

Скуднова Т. А., студент 201 группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Шамарова Е. В.,
преподаватель кафедры

ИМИДЖ РУКОВОДИТЕЛЯ КАК СРЕДСТВО ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Деятельность любой организации нацелена на достижение определенного результата и повышение собственной эффективности, что во многом зависит от руководителя. Одна из особенностей организаций сферы культуры – коллектив, состоящий из творческих личностей, являющихся нестандартным ресурсом в категории управления персоналом.

Каждый сотрудник в творческом коллективе характеризуется высоким уровнем профессионализма, знаний и опыта. Он стремится к самостоятельности, творчеству, личностному развитию, а также отличается амбициозностью, потребностью в признании, работает с высоким интересом и ценит мнение окружающих [3, с. 82]. Большую роль в мотивации таких сотрудников и построении благоприятного психологического климата в организации играет руководитель, его профессионализм и личностные качества [5, с. 192]. Поэтому считаем важным рассмотреть имидж руководителя как фактор эффективного менеджмента в сфере культуры.

Кандидат экономических наук, доцент Д. А. Дурдыева считает, что имидж руководителя определяется как регулятор профессионального поведения как непосредственно самих руководителей, так и их работников. Руководитель имеет возможность корректировать и

совершенствовать реализуемый профессиональный имидж. В свою очередь, наличие имиджа, его формирование и алгоритм реализации – существенная профессиональная характеристика руководителя [2, с. 26]. О. В. Шкурко при рассмотрении множества определений имиджа также приходит к следующему выводу: имидж представляет собой систему взаимосвязанных характеристик специалиста и выступает средством решения личностных и профессиональных проблем [4, с. 65].

Стоит отметить, что высокий уровень профессионализма является ключевым элементом имиджа успешного менеджера. Поэтому далее мы рассмотрим понятие «имидж» с профессиональной точки зрения.

«Профессиональный имидж – это образ, который соответствует специфике той или иной профессии, то представление о специалисте, которое складывается о нем у его руководителей, подчиненных, коллег, клиентов компании» [4, с. 65]. В свою очередь, «управление профессиональным имиджем – это умение создать позитивный образ, который подчеркнет лучшие качества специалиста, как личностные, так и деловые» [4, с. 65].

Основными составляющими имиджа руководителя организации являются следующие его характеристики:

- физические, психофизиологические особенности, тип личности, характер, индивидуальный стиль принятия решений и т.д.;
- статус руководителя организации, нормы и ценности, которых придерживается руководитель, модель ролевого поведения лидера и его связь с различными социальными группами и др.;
- планы руководителя на будущее, его личная миссия;
- ценностные ориентации руководителя или «наиболее важные предположения, принимаемые руководителем организации и

оказывающие воздействие на организационную культуру организации» [1, с. 16].

Важным аспектом сущности имиджа является его функциональность. Иначе говоря, имидж должен рассматриваться в качестве средства, а не конечной цели, и создаваться, формироваться и корректироваться для достижения определенных целей. С его помощью можно оптимизировать деятельность подчиненных и организации [2, с. 28].

Отметим, что практически невозможно рассмотрение имиджа руководителя без изучения его непосредственно профессиональных особенностей. Выделим основные задачи руководителя, выполнение которых характеризует его профессиональную компетенцию:

- целеполагание, разрешение конфликтов, планирование и др.;
- качества, определяющие основы успешного поведения – умение внимательно слушать, умение доступно излагать свои мысли, достаточная стрессоустойчивость, тактичность и т. д.;
- на уровне личности – мотивационные, ценностные ориентации, интеллектуальные умения и др. [2, с. 29].

Характерные качества, определяющие основы формирования и восприятия реципиентами имиджа, можно разделить на три группы. Первую группу составляют: коммуникабельность, эмпатичность, рефлексивность, красноречивость. Обладание данными компетенциями и способностями и постоянное их развитие позволяет создать эффективный имидж. Вторую группу составляют характеристики личности, вытекающие из уровня образования и характера воспитания: определенные нравственные ценности, степень психического здоровья. В третью группу входят личностные компетенции, обусловленные жизненным и профессиональным опытом индивида [2, с. 29].

Также на имидж руководителя большое влияние оказывает тип организации, вид иерархических управленческих взаимоотношений, в которых состоит субъект, реализующий имидж и др. [2, с. 29]. При рассмотрении организаций сферы культуры следует отметить их основные характерные черты:

- наличие творческих сотрудников, а также специальных подразделений, генерирующих идеи;
- оценка идей и людей по результативности их деятельности;
- наличие нестандартных методов привлечения творческих работников;
- децентрализация управления, отсутствие стандартных методов выполнения заданий;
- личная заинтересованность сотрудников в постановке целей и выполнении собственных обязанностей;
- многообразие сотрудников в организации (сообщество индивидуальностей);
- поощрение креативности в решении проблем;
- особая атмосфера в коллективе, располагающая к проявлению творческого потенциала сотрудников и т. д.

Имидж руководителя в сфере культуры должен соответствовать особенностям данной области и специфике творческого коллектива. Руководитель организации в сфере культуры должен обладать высоким уровнем профессионализма, иметь обширные знания и опыт работы в сфере культуры, быть открытым к новым идеям и готовым к экспериментам, использовать индивидуальный подход в работе. Также для него важно быть харизматичным лидером, чтобы вдохновлять и мотивировать коллектив к достижению общих целей, и иметь

безупречную репутацию в культурной среде, быть признанным и уважаемым коллегами и партнерами.

Таким образом, имидж руководителя сфере культуры является важной составляющей управления творческим коллективом. Он способен оптимизировать деятельность сотрудников и организации, а также помогает задать направление для дальнейшей работы и создать имидж всего коллектива.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Деревлева, М. Формирование имиджа руководителя. / М. Деревлева, М. Ульянова // Образование, бизнес образование. – 2005. – № 7. – С. 16.

2. Дурдыева, Д. А. Особенности формирования имиджа руководителя как фактор повышения эффективности деятельности предприятия / Д. А. Дурдыева // Символ науки. – 2017. – №1. – С. 25–30.

3. Лебедева, Е. В. «Как пасти котов» или общие принципы управления творческим коллективом / Е. В. Лебедева // Организационная коммуникация: материалы международной научно-практической конференции, 23-24 апр. 2014г., Минск / О. В. Терещенко (отв. Ред.) [и др.] – Минск: Изд. центр БГУ, 2014. – С. 81– 83.

4. Шкурко, О. В. Востребованность имиджелогического знания у будущих менеджеров / О. В. Шкурко // СТЭЖ. – 2012. – №15. – С. 65–69.

5. Юдина, А. И. Стиль руководства как фактор эффективного менеджмента сферы культуры / А. И. Юдина // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2015. – №30. – С. 191–196.