

УДК 159.9.072.43:[17.022.1:377.3

А.В. Белоножко, канд. психол. наук, доц., Одес.  
нац. ун-т ім. І.І. Мечникова

## ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РУКОВОДИТЕЛЯ СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

*А.В. Білоножко. Формування іміджу керівника середнього бізнесу.* Розглядаються змістовні компоненти іміджу керівника і психологічні умови, що забезпечують його формування.

*Ключові слова:* імідж, соціально-психологічні умови, психологічні якості особистості, управлінська діяльність, модель іміджу керівника, компоненти моделі іміджу.

*А.В. Белоножко. Формирование имиджа руководителя среднего бизнеса.* Рассматриваются содержательные компоненты имиджа руководителя и психологические условия, обеспечивающие его формирование.

*Ключевые слова:* имидж, социально-психологические условия, психологические качества личности, управленческая деятельность, модель имиджа руководителя, компоненты модели имиджа.

*A.V. Bilonozhko. Shaping the image of the head of medium-sized businesses.* The rich in content components of image of a leader and psychological terms providing its formation are examined.

*Keywords:* image, socio-psychological terms, psychological personality traits, administrative activity, leader's image model, components of image model.

На современном этапе развития нашего государства социальная ситуация зависит от изменений в различных сферах жизни общества в целом и функционировании многих организаций, в частности. Профессионализм руководителя и персонала определяет деятельность любой организации.

Именно от профессионализма руководителя зависит уровень корпоративной культуры, мера приверженности сотрудников к своей организации, мотивация трудовой деятельности, имидж организации, внешняя конкурентоспособность организации на рынке и др.

Имидж позволяет создавать первое впечатление о человеке как о руководителе. Имидж является составной частью управленческой деятельности, а обладание им — существенная профессиональная характеристика руководителя. Чем он привлекательнее, тем выше профессиональный авторитет, выше общественная репутация организации, которую он представляет [1].

Новые социально-экономические условия актуализируют спрос на сильных, ярких руководителей с выраженными нравственными, интеллектуальными качествами и развитыми управленческими способностями и умениями, сознательно включающих все эти показатели в свой имидж.

Цель данного исследования — выяснить, каковы содержательные компоненты имиджа руководителя среднего бизнеса и психологические условия, обеспечивающие его формирование.

Анализ литературных источников и опыт работы ведущих специалистов в этой области позволили сделать вывод, что имидж руководителя является одной из составляющих его профессиональной компетентности, а так же механизма его личностного и профессионального развития. Формирование имиджа руководителя будет успешным, если обеспечиваются следующие условия:

- процесс формирования имиджа руководителя носит поэтапный характер;
- этот процесс направлен на экстернизацию внутренних качеств руководителя;
- при создании и коррекции имиджа учитывается доминирование профессионального компонента;
- качествами, определяющими формирование имиджа руководителя, выступают психологические свойства личности: стрессоустойчивость, саморазвитие, готовность к риску, ценностные ориентации, надежность, умение излагать мысли.

Понятие “имидж” включает в себя не только естественные свойства личности, но и специально выработанные, созданные, сформированные [1].

Имидж руководителя может пониматься в двух смыслах — широком и узком. Имидж в узком смысле — это исключительно визуальная, внешняя сторона субъекта, символический образ, оформляемый с помощью некоторого языка, который понимается как в синтаксическом, так и в семантическом значении.

Имидж в широком смысле предполагает сложную взаимосвязь качественно различающихся, разнородных явлений телесной и духовной природы, гармоничную совокупность внутренних и внешних проявлений человека [2].

Личность руководителя — это прижизненно возникающее психологическое образование, представляющее собой социальную по своей природе систему качеств и мотивационно—потребностных отношений. Каждый руководитель предстает одновременно и как профессионал, и как личность, и как индивидуальность.

Личностные факторы формирования имиджа руководителя:

- общие качества;
- направленность организаторской деятельности;
- индивидуальный диапазон;
- индивидуальный стиль;
- подготовленность к деятельности;
- специфические свойства;
- склонность к организаторской деятельности.

Модель имиджа руководителя состоит из следующих компонентов: природного — ядро имиджа; профессионального, психологического и поведенческого — внутренний уровень и визуального — внешний уровень. Доминирующее влияние оказывает профессионально—психологический компонент.

Модель имиджа развивается и изменяется под воздействием социальной среды. Зависит от особенностей профессиональной деятельности личности и социально-экономических факторов развития общества [3].

Имидж руководителя является совокупностью внешних характеристик и внутренних качеств. Это интегральное профессионально-психологическое образование, способствующее успешности руководителя в управленческом взаимодействии с партнерами, конкурентами, в общении с коллегами и определяющее его профессионально-психологическое развитие.

Наиболее приоритетными профессионально-психологическими качествами руководителя являются: стрессоустойчивость, сформированность ценностных ориентаций, направленность личности на дело, надёжность, готовность к риску, потребность в саморазвитии, ответственность, надёжность, порядочность, умение слушать и излагать свои мысли, умение рисковать [3].

В данном исследовании изучались психологические особенности руководителя аудиторской компании как субъекта формирования имиджа. Профессия подразумевает наличие высшего экономического образования. Аудитор должен прекрасно разбираться в широком круге экономических и юридических вопросов, знать бухгалтер и контроль, владеть вопросами денежного обращения, кредитной деятельности, ценообразования и др. Необходима основательная математическая подготовка, профессиональное владение компьютером.

Из психологических качеств необходимы высокая ответственность, развитые аналитические способности, долговременная и оперативная память, устойчивость внимания, эмоционально-волевая устойчивость, аналитический склад ума. Желательна склонность к кропотливой работе с цифровым материалом, важными документами, усидчивость.

Модель формирования имиджа руководителя включает в себя такие элементы, как цель, информация, средства коммуникации, субъект и объект воздействия.

Создание имиджа руководителя — это поэтапный процесс, специально организованное взаимодействие участников формирования имиджа на основе социальной перцепции с целью обеспечения позитивного отношения окружающего социума к конкретному руководителю [4].

Имидж руководителя ориентирован на самоощущение. В основе его образования и формирования лежат потребности самовыражения, самоутверждения, достижения социального признания, самосовершенствования. Таким образом, формирование имиджа направлено на изменение “Я-концепции” руководителя в направлении ее приближения к идеальному “Я” и тем самым к повышению самооценки и улучшению самоощущения руководителя [5].

Эффективность формирования имиджа руководителя обеспечивается созданием психологических и социально-психологических условий. Процесс формирования позитивного управленческого имиджа включает следующие этапы:

- актуализацию самопознания;
- усвоение сущности имиджа;
- самооценку личностных, профессиональных качеств и состояния имиджа в целом;
- практическую реализацию имиджа.

Имидж представляет собой сложный многофакторный феномен и при его формировании должны приниматься во внимание следующие факторы: наследственная структура, образование, профессия, социальное положение и статус, общая культура личности, характер, стиль поведения.

В современной науке по-разному раскрывается содержание личностной специфики руководителя среднего бизнеса. На основе анализа литературных источников сделан вывод о том, что руководитель среднего бизнеса — человек, осуществляющий управление коллективом в соответствии с четкими и осознанными целями, обладающий высоким уровнем самоактуализации.

Следовательно, необходимо наличие у руководителя таких профессионально значимых качеств, как умение создавать эффективную управленческую команду, способность видеть перспективы развития своей организации, направленность на дело, сформированность ценностных ориентаций, самостоятельность и изобретательность в принятии управленческих решений, творческая активность и способность к нововведениям, оригинальность ума, быстрое реагирование на изменение ситуации, стрессоустойчивость, решительность и динамичность в своих поступках и мыслях и др.

Имидж можно рассматривать как наиболее эффективный в том случае, если он целенаправленно сформирован и реализуется в деятельности [1].

Эффективность работы организации — это, прежде всего, показатель работы руководителя. Чем ниже показатели имиджевых характеристик у руководителя, тем менее успешна его управленческая деятельность.

Экспериментальное исследование проводилось в два этапа. На первом (констатирующем) этапе изучался образ руководителя, определялись требования, предъявляемые к личности руководителя и его качествам, выявлялось отношение самих руководителей к формированию имиджа. Определение “идеала” руководителя проводилось при помощи анкетирования на тему “Современный успешный руководитель”, ранжирования совокупности качеств, которые важны с точки зрения исследуемой проблемы. Кроме того, была использована составленная анкета “Визуальный имидж руководителя”.

Для выяснения того, какие же профессионально-психологические качества (условия) руководителя являются наиболее приоритетными по мнению самих руководителей, были выделены те характеристики, которые встречались чаще других.

Обобщая данные анкетирования, сделан вывод о том, что идеал руководителя отражает социальные ожидания по отношению к образу руководителя, его способности к субъект-субъектному взаимодействию в управленческом процессе. В идеал руководителя часто включались такие качества, как стрессоустойчивость, ответственность, надёжность, порядочность, умение слушать и излагать свои мысли, направленность на дело, умение рисковать, а также обаяние, хорошие манеры, аккуратность.

Имеются некоторые отличия в оценке обладания такими управленческими качествами, как смелость, управленческое мышление, настойчивость, самостоятельность, гибкость в поведении, находчивость, общительность и высокий моральный контроль. Руководителями эти черты оценены выше, чем сотрудниками. Одинаково средне оцениваются такие черты, как рефлексивность, эмоциональная стабильность, способность к творчеству, умение сочетать теплоту и близость с людьми с принципиальностью и высокой требовательностью.

Несмотря на важность личностных и профессиональных характеристик руководителя, в формировании имиджа необходимо учитывать его визуальное измерение. Это связано с тем, что визуальные сообщения лучше запоминаются и передают значительный объем информации о человеке.

Анкетный опрос “Визуальный имидж руководителя” позволил выявить не только требования к внешнему виду руководителя, но и то, как руководители относятся к возможностям и способам формирования имиджа.

Анкетный опрос позволил установить, что визуальный имидж руководителя лишь частично соответствует той должности, которую он занимает; многие руководители, хотели бы заняться совершенствованием своего имиджа полностью или отчасти с использованием специальной литературы или помощи специалиста — имиджмейкера [5].

В данном исследовании получены следующие результаты (таблицы 1 и 2). Критерии сравнения выражались в  $Z$ -оценках.

Таблица 1

Средние значения  $M$  и межгрупповые критерии сравнения  $Z_U$  и  $Z_W$  для методики диагностики степени готовности к риску Шуберта

	Экспериментальная группа	Сравнение	Контрольная группа	
До эксперимента	$M = 12,40$	$Z_U = 1,34$	$M = 9,20$	До эксперимента
Сравнение	$Z_W = 1,62$		$Z_W = 1,89$	Сравнение
После эксперимента	$M = 13,10$	$Z_U = 1,33^*$	$M = 9,70$	После эксперимента
	Экспериментальная группа	Сравнение	Контрольная группа	

Таблица 2

Средние значения  $M$  и межгрупповые критерии сравнения  $Z_U$  и  $Z_W$  для СЖО

	Экспериментальная группа		Сравнение	Контрольная группа	
До эксперимента	Цели	$M = 31,60$	$Z_U = 3,11^*$	Цели	$M = 21,00$
	Процесс	$M = 30,90$	$Z_U = 1,86$	Процесс	$M = 24,10$
	Результат	$M = 26,10$	$Z_U = 0,68$	Результат	$M = 23,80$
	ЛК-Я	$M = 23,60$	$Z_U = 0,72$	ЛК-Я	$M = 22,30$
	ЛК-Ж	$M = 31,20$	$Z_U = 0,64$	ЛК-Ж	$M = 27,80$
	ОЖ	$M = 118,00$	$Z_U = 1,86$	ОЖ	$M = 104,10$
Сравнение	Цели	$Z_W = 2,85^*$		Цели	$Z_W = 1,73$
	Процесс	$Z_W = 1,80^*$		Процесс	$Z_W = 1,00$
	Результат	$Z_W = 2,85^*$		Результат	$Z_W = 1,73$
	ЛК-Я	$Z_W = 2,86^*$		ЛК-Я	$Z_W = 1,00$
	ЛК-Ж	$Z_W = 2,87^*$		ЛК-Ж	$Z_W = 1,00$
	ОЖ	$Z_W = 2,53^*$		ОЖ	$Z_W = 1,00$
После эксперимента	Цели	$M = 33,50$	$Z_U = 3,30^*$	Цели	$M = 21,30$
	Процесс	$M = 30,30$	$Z_U = 1,75$	Процесс	$M = 24,20$
	Результат	$M = 28,90$	$Z_U = 1,48$	Результат	$M = 24,10$
	ЛК-Я	$M = 26,70$	$Z_U = 1,90$	ЛК-Я	$M = 22,40$
	ЛК-Ж	$M = 33,50$	$Z_U = 1,37$	ЛК-Ж	$M = 27,90$
	ОЖ	$M = 121,00$	$Z_U = 2,42^*$	ОЖ	$M = 104,20$

\* статистически значимые различия ( $p < 0,05$ )

Учитывая изложенное, можно сделать следующие выводы:

— Имеются отличия у руководителей и сотрудников в оценке обладания такими управленческими качествами, как смелость, управленческое мышление, настойчивость, самостоятельность, гибкость в поведении, находчивость, общительность и высокий моральный контроль. Руководителями эти черты оцениваются выше, чем сотрудниками.

— Для руководителей характерна “направленность на дело”, что выражается через заинтересованность в решении деловых проблем, выполнении работы как можно лучше и “высокая готовность к риску”.

— Для руководителей характерны высокие показатели по шкалам — Самоуверенность, Самоуправление, Зеркальное Я, Самоценность, Самопринятие. Локус интересов — деятельность и социум. Инструментальные ценности для руководителей — группа лидерских качеств (независимость, образованность, рациональность, смелость, широта взглядов, исполнительность).

— Для руководителей характерна достаточная нервно-психическая устойчивость, т.е. низкая вероятность нервно-психических срывов, адекватная самооценка и оценка окружающей действительности.

— В качестве психологических условий, детерминирующих формирование имиджа руководителя среднего бизнеса, выступают психологические качества личности руководителя: ценностные ориентации, направленность личности на дело, саморазвитие, стрессоустойчивость, надежность, умение излагать мысли, готовность к риску.

## Литература

1. Перельгина, Е.Б. Социально-психологическая природа индивидуального имиджа: Личностное развитие в контексте современных проблем акмеологии / Е.Б. Перельгина // Мир психологии: Науч.-метод. журнал. — 2004. — № 4. — С. 154 — 167.
2. Почепцов, Г.Г. Профессия: имиджмейкер / Г.Г. Почепцов. — СПб.: Алетейя, 2001. — 256 с.
3. Джи, Б. Имидж фирмы. Планирование. Формирование. Продвижение / Б. Джи. — СПб.: Питер, 2000. — 50 с.
4. Давыдова, Т.Ю. Коммуникативные стратегии, используемые при формировании политического имиджа / Т.Ю. Давыдова // Вестн. Москов. ун-та. Серия 12: Полит. науки, — 2006. — № 3. — С. 96 — 106.
5. Лаптев, Л.Г. Политическая имиджелогия / Л.Г. Лаптев, Е.А. Петрова. — М.: РИЦ АИМ, 2006. — 276 с.

## References

1. Perelygina, E.B. Sotsial'no-psikhologicheskaya priroda individual'nogo imidzha: Lichnostnoe razvitiye v kontekste sovremennykh problem akmeologii [Psychosocial nature of individual image: Personality development in the context of modern problems of akmeology] / E.B. Perelygina // World of Psychology: Scientific-Methodical Journal, — 2004. — # 4. — pp. 154 — 167.
2. Pocheptsov G.G. Professiya: imidzhmeyker [Profession: imagemaker] / G.G. Pocheptsov. — St. Petersburg, 2001. — 256 p.
3. Dzhi, B. Imidzh firmy. Planirovanie. Formirovanie. Prodvizhenie. [Image of a firm. Planning. Forming. Advancement] / B. Dzhi. — St. Petersburg, 2000. — 50 p.
4. Davydova, T.Yu. Kommunikativnye strategii, ispol'zuemye pri formirovanii politicheskogo imidzha [Communicative strategies used in forming a political image] / T.Yu. Davydova // Vestn. Moskov. Unta [Herald of the Moscow University] Series 12: Political sciences. — 2006. — # 3. — pp. 96 — 106 .
5. Laptev L.G. Politicheskaya imidzhelogiya [Political imageology] / L.G. Laptev, E.A. Petrova. — Moscow, 2006. — 276 p.

Рецензент профессор Одес. нац. акад. пищевых технологий Ангелов Г.В.

Поступила в редакцию 6 июня 2013 г.