

ка. Ведь люди мира хоть и говорят на разных языках, но смеются и плачут одинаково. На Земле не существует больших и малых народов, нет хороших или плохих наций. У каждого народа есть высокие духовные идеалы, и в любой среде этноса, к сожалению, есть циники, варвары. Но если на цинизм и варварство мы будем реагировать не ненавистью, а терпением и воспитательным воздействием, мир станет намного лучше.

Литература

1. Беялова М.А. Ценностные ресурсы образования и науки // Сб. науч. тр. по матер. Международной научно-практической конференции. – Тамбов, 2014. – С. 24-25.

2. Беялова М.А. Ресурсы возможности этнопедагогика в воспитании человека культуры // Международный журнал экспериментального образования. 2014. – №10. С. 60-65.

### **ИМИДЖ МЕНЕДЖЕРА СЕСТРИНСКОГО ДЕЛА ЛПУ**

Беялова М.А.

*МАОУ ВПО «Краснодарский муниципальный  
медицинский институт высшего  
сестринского образования»,  
Краснодар, Россия*

Анализ научной литературы по проблеме формирования имиджа свидетельствует, что в современном гуманитарном знании существует многообразие подходов к изучению такого явления как имидж. Это связано как с возрастающей заинтересованностью исследователей данной проблемой, так и с характером современных социальных процессов, требованиями к компетентности профессионала [2, с. 66-71].

Рассмотрение имиджа как многообразного и сложного явления позволяет отнести его к ценностно значимым характеристикам социального бытия. Феномен имиджа позволяет проследить связь экономических, социальных и культурных параметров через существенные характеристики индивида.

Имидж является той частью духовной и материальной культуры, которая совокупно отражает достижения на определённом этапе развития.

Имидж можно рассматривать не только как явление, но и как процесс адаптации и социализации. В данном процессе происходит усвоение социально значимой информации и

соответствующей социальной роли через обретение адекватного имиджа, являющегося способом коммуникации и способом удовлетворения таких основополагающих человеческих потребностей, как потребность в принадлежности и любви, в признании и одобрении, в самореализации самоактуализации. Он же в закодированном виде транслирует значимую информацию от одного поколения к другому, чем обеспечивает стабильное существование социума во времени.

Мы рассматриваем имидж менеджера СД ЛПУ как интегративную характеристику внешнего и внутреннего содержания личности, влияющую на эффективность управленческой деятельности.

Позитивный имидж менеджера, являясь гармоничной совокупностью внешних и внутренних индивидуальных, личностных, индивидуальных и профессиональных качеств руководителя, призван продемонстрировать его желание, готовность и способность к субъект-субъектному общению с участниками профессиональной деятельности. Учёными доказано, что имидж – динамическая характеристика, находящаяся в постоянном взаимодействии с социумом и отражающая сбалансированность различных личностных образований.

Психологическая структура имиджа включает три взаимосвязанных компонента: природный компонент – статичная составляющая и подвижные составляющие, которые оперативно изменяются в зависимости от условий среды (личностный, поведенческий, профессиональный), а также третий уровень: визуальный, аудиальный, кинестетический, что предполагает развитие профессионально значимых способностей [1, с. 29-31].

Создание имиджа менеджера рассматривается как поэтапный процесс: субъект – прообраз имиджа – первичный имидж – вторичный имидж – идеальный имидж; специально организованное взаимодействие участников формирования имиджа на социальной перцепции с целью обеспечения позитивного окружающего социума к конкретному менеджеру сестринского дела ЛПУ.

Имидж менеджера сестринского дела является имиджем, ориентированным на самоощущение. В основе его формирования и образования лежат потребности самовыражения, самоутверждения, достижения социального признания, самосовершенствования,

Таким образом, формирование имиджа, ориентированного на самоощущение, направлено на изменение Я-концепции менеджера сестринского дела в направлении её приближения к идеальному Я и, тем самым, к повышению самооценки и улучшению самоощущения менеджера.

К числу психологических условий формирования имиджа менеджера сестринского дела относятся следующие:

- развитие у менеджера интереса к себе и к миру;
- осознание необходимости формирования позитивного имиджа;
- проявление собственной активности при работе над своим имиджем;
- овладение приёмами самопознания и самооценки, навыками самоимиджирования;
- соблюдение принципа систематичности при формировании имиджа и принципа многообразия форм и методов работы по формированию и коррекции имиджа.

Сегодня проблема формирования имиджа менеджера сестринского дела ЛПУ становится актуальной и перспективной в контексте развития профессиональной культуры специалиста-управленца.

Литература

1. Амурова Н.Г., Белялова М.А., Мороз В.А., Чалов В.Н. Развитие профессионально значимых способностей преподавателя высшей школы // *Международный журнал экспериментального образования*. – 2012. – №4-2. – С.29-31.

2. Белялова М.А., Гаранина О.П., Сицова Л.А. Формирование профессиональной компетентности менеджера сестринского дела // *Международный журнал экспериментального образования*. – 2014. – №10. – С.66-71.

**ЭФФЕКТИВНАЯ КОМАНДНАЯ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:  
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Белялова М.А.

*МАОУ ВПО «Краснодарский муниципальный медицинский институт высшего сестринского образования»,  
Краснодар, Россия*

Качество работы любого учреждения определяется эффективной командной деятельностью.

Белбин Р. обращает внимание на восемь основных командных ролей – это председатель, формирователь, разведчик, коллективист, исполнитель, доводчик, мыслитель, оценщик [1].

Китов А.И. полагает, что подлинным критерием оценки деятельности руководителя служит конечный результат труда всего коллектива, в котором органически соединены результаты труда и руководителя, и исполнителей [3].

По мнению Томпсона Л.И., Тидора С.Н., успешная командная работа позволяет достигать амбициозных целей за счет эффекта синергии.

Мордачев В.Д. убеждён, что команда, которую поражает групповое единомыслие, застревает на своих прошлых достижениях и перестает двигаться вперед. Он выделяет критерии эффективности команды: удовлетворенность членством в коллективе; мотивация; авторитет руководителя; самооценка коллектива; деятельность; экономичность; качество; производительность; прибыльность.

Литвак М., Солдатова Т. убеждены, что успешный руководитель умело стимулирует творческий поиск, сталкивая различные подходы к решению проблем и иницируя процесс, называемый «творческими коллизиями» [4].

Столяренко Л.Д. утверждает, что подлинным критерием оценки деятельности руководителя служит конечный результат труда всего коллектива [5].

Файоль А. выделяет 14 принципов эффективного управления (дисциплина, вознаграждение персонала, справедливость, корпоративный дух, подчиненность личных интересов общим, специализация, полномочия и ответственность, единоначалие, единство направления, централизация, скалярная цепь, порядок, стабильность рабочего места для персонала, инициатива) и 5 базовых управленческих функций (предсказывать и планировать, организовывать, распоряжаться, координировать и контролировать) [6].

В статье Беляловой М.А. и Шевченко М.В. «Профессиональная культура менеджера в организации эффективной командной деятельности» концептуально обоснованы 10 управленческих ролей по Минцбергу; классификация восьми критериев эффективности образцовых компаний по