

¹Нургалиева А.Е., ²Махмутов А.Э.

¹магистр кафедры общей и прикладной психологии, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: n.a.e.89@mail.ru

²и.о. доцента кафедры общей и прикладной психологии, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: dos777@bk.ru

К ВОПРОСУ О ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ Я-ОБРАЗЕ РУКОВОДИТЕЛЯ МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ

Актуальность исследования продиктована противоречием между современными требованиями к профессиональным ценностям менеджмента, с одной стороны, и ростом национального самосознания с тенденцией к детерминированности моделей поведения национальными ценностями – с другой.

Анализ научной литературы показал различие методологических подходов к Я-образу и Я-концепции руководителя. Интегративный подход позволяет рассматривать Я-концепцию как систему ожиданий, установок, убеждений и представлений о себе, выполняющую важные функции в жизни человека, а образ Я как результат самопознания, самоотношения и саморегуляции. Обосновывается содержание когнитивного и эмоционального компонента Я-образа через идентификацию себя со своей референтной ролевой группой. Рассогласование образов «Я-реальное» и «Я-идеальное» ведет не только к непродуктивному деловому взаимодействию, но и к внутриличностному конфликту.

Проведено описание экспериментальных данных специфики профессионального Я-образа мужчин и женщин руководителей. Сравнительный анализ показал дифференциацию данных образов по параметрам «самоценность», «самопринятие», «самопривязанность», «аутосимпатия». В качестве проблемной зоны выявлено несовпадение по параметру «нереализованные возможности» в обеих группах респондентов, при этом у женщин по данной сфере получена наиболее отрицательная оценка. Это показывает ресурсную составляющую потенциала и его направленность у женщин-руководителей.

Ключевые слова: Я-образ, Я-концепция, Я-идеальное, Я-реальное, самопринятие, самоотношение.

¹Nurgaliyeva A., ²Mahmutov A.,

¹Master of “General and Applied Psychology” department, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: n.a.e.89@mail.ru

²Docent of “General and Applied Psychology” department, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: dos777@bk.ru

To the issue of professional ego – the image of male and female leaders

The relevance of the study is dictated by the contradiction between modern requirements for professional values of the management on the one hand and the growth of national consciousness with a tendency to determine the behavior of national values on the other.

The analysis of the scientific literature showed the difference of the methodological approaches to Ego-image and Ego-concept of the leader. The integrative approach allows one the self-concept as a system of expectations, attitudes, beliefs and ideas about myself, performing important functions in a person's life, and the image of the self as a result of self-knowledge, self-attitude and self-regulation. The content of the cognitive and emotional component of the Self-image is substantiated through self-identification with its reference role group is substantiated. The disagreement between the images “Ego-real” and “Ego-ideal” leads not only to unproductive business interaction, but also to intrapersonal conflict. The description of the experimental data of specificity of professional Ego-image of men and women of

heads is carried out. Comparative analysis showed a differentiation of the image data along the dimensions of "self-worth", "self-acceptance". "comprises almost", «automate». As a problem zone, there was the discrepancy in the parameter «unrealized opportunities» in both groups of respondents was revealed, while women in this area received the most negative assessment. This shows the resource component of the potential and its focus in women leaders.

Key words: Ego-image, Ego-concept, Ego-ideal, Ego-real, self-acceptance, self-attitude.

¹Нұрғалиева А.Е., ²Махмутов А.Э.

¹жалпы және қолданбалы психология кафедрасының магистрі, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., e-mail:n.a.e.89@mail.ru

²жалпы және қолданбалы психология кафедрасының доцент м.а., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., e-mail:dos777@bk.ru

Кәсіпқой мәселе бойынша ерлер және әйелдер басшылығының мен бейнесі

Зерттеудің өзектілігі бір жағынан менеджменттің кәсіби құндылықтарына қойылатын қазіргі заманғы талаптармен, екінші жағынан, ұлттық құндылықтар мен мінез-құлық үлгілерінің детерминациялануына қарай ұлттық сана-сезімнің өсуіне байланысты.

Ғылыми әдебиеттерді талдау Мен-жетекшінің концепциясына әдістемелік тәсілдердің айырмашылықтарын көрсетті. Интегративті тәсіл Мен-тұжырымдаманы адам өмірінде маңызды функцияларды орындайтын өзін-өзі тану, өзін-өзі тану және өзін-өзі реттеу нәтижесі ретінде өзі туралы күту, орнату, наным-сенім және елестету жүйесі ретінде қарастыруға мүмкіндік береді. Мен-бейненің когнитивті және эмоциялық компонентінің мазмұны өзінің референттік рөлдік тобымен өзін сәйкестендіру арқылы негізделеді. «Мен-шынайы» және «Мен-мінсіз» бейнелерінің үйлесуі өнімсіз іскерлік өзара іс-қимылға ғана емес, сонымен қатар тұлғааралық қақтығысқа да әкеледі. Ерлер мен әйелдердің жетекшілердің кәсіби Мен-бейнесінің ерекшеліктерінің эксперименталдық деректерін сипаттау жүргізілді. Салыстырмалы талдау саралауды деректер бейнелердің параметрлері бойынша, «пәнінің мақсаты мен міндеттері», «самопринятие», «самопривязанность», «аутосимпатия». Проблемалы аймақ ретінде респонденттердің екі тобында «іске асырылмаған мүмкіндіктер» параметрі бойынша сәйкессіздік анықталды, бұл ретте осы сала бойынша әйелдерде неғұрлым теріс баға алынды. Бұл басшы әйелдердің ресурстық әлеуетін және оның бағытын көрсетеді.

Түйін сөздер: Мен-бейне, Мен-тұжырымдама, Мен-мінсіз, Мен-нақтымын, өзін-өзі қабылдау, өзіндік қатынас.

Введение

В современном Казахстане все больше руководящих постов занимают женщины. На этом фоне не исчезли старые, а появились новые психологические проблемы, связанные с всесторонним включением женщины в жизнь общества. Однако, детерминированность управленческой деятельности маскулинными ценностями зачастую приводит к внутреннему конфликту между Я-образом себя как руководителя и Я-образом себя как женщины.

Актуальность проблемы усугубляется рядом противоречий:

– следование глобальным требованиям к профессиональным ценностям менеджмента, с одной стороны, и ростом национального самосознания с тенденцией к детерминированности моделей поведения национальными ценностями, с другой стороны;

– требованиям времени и руководства страны активнее включать женщин в экономическую

жизнь и наличие «стеклянного потолка» в управленческой карьере;

– достаточно обширного блока исследований Я-образа и Я-концепции руководителя и дефицита прикладных исследований гендерного и этнического фактора этой проблемы.

Все это продиктовало нам *цель исследования*: изучение специфики профессионального Я-образа у руководителей-мужчин и руководителей-женщин.

Гипотеза исследования: мы исходили из предположения о том, что профессиональный образ «Я» женщин-руководителей в целом характеризуется более критичным отношением и неудовлетворенностью собой из-за противоречий между гендерными и профессиональными стереотипами, в отличие от образа «Я» мужчин, занимающих руководящее положение.

Анализ научной литературы показал, что некоторые учёные используют понятия «Я-концепция» и «образ Я» как синонимы (Кон, 1979; Леонтьев, 1986; Собчик, 2005), другие раз-

водят эти понятия, рассматривая Я-концепцию как коппинг-ресурс (Агапов, 1999). Отмечается, что анализ итоговых продуктов самосознания, которые выражаются в строении представлений о самом себе, «Я-образе», или «Я-концепции» осуществляется либо как поиск видов и классификаций образов «Я», либо как поиск «измерений» этого образа (Столин, 1983).

В западной исследовательской практике проблема «Я» изучалась достаточно глубоко и последовательно. Становление «Я-концепции» рассматривается как процесс интеграции индивидуальных биологических факторов с факторами воспитания и социокультурного окружения (Rogers, 1959; Erikson, 1968). Я-концепция в гуманистической психологии рассматривалась как мотивационная потребность в самореализации личности как саморазвивающейся, самосовершенствующейся системы (Maslow, 1987), как потребность в идентичности (Fromm, 1941, 1956). Р. Бернс рассматривает Я-концепцию как совокупность установок, направленных на самого себя, состоящую из когнитивного, эмоционально-оценочного и поведенческого компонентов (Burns, 1986).

В концепции «теории самооценки личности» («selftheory») М. Кун утверждает, что «индивид не является пассивным существом, автоматически реагирующим на объект в соответствии с тем значением, которое ему придает группа» (Nikman, Kuhn, 1956: 26.). Если мы знаем референтную группу индивида, мы можем предсказать самооценку личности, если мы знаем самооценку личности, мы можем предсказать ее поведение» (Meltzer, Petras, 1972). Соглашаясь с этим тезисом, мы рассматриваем руководителя с точки зрения его социальной и структуры социальных установок, сформированных на основе интернализации этой роли. Базируясь на теории межгрупповых отношений, А.Тэшфел разработал теорию социальной идентичности, с точки зрения которой Я-образ (в нашем случае – руководителя) тем гармоничнее, чем больше он себя идентифицирует со своей социальной группой. В этой парадигме К. Хорни обращала внимание на ролевые контрасты, от которых страдают многие женщины в отношениях с мужчинами, в особенности выделяя контраст между традиционной женской ролью жены и матери и такой более либеральной ролью, как выбор карьеры или достижение других целей (Horney, 1926, 1967). Рассогласование реального и идеального Я-образа приводит к внутреннему конфликту и неврозам, транслируется на объяснение

некоторых личностных проблем руководителей-женщин. Поэтому нам импонирует мнение А. Тэшфела, что осознание человеком его места в социальном мире обусловлено, прежде всего, отнесением себя к определенной социальной группе; причем осознание группового членства реализуется посредством ряда сложных шагов: *социальной категоризации* (осмысление социального окружения как состоящего из различных групп), *социальной идентификации* (сделанный на основе сравнения выбор группы, в которую «помещает» себя индивид), наконец, собственно *социальной идентичности* (полного осознания своей принадлежности выбранной группе) (Tajfel, 1968).

Использование интегративного подхода в нашем исследовании, позволяет объединить общенаучные и конкретно-психологические принципы, раскрывающие содержательные признаки Я-концепции и Я-образа (Иващенко, Агапов, Барышникова, 2002). Выявление соотношения интеграции и дифференциации способствует рассмотрению феномена Я-образа как метасистемы, многофункциональной и многозначной, с одной стороны, а с другой – проведению анализа в плане ее компонентов, структуры и функций.

Материалы и методы

Мы исходили из того, что анализ образа руководителя позволяет выделить в нем два аспекта: образ себя и образ руководителя в глазах других. Для эмпирического изучения рассматриваемой проблемы были отобраны методики, позволяющие: во-первых, определить Я-образ руководителей женщин и мужчин; во-вторых, произвести сравнительный анализ реального и идеального образа руководителя у женщин и мужчин; в-третьих, определить образ руководителя в представлении других людей.

Для изучения образа себя мы выбрали методику «Диагностика межличностных отношений» Т.Лири (далее по тексту «ДМО»). Она позволяет исследовать представление испытуемого о себе, своём идеальном «Я», отношении к самому себе, а также стили и структуры межличностных отношений.

Наличие значительных расхождений по октантам будет свидетельствовать о внутренних конфликтах в отдельных областях взаимоотношений и о том, какие особенности своего межличностного поведения индивида не устраивают.

Для уточнения отдельных характеристик образа Я мы использовали «Методику исследования самоотношения» (МИС), предложенную

В.В. Столиным в 1985 году. В основе МИС лежит понимание самоотношения как сложной, уровневой эмоционально-оценочной системы, для адекватного и полного описания которой недостаточно существующих представлений о двух уровнях самооценки: глобальной самооценки и частных самооценок. Автором было выдвинуто положение о том, что самоотношение может быть понято как выражение смысла «Я» для субъекта, как некоторое устойчивое чувство в адрес собственного «Я», которое содержит ряд специфических модальностей, различающихся как по эмоциональному тону переживания, так и по содержанию.

Еще одним диагностическим приемом явилось использование полупроективной модифицированной методики Сакса-Сиднея «Незаконченные предложения». Целью использования данной методики явилось изучение системы отношений обследуемого: отношение к подчиненным; отношение к мужчинам; отношение к женщинам; отношение к себе; отношение к другим людям; нереализованные возможности.

Оценка по тесту носила количественный характер, то есть, отношение, выраженное испытуемым в ответе к субъекту или объекту, анализировалось как качественное, и ему присваивался балл. Мы выделили три типа отношения: положительные, нейтральные, отрицательные

Для изучения образа руководителя, который представлен у других людей, мы воспользовались методикой «Q-сортировка» (q-sort technique), «Q-сортировка» использовалась нами в двух ва-

риантах: «актуальный образ руководителя», «идеальный образ руководителя» (Stephenson, 1953).

Базой эмпирического исследования явились предприятия и организации города Усть-Каменогорска (Республика Казахстан). В целом экспериментальную группу составили женщины-руководители – 30 человек (17 человек (57%) в возрасте от 30 до 40 лет и 13 человек (43%) в возрасте от 41 до 50 лет), а также 30 мужчин-руководителей (21 человек (70%) в возрасте от 30 до 40 лет и 9 человек (30%) в возрасте от 41 до 50 лет).

Общее количество выборки для изучения образа руководителя со стороны других людей составило 30 человек в возрасте от 35 до 56 лет. Данная выборка людей была сформирована в свободных условиях. Исследование было проведено в 2017 году. За рамками нашего исследования остались руководители-госслужащие, требующие специального анализа.

Результаты и обсуждение

Анализ эмпирических данных осуществлялся в несколько этапов в соответствии с задачами исследования.

Первым этапом нашего исследования было изучение особенностей отношения к себе по методике МИС в двух рассматриваемых группах как одного из компонентов образа себя руководителя. Сравнительный анализ позволяет определить следующие особенности самоотношения в рассматриваемых выборках.

Таблица 1 – Распределение высоких, средних и низких показателей МИС у женщин-руководителей

Название шкалы	Высокие значения		Средние значения		Низкие значения	
	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
1) Закрытость	18	60,0	9	30,0	3	10,0
2) Самоуверенность	15	50,0	13	43,3	2	6,6
3) Саморуководство	11	36,6	12	40,0	7	23,3
4) Отраженное самоотношение	9	30,0	18	60,0	3	10,0
5) Самоценность	11	36,6	13	43,3	6	20,0
6) Самопринятие	7	23,3	19	63,3	4	13,3
7) Самопривязанность	4	13,3	23	76,6	3	10,0
8) Внутренняя конфликтность	10	33,3	14	46,6	6	20,0
9) Самообвинение	12	40,0	17	56,6	1	3,3

36,6% женщин этой выборки характеризуются высокими показателями по шкале «самоуправление», т.е. у них преобладает переживание собственного «Я» как внутреннего стержня, интегрирующего и организующего личность, деятельность и общение; присутствует тенденция искать причины поступков и себе самой. У мужчин по данной шкале высокие показатели отмечены лишь у 20% респондентов.

По шкале «самоуверенность» одинаковое количество респондентов и мужчин и женщин (50%) относятся к себе как к уверенному и самостоятельному человеку, удовлетворены своими возможностями. По параметру «самоценность»: – 53,3% испытуемых мужчин отражают ощущение ценности собственной личности, способность вызвать в других интерес к собственному миру; соответственно высокие показатели по данной шкале обнаруживают лишь 36,6% испытуемых женщин-руководителей.

В то же время, данные по шкале «отраженное самоотношение», которая связана с ожидаемым позитивным или негативным отношением к себе со стороны других, позволяет увидеть, что 30% женщин-руководителей и практически

такое же количество мужчин-руководителей – 36,6%, превосходят положительное отношение других людей к себе, отражают собственное представление о том, что его личность, характер и деятельность способны вызвать у других уважение, симпатию, одобрение.

Средняя выраженность показателей по шкале «самопринятие» (30% показали высокий результат), что характеризуется в недостаточно выраженном чувстве симпатии к себе, согласии со своими внутренними побуждениями.

Показатели двух других шкал связаны друг с другом. То есть, если по шкале «самопривязанность» респонденты отмечают низкие баллы, то следует ожидать, что по шкале «внутренняя конфликтность», испытуемые должны показать высокие результаты. Данная картина наблюдается у предпринимателей женского пола – 33,3% из них отражают чувство конфликтности собственного «Я», присутствуют сомнения, несогласие с собой; и в то же время лишь 13,3% данных испытуемых, показывают высокие баллы по шкале №7 (самопривязанность), выявляют желание изменений, тенденцию к соответствию идеальному представлению о себе.

Таблица 2 – Распределение высоких, средних и низких показателей МИС у мужчин руководителей

Название шкалы	Высокие значения		Средние значения		Низкие значения	
	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
1) Закрытость	10	33,3	16	53,3	4	13,3
2) Самоуверенность	15	50,0	13	43,3	2	6,6
3) Саморуправление	6	20,0	14	46,6	10	33,3
4) Отраженное самоотношение	10	33,3	17	56,6	3	10,0
5) Самоценность	16	53,3	9	30,0	5	16,6
6) Самопринятие	9	30,0	17	56,6	4	13,3
7) Самопривязанность	17	56,6	10	33,3	3	10,0
8) Внутренняя конфликтность	2	6,6	13	43,3	15	50,0
9) Самообвинение	9	30,0	13	43,3	8	26,6

У руководителей мужского пола обнаруживается обратная картина: большинство из них (56,6%) показывают положительный общий фон отношения к себе, отсутствие желаний измениться, в свою очередь, сохранение такого образа «Я» может расцениваться как один из механизмов психологической защиты самосо-

знания. Лишь 6,6% испытуемых данной группы выделяют в себе показатели внутренней конфликтности.

Методика МИС позволяет выделить вторичные факторы: «самоуважение» (шкалы №2, 3, 4), «аутосимпатия» (шкалы №5, 6, 7) и «самоуничижение» (шкалы № 8, 9). В связи с

этим были проанализированы показатели по трем выборкам.

Анализ результатов по вторичным факторам «самоуважение» и «аутосимпатии» и «самоуничижения» показал, что женщины-руководители в целом характеризуются высоким уровнем самоуверенности, самоуверенности, но в то же время – тенденцией к самообвинению, показателями внутренней конфликтности, низким принятием себя, ожиданием от других одобрения собственной личности. Эти данные согласовываются с низкими результатами по шкале «самопривязанность», что подтверждает желание данных испытуемых к внутренним изменениям, переоценке отношения к себе, повышению уровня самооценки, то есть реальный образ «Я» не-удовлетворяет данных испытуемых.

В другую группу, в которую вошли мужчины-руководители, в целом характеризуются самоуверенностью, самооценностью, низким внутренним конфликтом и большей самопривязанностью. Это может свидетельствовать о том, что образ «Я» данных испытуемых на данный момент их вполне удовлетворяет и желания внутренних изменений не наблюдается.

Дальнейшее изучение особенностей профессионального Я-образа осуществлялось на основе данных по методике «Диагностика межличностных отношений». Для анализа данных были построены психограммы на основе вычисления средних значений для обеих групп – (рисунок 1). В группе женщин в реальном образе ведущим стилем межличностных отношений является альтруистический (8 октанта).

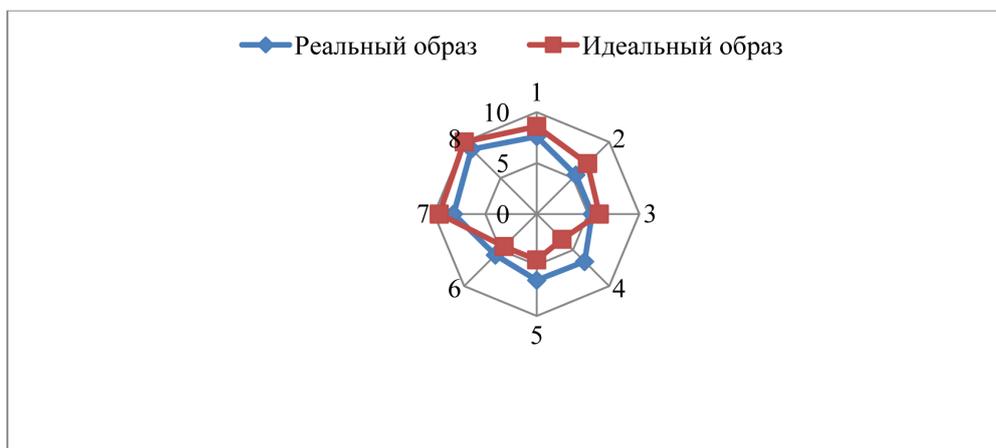


Рисунок 1 – Психограмма результатов методики ДМО в группе женщин-руководителей

Это означает, что женщины данной группы отмечают у себя такие характеристики, как доброжелательность, коммуникабельность, жертвенность, они испытывают потребность производить приятное впечатление на окружающих и соответствовать социальным нормам поведения, т.е. это все те качества, наличие которых говорит о соответствии женщины полоролевому стереотипу.

Затем идут такие качества, как склонность к сотрудничеству, эмоциональная неустойчивость, повышенная отзывчивость на средовые воздействия, потребность в признании, энтузиазм, стремление найти общность с другими (7 октанта).

Интересно отметить, что высокие показатели наблюдаются и по первой октанте, что свидетельствует о наличии таких характеристик, как

уверенность в себе, энергичность, стремление к доминированию.

В идеальном образе у данной группы женщин-предпринимателей также преобладает восьмая октанта (рисунок 1). Наблюдается увеличение показателей по 7, 1, 2 и 3 октантам, что можно интерпретировать, как стремление совмещать отзывчивость, доброту, заботу с активностью и доминантными тенденциями. Снижение в идеале показателей 4, 5 и 6 октант говорит о желании быть менее недоверчивыми к людям, но менее конформными и уступчивыми.

В группе, которую составили мужчины, ведущими являются авторитарный (1 октанта), доминирование (2 октанта) и агрессивный (3 октанта) стили межличностных отношений (рисунок 2). Это говорит о преобладании таких характери-

стик, как доминирование, энергичность, независимость, строгости и резкости в оценке других. Низкие значения преобладают по следующим

октантам: 7, 8 и 5 свидетельствует об отсутствии неуверенности в себе и податливости мнению окружающих, они не склонны к компромиссам.

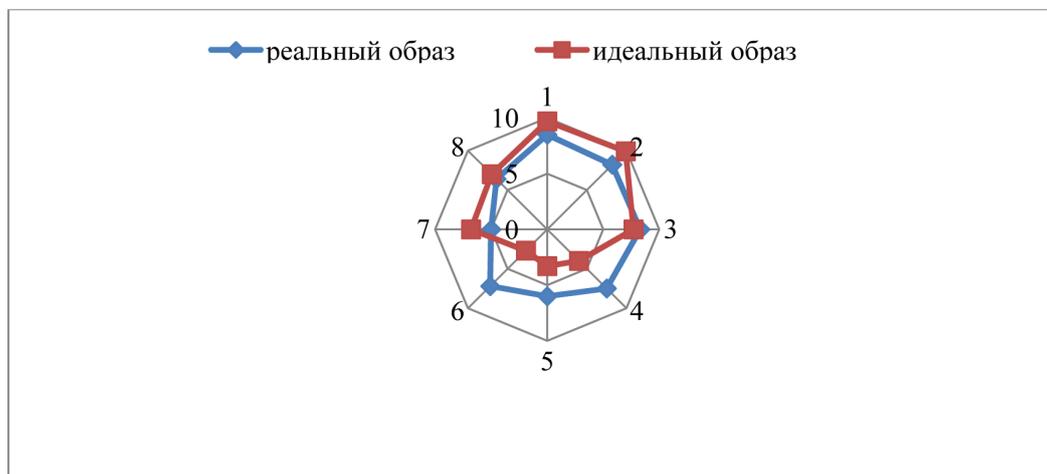


Рисунок 2 – Психограмма результатов методики ДМО в группе мужчин-руководителей

Соотношение Я-реального и Я-идеального в профессиональном образе в двух группах продемонстрировало следующую дифференциацию: наибольшие расхождения отмечены по 2-й октанте (доминирование), по 3-й (агрессивность) в сторону уменьшения характеристик в реальном «Я» у женщин-руководителей, по 7-й октанте (сотрудничающий) и 8-й (альтруистичный) в сторону увеличения характеристик в реальном «Я».

Таким образом, женщины-руководители характеризуют себя как отзывчивых, заботливых, доброжелательных, но, в то же время, стремящихся к лидерству. Это противоречие в отдельных случаях может служить источником внутренних конфликтов, но может выступать показателем включения в женский полоролевой стереотип некоторых маскулинных черт. А преобладание сотрудничающего и альтруистического стилей межличностных отношений, отражают характеристики, которые в обществе соответствуют представлению о женственности.

Сопоставив данные с помощью t-критерия Стьюдента, мы обнаружили, что имеются значительные различия в образе в двух группах по показателю доминирования (2 октанте) ($t=2,21$, $P>0,05$), альтруистичности ($t=2,02$, $P>0,05$ по 8 октанте) агрессивности ($t=2,7$, $P>0,01$ по 3 октанте) и по показателю сотрудничества ($t=2,7$, $P>0,01$ по 7-й октанте). Данные статистического анализа подтверждают результаты вышеизложенного анализа.

Рамки статьи не позволяют сделать подробный анализ по результатам методики «Незаконченные предложения». Поэтому остановимся на общих выводах.

Средние результаты суммарных оценок по выборкам позволили определить, какие сферы Я-образа руководителя в количественном отношении являются проблемными, а в каких сферах преобладает эмоционально-положительная оценка.

В целом можно отметить, что проблемной сферой для всех групп является №7 (нереализованные возможности), при этом у женщин по данной сфере получена наиболее отрицательная оценка. Это показывает ресурсную составляющую потенциала и его направленность у женщин-руководителей.

Результаты показателей по сфере №5 (отношение к себе) подтверждают, что наиболее отрицательный средний суммарный балл принадлежит женщинам-руководителям – (-1), в то время как мужчинам присуще более положительное представление о себе – (4), что коррелирует с данными по шкале №7, где у женщин-руководителей получены более низкие средние показатели.

Кроме этого, у испытуемых всех выборок отмечено положительное отношение к мужчинам и женщинам (сфера №2 и сфера №3), что можно трактовать как необходимые условия межличностного общения в профессиональной деятельности, и что, в принципе, и должно соответство-

вать респондентам находящимся на руководящих постах.

Достаточно показательным являются результаты по сферам №1 (отношение к подчиненным) и №6 (отношение к другим). В частности для мужчин характерно более негативное, требовательное отношение к подчиненным (суммарный средний результат составляет – (-1)), а женщины-руководители (результат – (3)) отмечают положительное, понимающее отношение к своим

подчиненным. В то же время отношение к другим (к недифференцированным по какому-либо признаку) людям наблюдается практически одинаковое в двух группах респондентов.

Дополнительно рассмотрели Я-образ руководителей к себе в качественном выражении, путем контент-анализа ответов по предложению №17 («К себе я отношусь...») методики «Незаконченные предложения», и отразили в таблице 3 наиболее часто встречаемые ответы испытуемых.

Таблица 3 – Распределение ответов по предложению № 17 методики «Незаконченные предложения» у испытуемых (%)

Выборка руководителей	Ответы испытуемых на предложение: «К себе я отношусь...»
Женщины	– хорошо – 53%
	– с уважением – 27%
	– с вниманием – 20%
Мужчины	– нормально – 67%
	– хорошо – 21%
	– с одобрением – 12%

Приведенные данные показывают, что у женщин наблюдается более дифференцированная оценка себя, т.к. в ответах преобладают более конкретные описания отношения к себе (27% испытуемых относятся к себе «хорошо», 20% – «с вниманием»). В то же время 53% испытуемых отмечают просто хорошее отношение к себе. Для мужчин-руководителей характерным является обобщенное представление о себе (мужчины чаще ограничивались общими ответами: «нормально» – 67% и «хорошо» – 21%); и лишь 12% респондентов отмечают, что относятся к себе с одобрением.

Как по методике «МИС», так и по методике «НП», наиболее выраженная аутосимпатия оказалась у мужчин-руководителей, т.е. почти у половины данной группы эмоциональная оценка себя выражается положительным отношением, одобрением себя в целом. Дифференцированно представлен данный фактор в женской выборке, т.е. конкретизированные ответы женщин относительно себя можно расценить как более внимательное и в то же время критичное отношение к себе.

В целом об особенностях образа «Я» испытуемых двух групп можно сделать следующий вывод.

Женщины-руководители в целом характеризуются высоким уровнем саморегуляции, тенденцией к самообвинению, показателями внутренней конфликтности, низким принятием себя и, в то же время, ожиданием от других одобрения собственной личности. Эти данные согласовываются с низкими результатами по шкале «самопривязанность», что подтверждает желание данных испытуемых к внутренним изменениям, переоценке отношения к себе, повышению уровня самооценки, то есть реальный образ не удовлетворяет данных испытуемых.

Для респондентов мужчин характерна высокая самоуверенность, выраженные характеристики самопривязанности, невысокие показатели самообвинения и низкие результаты по шкале «внутреннего конфликта».

Следующий этап анализа касается изучения сведений относительно образа руководителя в аспекте «реального» и «идеального» с точки зрения людей, не имеющих отношение к управленческой деятельности, но, зачастую, детерминирующие стереотипичное представление о профессии. С этой целью мы проанализировали данные, полученные по методике «Q-сортировка».

Реальный образ – это представление о руководителе в настоящем. Идеальный образ – это образ, который хотели бы видеть другие люди в руководителях, то, к чему они должны стремиться.

Перед началом анализа необходимо отметить, что мы, для того чтобы сравнить две рассматриваемые выборочные совокупности, сначала определили, насколько они эмпирически отличаются друг от друга. Для этого нами был использован t-критерий Стьюдента. Сопостав-

ление результатов с помощью данного критерия показало значимые различия между двумя выборками ($t=2,7$, $p<0,01$), что дает нам основание утверждать, что они являются выборками разных совокупностей и их можно подвергать сравнению между собой.

Сравнивая профили реального и идеального образа руководителей мужчин и женщин с точки зрения других людей (рисунки 3 и 4), можно говорить о следующих тенденциях:

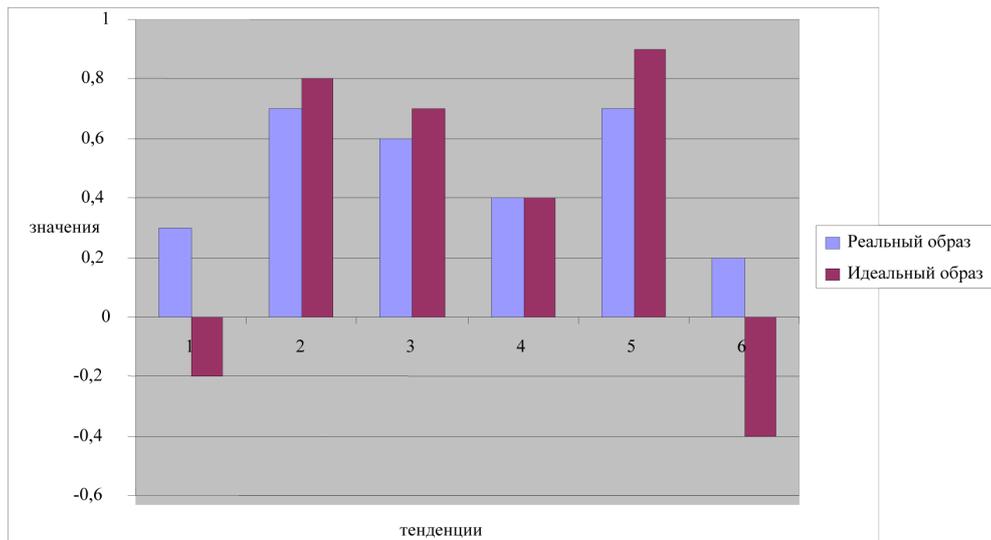


Рисунок 3 – Показатели реального и идеального образа мужчин-руководителей с точки зрения других людей по методике «Q-сортировка»

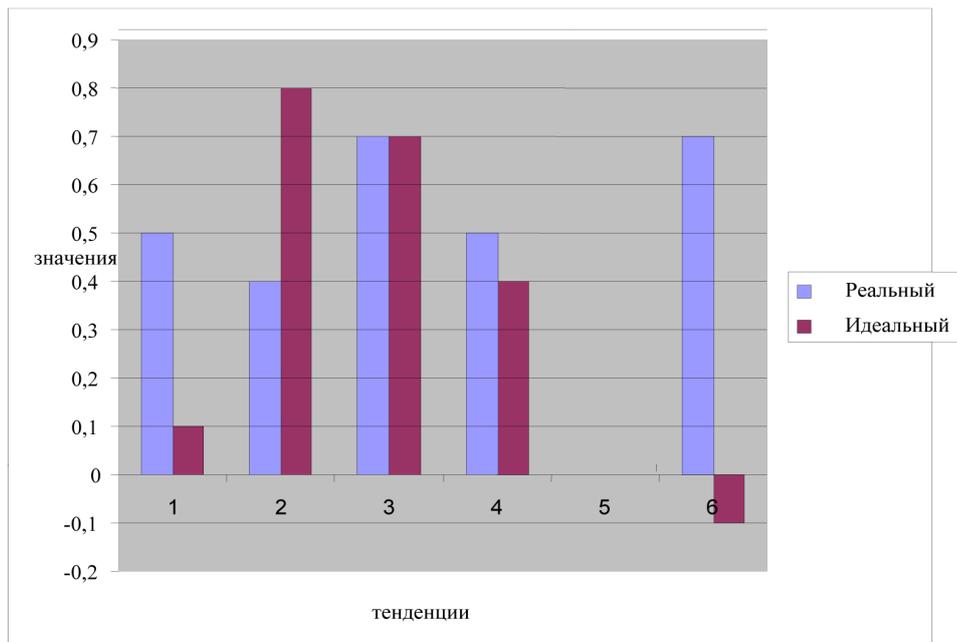


Рисунок 4 – Показатели реального и идеального образа женщин-руководителей с точки зрения других людей по методике «Q-сортировка»

– Реальный и идеальный образ мужчин-предпринимателей характеризуется у людей с независимостью, общительностью и принятием борьбы. В идеальном образе присутствуют заметные отличия в снижении показателей зависимости и избегании борьбы.

– Совпадение в реальном и идеальном образе женщин-руководителей наблюдается с позиции других людей по тенденции «общительность». Что касается других параметров, то здесь присутствуют расхождения в реальном и идеальном образах по показателям принятия борьбы и независимости.

Выводы

В целом, предложенная в начале статьи программа исследования Я-образа руководителя через систему оценивания себя Я-реального и Я-идеального, а также через критерии «самопринятия», дала возможность выявить гендерную специфику данных образов и их дифференциацию по различным параметрам.

Мы определили, что образ «Я» женщин руководителей характеризуется высоким уровнем саморуководства, тенденцией к самообвинению, показателями внутренней конфликтности, низким принятием себя и в то же время ожиданием от других одобрения собственной личности. Эти данные согласовываются с низкими результатами по шкале «самопривязанность», что подтверждает желание данных испытуемых к внутренним изменениям, переоценке отношения к себе, повышению уровня самооценки, то есть реальный образ «Я» не удовлетворяет данных испытуемых. Для мужчин руководителей характерно в образе себя: самоуверенность, ощущение ценности собственной личности, положительный общий фон отношения к себе, низкие показатели внутренней конфликтности, что можно расценивать как отсутствие большого желания самоизменений.

Сравнение результатов реальных представлений о себе с предполагаемой оценкой образа себя в двух рассматриваемых выборках позволяет констатировать следующее. В группе женщин-руководителей в реальном представлении себя ведущими стилями межличностных отношений являются альтруистический и сотрудничающий.

В то же время были отмечены высокие показатели и по преобладанию авторитарного стиля в межличностном взаимодействии, что может указывать на наличие таких характеристик, как уверенность в себе, энергичность, стремление к доминированию. В идеальном образе у данной группы респондентов также преобладает альтруистический тип отношений, однако наблюдается выраженное стремление совмещать отзывчивость, доброту, заботу с активностью, уверенностью, доминантными тенденциями.

В группе респондентов-мужчин ведущими являются авторитарный, доминантный и агрессивный стили межличностных отношений. У мужчин этой группы в образе себя мало место отводится неуверенности в себе и податливости мнению окружающих, склонности к компромиссам. В идеальных представлениях у них ведущими являются независимый и авторитарный стили отношений, что показывает желание оставаться уверенными, активными, энергичными и настойчивыми.

Противоречие в образе Я руководителей-женщин в отдельных случаях может служить источником внутренних конфликтов, но может выступать показателем включения в женский полоролевой стереотип некоторых маскулиных черт. А преобладание сотрудничающего и альтруистического стилей межличностных отношений отражает характеристики, которые в обществе соответствуют представлению о женственности.

Исследование подтвердило предположение о том, что гендерные стереотипы влияют на представление у людей образа руководителя.

Литература

- Кон, И.С. Категория «Я» в психологии / И.С. Кон // Психологический журнал. 1981. – Т.2. – №3. – С. 25.
Агапов В.С. Я-концепция в структуре управленческой деятельности руководителя. Монография. – М., - ГУУ. 1999. – 230 с.
Столин В. В. Самосознание личности. – М., 1983.
Maslow A. H. Motivation and personality / A. H. Maslow. NY, 1954.
Fromm E. (1956/1974) The art of loving. New York: Harper and Row.
Meltzer B. N, Petras J. W. (1972) The Chicago and Jowa Schools of Symbolic Interaction-ism//Manis J. G., Meltzer B. N. (eds.). Symbolic Interaction. Boston.
Horney K. (1926/1967). Feminine psychology. – New York: Norton.

- Ивашенко А.В., Агапов В.С., Барышникова И.В. Проблемы Я-концепция личности в отечественной психологии. // Мир психологии. – 2002. – С.17-30
- Kelly, G.A. (1963) A theory of personality. The psychology of personal construct / G.A. Kelly. – N.Y.: Norton, 189 p.
- Kuhn M. H. (1964) The Reference Group Reconsidered//The Sociological Quarterly. – V. 5.
- Rogers, C.R. (1959). A theory of therapy, personality and interpersonal relationships, as developed in the client-centered framework. In S. Koch (Ed.). Psychology: A study of a science (Vol. 3, pp. 184-256). New York: McGraw Hill.
- Леонтьев А.Н. К психологии образа. // Вестник МГУ. Серия 14 Психология. – 1986. – № 3. – С. 73.
- Собчик Л.И. Психология индивидуальности. – СПб, Речь, 2005. – С.75-88.
- Erikson E.H. (1968) Identity, Youth and Crisis, New York: Norton.
- Tajfel H. (1968) Social and Cultural Factors in Perception//Lindzey G., Aronson E. (eds.). The Handbook of Social Psychology. Reading.
- Stephenson W. (1953). The study of behavior: Q-technique and its methodology. Chicago: University of Chicago Press.

References

- Agapov V. S. (1999) Ia koncepcia v structure upravlencheskoi deiatelnosti [Ego - concept in the structure of management activities of the head]. Monograph. M – GUU, 230 p.
- Erikson E.H. (1968) Identity, Youth and Crisis, New York: Norton.
- Fromm E. (1956, 1974) The art of loving. New York: Harper and Row.
- Horney K. (1926, 1967). Feminine psychology. New York: Norton.
- Ivashchenko V., Agapov V. S., Baryshnikova I. V. (2002.) Problemy Ia-koncepcii lichnosti v otechestvennoi psihologii [Problems-the concept of personality in Russian psychology]. World of psychology, pp. 17-30.
- Kelly, G.A. (1963) A theory of personality. The psychology of personal construct / G.A. Kelly. N.Y.: Norton, 189 p.
- Kon I. S. (1981) Kategorija "Ja" v psihologii [Category "Ego" in psychology]. I. S. Kon . Psychological journal, Vol. 2. 3, 25p.
- Kuhn M. H. (1964) The Reference Group Reconsidered//The Sociological Quarterly. V. 5.
- Leont'ev A. N. (1986) K psihologii obraza [To the psychology of the image] . Vestnik MGU. Series 14 Psychology, № 3, 73 p.
- Maslow A. H. (1954) Motivation and personality. A. H. Maslow. NY.
- Meltzer B. N, Petras J. W. (1972) The Chicago and Jowa Schools of Symbolic Interaction-ism. Manis J. G., Meltzer B. N. (eds.). Symbolic Interaction. Boston.
- Rogers C.R. (1959). A theory of therapy, personality and interpersonal relationships, as developed in the client-centered framework. In S. Koch (Ed.). Psychology: A study of a science (Vol. 3, pp. 184-256). New York: McGraw Hill.
- Stephenson W. (1953). The study of behavior: Q-technique and its methodology. Chicago: University of Chicago Press.
- Stolin V. V. (1983) Samoznanie lichnosti [self-Consciousness of personality]. M.
- Sobchik L. I. (2005) Psihologia indivydnosti [Psychology of individuality].- SPb, Speech, pp. 75-88
- Tajfel H. (1968) Social and Cultural Factors in Perception//Lindzey G., Aronson E. (eds.). The Handbook of Social Psychology. Reading.