Вейл, П. Друкер, Ф. Котлер, П. Берд, Э. Сэмпсон, Э. Барноу, К. Болдинг, Д. Ягер и т.д.). Исследователи, на основе теоретического обобщения, формулируют в основном практикоориентированные определения имиджа (рекомендации о том, как смотреть, что говорить и т.д.). Например, П. Берд,

понимая под имиджем «общее впечатление, которое человек производит на окружающих» в своей работе раскрывает поведенческие особенности – как субъект должен представлять людям свои идеи, вести себя в обществе, как одеваться, как говорить и т.д. Аналогичный подход к определению сущности имиджа встречается и в работах Э. Сэмпсона, который понимает под имиджем «картинку, визитную карточку» человека. В указанных работах также представлены рекомендации субъекту по саморекламе.

В отечественной науке (В.М. Шепель, А.П. Жмыриков, Е.В. Егорова-Гантман, И.Д. Ладанов, О.Л. Феофанов и т.д.) изначально исследованию подвергались отдельные элементы (составляющие) имиджа. Сам феномен имиджа довольно долго определялся как средство психологического воздействия (автор данного понимания - О.Л. Феофанов). Лишь в последнее десятилетие прошедшего века в России была сформирована наука о технологиях личного обаяния – имиджелогия (родоначальник - В.М. Шепель) и было преодолено стереотипное представление об имидже.

Однако, несмотря на неугасающий интерес исследователей к выявлению сущности феномена имиджа, единого понимания данного термина нет – существует разброс в терминологии понимания – от определения имиджа в качестве образа о субъекте, сложившимся мнении о нем, до репутации и авторитете.

Авторское понимание сущности имиджа состоит в определении имиджа в качестве искусства обаяния, в качестве внешнего отражения образа [3, 5].

Применительно к руководителю (официально назначенное лицо, которое управляет, контролирует и несет юридическую ответственность за деятельность коллектива) имидж можно определить как целостную, индивидуальную характеристику его личностных и профессиональных качеств, которые в виде образа воспринимается членами коллектива и другими лицами, находящимися с ним в прямом и косвенном взаимодействии [5].

Учитывая вышеизложенное, в качестве составляющих имиджа руководителя следует назвать личностные качества; организационные, управленческие способности; характеристики, сближающие руководителя с социумом. Необходимо отметить, что состав элементов, составляющих имидж руководителя различен в трудах исследователей (Е.В. Егорова-Гантман, А.Райков и т.д.). Анализ различных точек зрения на обозначенную проблему позволил схематично определить структуру имиджа руководителя (рис. 1).

Обращение к исследованию данной схемы позволяет выделить стиль руководства в качестве одного из элементов имиджа руководителя.

Так, в процессе управленческой деятельности каждый руководитель выполняет свои обязанности в свойственном ему деловом стиле. Ученые А.Н. Асаул, М.А. Асаул, П.Ю. Ерофеев, М.П. Ерофеев в своих трудах определяют понятие «стиль руководства» как «совокупность повторяющихся конкретных приемов и способов управленческого воздействия, применяемых руководителем в процессе управления и определяющих особенности отношений людей к его действиям» [2].

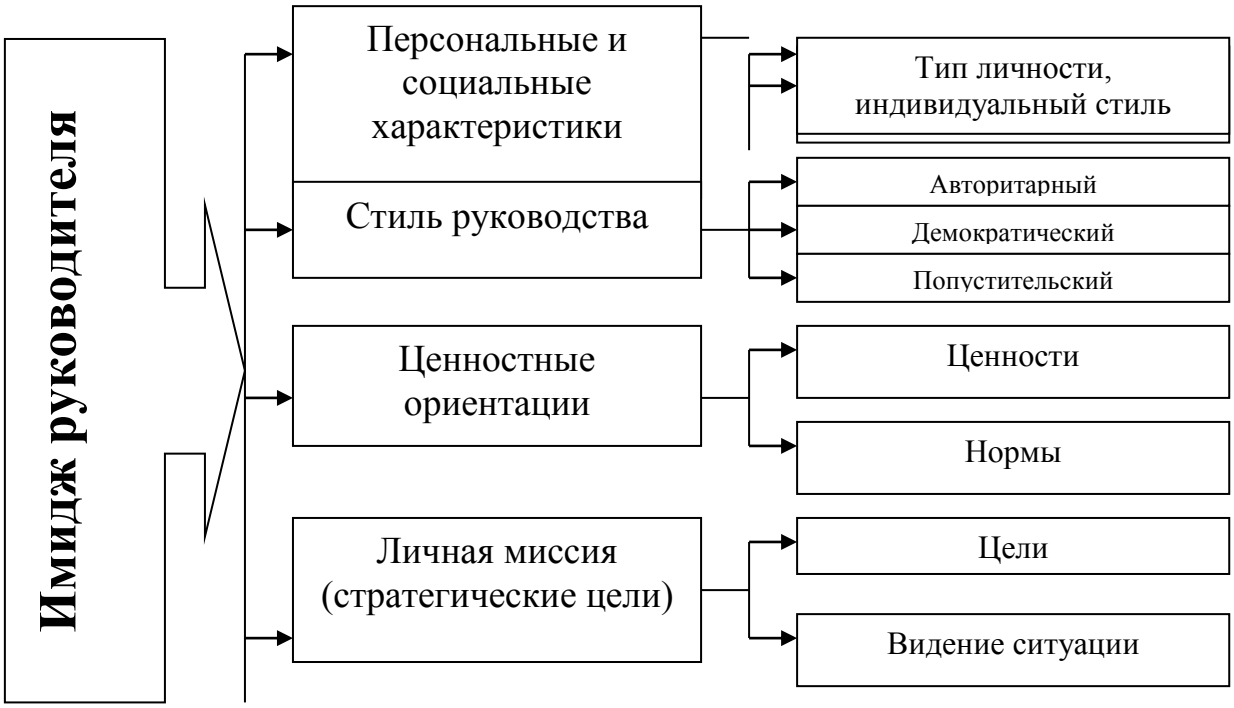

Рис. 1. Структура имиджа руководителя.

Другими словами, стиль руководства выражается в том, какими приемами руководитель побуждает коллектив к выполнению возложенных на него задач, как контролирует результаты деятельности подчиненных.

В научной литературе в зависимости от инструментов воздействия, индивидуальных особенностей лидера, качественных характеристик социальной группы и сложившейся управленческой ситуации в организации исследователи выделяют различные стили лидерства. Однако, основными принято считать три, предложенных К.Левиным: «авторитарный», «демократический» и «попустительский» («анархический»).

С позиции принятия решений перечисленные стили можно охарактеризовать с формальной и содержательной стороны [1, 4].

Так, авторитарный стиль руководства составляют краткие, но деловые, распоряжения; запреты; позиция руководителя вне коллектива (формальная сторона); планирование дел заранее – определение непосредственных целей и неопределенность в видении дальних перспектив (содержательная сторона).

Демократический стиль отличает товарищеский тон, дискуссивная форма распоряжений и запретов, предложенческая форма инструкций, позиция лидера — внутри группы (формальная сторона); мероприятия планируются в группе; за реализацию предложений отвечают все (содержательная сторона).

Попустительский стиль в качестве формальной стороны определяет конвенциональный тон, отсутствие, как похвалы, так и порицаний, сотрудничества, позиция лидера — незаметно в стороне от группы. Содержательная сторона данного стиля характеризуется тем, что дела в группе идут сами собой, лидер не дает указаний; разделы работы складываются из отдельных интересов или исходят от нового лидера.

Следует отметить, что указанные стили названы в качестве основных стилей руководства, в управленческой реальности проявление данных стилей

гораздо шире и многообразнее. Кроме того, многие авторы, опираясь на указанные основные стили, создают свои, авторские виды стилей управления (Б.Д. Парыгин, Л.И. Уманский и т.д.).

Принятый стиль руководства способствует развитию благоприятных взаимоотношений в коллективе и может служить характеристикой качества и оценкой эффективности управления.

В научной литературе выявлена тесная взаимосвязь имиджа руководителя и избранного им стиля руководства. Так, отмечается, что имидж руководителя непосредственно влияет на то, как его приказы, распоряжения и инструкции понимаются и выполняются подчиненными. Имидж руководителя как внешнее отражение образа может усилить излагаемые им идеи, или наоборот, снизить их значимость, исказить.

Следует отметить, что имидж руководителя проявляет свое влияние и в его отсутствие. Так, если руководитель компании (организации, предприятия и т.п.) имеет верный, положительный, «правильный» авторитет, репутацию (напомним, данные термины нами были названы в качестве синонимичных феномену имиджа), то сотрудники проявляют уважение – хорошо работают, не пытаются выполняют поручения даже в момент отсутствия начальства или контроля за ними.

Учитывая вышеизложенное, представляется очевидным и бесспорным формирование положительного, эффективного имиджа руководителя.

В подведении итогов авторских размышлений о взаимосвязи имиджа руководителя и избранного им стиля руководства, отметим, что имидж современного руководителя формируется по той же схеме, что и бренд компании. Сначала создается общая концепция (основные характеристики компании), затем пишется миссия и история (легенда). Определяются основные и отличительные от других подходы и приемы, которые будут продвигать торговую марку. Похожая работа проводится и при формировании имиджа руководителя.

Список использованной литературы:

1. Абрегова И.И. «Руководство» и «лидерство» как явления социального управления // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2010. - №1. – С. 27-32.
2. Асаул А. Н., Асаул М. А., Ерофеев П. Ю., Ерофеев М. П. Культура организации: проблемы формирования и управления. – СПб.: Гуманистика, 2006.
3. Великанов В.В., Родькина М.В. Имидж лидера: составляющие индивидуального стиля руководителя // Молодой ученый. - 2017. - №16. - С. 248-251.
4. Родькина М. В. Основные стили лидерства [Электронный ресурс] / М. В. Родькина // Научный диалог: экономика и управление. URL: https://interactive-plus.ru/ru/article/463704/discussion_platform (дата обращения: 05.01.2018).
5. Шепель В. М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. - 472 с.