

Детерминанты профессионального имиджа специалиста

Гужва Екатерина Алексеевна

Студент

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

E-mail: ekaterina_guzhva@mail.ru

С каждым годом во всем мире растет конкуренция на рынке труда. Профессиональное сообщество предъявляет высокие требования к специалистам, именно поэтому особенно актуальным становится исследование профессионального имиджа специалиста. [1] По определению Ольги Плисецкой, профессиональный имидж - это образ, который соответствует специфике той или иной профессии, это то представление о специалисте, которое складывается о нем у его руководителей, подчиненных, коллег, клиентов и конкурентов компании [2].

В результате теоретического анализа структур имиджа, предлагаемых разными авторами и анализа информации полученной из интервью с представителями профессионального сообщества, мы разработали пятикомпонентную структуру профессионального имиджа специалиста. Каждый компонент которой включает в себя элементы, отражающие частные проявления, формирующие образ.

Структура профессионального имиджа:

- *коммуникативный компонент*: открытость к общению, навыки эффективной коммуникации, доверительные отношения с окружающими.
- *организационно-лидерский компонент*: способность к эффективному планированию времени и действий (тайм-менеджмент), эффективное делегирование полномочий, способность построения эффективных стратегий действия, умение ставить цели и достигать их, умение организовывать работу других людей, уверенность в себе, способность быть лидером, авторитет в профессиональной среде.
- *эмоциональный компонент*: эмоциональность, самоконтроль, энтузиазм.
- *мотивационно-волевой компонент*: активность, ответственность, пунктуальность, инициативность, мотивация успеха, мотивация избегания неудач.
- *компонент профессиональных ЗУН*.

Важный показатель эффективности имиджа — это конгруэнтность. В данном исследовании мы рассматриваем имидж специалиста в двух формах: реальный профессиональный имидж (существует в действительности), и идеальный (к которому специалист стремится). Так же нами введен интегральный показатель - Профессиональная Идентичность (ПИ), который показывает, на сколько соответствуют реальные представления о собственном имидже участников исследования образу идеального специалиста, и позволяет целостно рассматривать структуру профессионального имиджа специалиста.

Цель нашего исследования: определение детерминант профессионального имиджа специалиста

Гипотеза исследования: в структуре профессионального имиджа специалиста существуют элементы, которые являются детерминантами его формирования.

В исследовании приняли участие 31 человек в возрасте от 20 до 50 лет, дипломированные специалисты.

Методы исследования: структурированное интервью, анкета, авторская методика «Оценка реального и идеального профессионального имиджа специалиста».

Для математической обработки использовались метод контент-анализа, метод структурного анализа, метод ранговой корреляции Спирмена, метод корреляционных отношений (эта квадрат η^2), регрессионный анализ.

Анализ результатов.

С помощью регрессионного анализа мы выявили элементы, являющиеся детерминантами формирования профессионального имиджа специалиста.

Уравнение регрессии:

$$\text{ПИ} = 0,708 + 0,009 * \text{P}2 + 0,009 * \text{P}5 + 0,005 * \text{P}6 + 0,008 * \text{P}10,$$

где P2 - навыки эффективной коммуникации, P5 - способность построения эффективных стратегий действий, P6 - эффективное делегирование полномочий, P10 - способность быть лидером

По результатам структурного анализа, элемент «Построение эффективных стратегий действий» имеет самый высокий базовый вес ($W=62$) в структуре профессионального имиджа специалиста. Он положительно связан с семнадцатью элементами профессионального имиджа, и, следовательно, его изменение повлечет за собой изменение всей структуры. Учитывая положительный вектор связей данного элемента с остальными, мы предполагаем, что при положительном воздействии на него возможно повышение уровня развития и всех остальных элементов как организационно лидерского компонента, так и остальных. Более того, в результате анализа корреляционных отношений, нами выявлено, что данный элемент влияет на оценку ответственности в структуре реального профессионального имиджа специалиста ($\eta^2=0.72$, $p<0.01$), а значит, воздействуя на него можно повышать выраженность элемента ответственности в структуре профессионального имиджа специалиста.

Оценка навыков эффективной коммуникации тесно связана с оценкой способности к эффективному планированию времени ($\rho=0.62$, $p<0.001$), т. е. навыками тайм-менеджмента, следовательно, грамотное распределение временных ресурсов, позволяет более эффективно строить коммуникацию в профессиональной среде. Важно отметить, что оценка навыков эффективной коммуникации связана с тринадцатью элементами реального профессионального имиджа из двадцати двух, что составляет больше 50%, базовый вес данного элемента равен $W=56$.

Элемент реального профессионального имиджа «Делегирование полномочий» очень тесно связан с оценкой способности быть лидером ($\rho=0.56$ $p<0.001$), умением организовывать работу других людей ($\rho=0.54$ $p<0.001$) и умением ставить цели и достигать их ($\rho=0.43$ $p<0.01$), из этого следует, что делегирование полномочий ($W=49$) является важным организационным качеством специалиста, которое оптимизирует его профессиональную деятельность.

Способность человека быть лидером в самооценке респондентов связана с активностью ($\rho=0.38$, $p<0.05$) и инициативностью ($\rho=0.42$, $p<0.01$). Лидерство характерно для людей, которые занимают активную деятельностную позицию, готовых самостоятельно действовать, проявлять инициативу и браться за дело, поэтому вышеуказанная связь является реализуемой на практике основой лидерского поведения.

Вывод: детерминантами профессиональной идентичности в имидже специалиста являются - навыки эффективной коммуникации, способность построения эффективной

стратегии действий, эффективное делегирование полномочий и способность быть лидером. Данные элементы профессионального имиджа имеют высокие базовые веса по результатам структурного анализа, на них основывается большинство связей, по результатам анализа корреляционных отношений выявлены влияния данных структурных элементов на остальные элементы, и наконец, с помощью регрессионного анализа мы выявили механизм влияния данных элементов профессионального имиджа на общую структуру и на формирование профессиональной идентичности.

Литература

- 1. Панасюк А. Ю. «Имидж: принципы классификации и основные виды» // Имиджелогия 2006, М., 2006, С. 200-210.**
- 2. PR-инфо: <http://pr-info.ru>, Плисецкая О. А. «Лицо компании. Профессиональный имидж PR-специалиста», 2007**