

**Роль эмоционального компонента в профессиональном имидже
женщины-руководителя**

Гужва Екатерина Алексеевна

Студент

ЯрГУ им. П. Г. Демидова, Факультет психологии, Ярославль, Россия

E-mail: ekaterina_guzhva@mail.ru

Работа выполнена при финансовой поддержке ГК 14.740.11.0238 в рамках ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 годы

Еще несколько десятилетий назад такое явление как женщина-руководитель было исключением из правил, но в настоящее время их число стремительно растет.

Создание позитивного образа руководителя во многом определяет успех его деятельности [1]. Власть человека над людьми зависит не только от его силы, ума и воли, но и от производимого им впечатления и его привлекательности. Это связано с некоторыми особенностями психологии восприятия человека человеком. Восприятие осуществляется посредством образов. В целом, образ - это одна из форм отображения объективной реальности. В научной психологии существуют два понимания образа: как репрезентации и как регулятора деятельности (П. Кюглер, Д.А. Опшанин, С.Д. Смирнов, Р. Солсо, З. Фрейд и др.) [3]

В нашем исследовании мы рассматриваем не сам образ, а *вторичный образ*, а точнее *образ-представление [3] женщины-руководителя как профессионала*. Это понятие сближается с таким психологическим явлением, как *имидж*. *Имидж человека* — это мнение об этом человеке, сформированное на основе образа, возникшего в сознании и психике других людей, в результате прямого или косвенного контакта.[2] Одним из важнейших аспектов имиджа руководителя является профессиональный аспект. *Профессиональный имидж* — это совокупность поведенческих характеристик человека и его профессиональных качеств, которые совместно формируют профессиональный образ личности. [2]

Для того чтобы грамотно сформировать имидж женщины-руководителя, необходимо рассматривать его как особую категорию с учетом гендерной специфики. Одним из проявлений гендерной специфики является преобладание эмоционального компонента.

Проблема имиджа женщины-руководителя на сегодняшний день является не достаточно изученной, поэтому мы провели исследование, **целью** которого было изучение профессионально имиджа женщин-руководителей.

Данная цель конкретизируется в следующих **задачах**:

1. Провести теоретический анализ литературы по проблеме имиджа женщин-руководителей.
2. Выявить составляющие профессионального имиджа женщин-руководителей.
3. Определить роль эмоционального компонента в имидже женщин-руководителей.

Гипотеза исследования: в профессиональном имидже женщин-руководителей преобладает эмоциональный компонент. Под эмоциональным компонентом подразумеваются

такие составляющие профессионального имиджа как: контролирование эмоций и энтузиазм.

Объект исследования – имидж женщин-руководителей

Предмет исследования – роль эмоционального компонента в имидже женщин-руководителей.

В исследовании были использованы методы интервью, анкетирования и ранжирования составляющих профессионального имиджа. Для математической обработки использовались метод контент-анализа, структурного анализа и коэффициент ранговой корреляции Спирмена. На основе интервью с женщинами-руководителями с помощью метода контент-анализа, мы выделили следующие составляющие профессионального имиджа: лидерские качества, организаторские способности, коммуникабельность, пунктуальность, инициативность, ответственность, сдержанность, последовательность действий, делегирование полномочий, контролирование эмоций, энтузиазм, профессиональные знания, умения, навыки.

Эмпирическое исследование позволило установить ряд закономерностей. В оценке составляющих профессионального имиджа существует отрицательная корреляция между «Контролированием эмоций» и «Организационными способностями» ($\rho=0.43$; $p<0.001$). Усиление степени контролирования эмоций негативно сказывается на организационных способностях женщин-руководителей, что свидетельствует о проявлении эмоционального компонента. Отсюда можно предположить, что степень контролирования эмоций влияет на успешность профессионального имиджа женщины-руководителя. Кроме того составляющая «Контролирование эмоций» имеет самый большой базовый вес по результатам структурного анализа $W=52$ и по рейтингу базовых весов занимает первое место, именно на этой составляющей завязано большинство связей.

«Коммуникабельность» отрицательно связана с «Контролированием эмоций» ($\rho=-0.43$; $p<0.001$). Данный факт мы объясняем тем, что коммуникабельные люди, напротив, стараются максимально проявлять свои эмоции в процессе общения, что и делает их более привлекательными и интересными для собеседника. Оценка собственной сдержанности положительно связана с оценкой своего умения контролировать эмоции ($\rho=0.41$; $p<0.001$), и отрицательно с оценкой инициативности ($\rho=-0.41$; $p<0.001$). Это объясняется тем, что сдержанность сама по себе проявляется в результате контролирования эмоций, в то время как инициативность наоборот снижается, так как основана на эмоциональном компоненте. Но одновременно при повышении уровня инициативности снижается уровень ответственности ($\rho=-0.32$; $p<0.01$) и наоборот, что может негативно сказаться на результате деятельности женщины-руководителя и, как следствие, на успешности ее имиджа.

Кроме компонентов профессионального имиджа мы ввели интегральный показатель профессиональной идеализации, который показывает, насколько участники исследования приписывают себе идеалы по соответствующим компонентам имиджа. Расчет индексов производился с помощью коэффициента ранговой корреляции Спирмена. Нами было установлено наличие связи профессиональной идеализации с составляющими «Контролирование эмоций» ($\rho=0.23$, $p<0.05$) и «Энтузиазм» ($\rho=0.28$, $p<0.05$), из чего следует, что эмоциональные компоненты взаимосвязаны с общей структурой профессионального имиджа и с идеализацией своего профессионального имиджа.

Таким образом, мы можем сделать следующие **выводы**:

1. Составляющими профессионального имиджа являются: лидерские качества, организаторские способности, коммуникабельность, пунктуальность, инициативность, ответственность, сдержанность, последовательность действий, делегирование полномочий, контролирование эмоций, энтузиазм, профессиональные знания, умения, навыки.

2. Спецификой имиджа женщины-руководителя является преобладание составляющих, связанных с эмоциональными проявлениями, таких как контролирование эмоций и энтузиазм что подтверждает нашу гипотезу.

1.

Литература

1. Брижан Е. С. «Имидж деловой женщины, как фактор карьерного продвижения» // Имиджелогия 2004. М., 2004. С. 251-254
2. Панасюк А. Ю. «Принципы классификации и основные виды» // Имиджелогия 2006. М., 2006, С. 200-210
3. Смирнов А. А., Живаев Н.Г. Адаптация студентов и образ вуза. Ярославль, 2010. 116 с.