

**Сушко Наталья Геннадьевна**

кандидат психологических наук, доцент  
кафедры социальной работы и психологии,  
Тихоокеанский государственный университет  
nat135@mail.ru

**Natalia G. Sushko**

candidate of psychology ,  
Department of Social work and psychology,  
Pacific National University  
nat135@mail.ru

## **Психологические характеристики имиджа российских предпринимателей**

### **Psychological characteristics of the image of Russian entrepreneurs**

***Аннотация.** Имидж представляет собой искусственно созданная иллюзорная реальность. В такой реальности образы искажены, соответствуют определенным представлениям и целям. Имидж предпринимателя как представителя одной из социальных групп, по большей части, представлен именно как иллюзорный образ, созданный на основе определенных установок. Изучение психологических характеристик имиджа российских предпринимателей актуально в виду того, что обществом воспринимаются не отдельные люди, а сборный образ имиджа этих предпринимателей. В статье автором рассмотрены основные психологические характеристики имиджа российских предпринимателей.*

***Ключевые слова:** имидж, социально-психологические установки, профессиональная деятельность, предприниматель, СМИ.*

***Annotation:** The image is an artificially created illusory reality. In such a reality, the images are distorted, correspond to certain ideas and goals. The image of an entrepreneur, as a representative of one of the social groups, is for the most part presented precisely as an illusory image created on the basis of certain attitudes. The study of the psychological characteristics of the image of Russian entrepreneurs is relevant in view of the fact that society perceives not individual people, but a composite image of the image of these entrepreneurs. In the article, the author considers the main psychological characteristics of the image of Russian entrepreneurs.*

***Keywords:** image, socio-psychological attitudes, professional activity, entrepreneur, mass media.*

Российский предприниматель часто выступает в роли руководителя предприятия, от его имиджа, от того, как его воспринимают подчиненные, во многом зависит успех всего предприятия. Важно при исследовании психологических характеристик имиджа обращать внимание не только на то, как обще-

ственность воспринимает предпринимателя, но и как его воспринимают подчиненные, как правильно, большой авторитет имеет именно деловой лидер, как бы парадоксально это ни звучало.

Имидж предпринимателей, в частности, российских предпринимателей отражает, в первую очередь, особенность профессиональной деятельности, а также, сложившуюся в обществе систему социально-психологических установок и отношений. С развитием рыночной системы, нацеленностью предпринимателей на социальное партнерство имиджу предпринимателей уделяется все большее внимание, развитие идет по пути ломки негативных стереотипов, гармонизации информации и повышения престижа профессии.

На формирование положительного имиджа предпринимателя влияют разные факторы, например привлекательность, позитивные психологические качества. Рассмотрим подробнее, какие феномены оказывают наиболее значимое влияние на формирование имиджа российского предпринимателя.

Предприниматели относятся к социальной группе. Важное значение при формировании имиджа этой группы имеют средства массовой информации, отличающиеся пристрастностью, различными средствами влияния и субъективностью. Образ российского предпринимателя, представленный на сцене театра, в литературе, в различных выступлениях часто бывает преувеличенным, как в положительную, так и в негативную сторону и видится авторами как обобщенный образ, убедительный и часто эмоциональный.

Для создания позитивного имиджа российского предпринимателя большое значение имеет использование таких феноменов, как эффект ореола, новизны, контраста и галло-эффект.

Имидж предпринимателя, зачастую, представляет собой сборный образ предприятия, которое представлено этим бизнесменом; в виду этого важно, чтобы представленный имидж был многогранен и максимально объективен. Объективно, представленный имидж помогает понять, в каком направлении стоит меняться для разрешения социальных конфликтов. Формируя позитивный/положительный имидж, предприниматель часто проходит путь совершенствования в личном и профессиональном плане, что приводит к созданию положительного образа его бизнеса и, как следствие, потребители станут больше доверять такому предпринимателю.

Обобщенный положительный имидж предпринимателя должен иметь определенные психологические качества; здесь важно обращать внимание на те установки и стереотипы, которые уже сложились в обществе, ориентироваться на них, не забывая при этом об индивидуальности.

При создании эффективного имиджа российского предпринимателя важно выделять те особенности рассматриваемой личности, которые непосредственно влияют на формирование имиджа. В этом плане можно выделить такие психологические готовности, как:

- готовность к риску;
- готовность к конкуренции и противоборству;

- готовность к профессиональному общению, общению со всеми людьми, которые могут оказать помощь/поддержку бизнесу, в том числе сотрудничество с организациями;
- готовность учиться в профессиональном плане, изучать новые технологические процессы и прогнозировать возможные результаты;
- готовность к принятию решений, которые в будущем могут принести максимальную выгоду для самого предпринимателя и его потребителей;
- готовность к анализу и поиску выгодной ниши для бизнеса;
- готовность к созданию индивидуальной структуры бизнеса, производства новых товаров, заполнению найденной ниши для бизнеса и поиска возможностей удержания найденной ниши.

Группа российских предпринимателей отличается общими психологическими чертами, однако, стоит заметить, что, безусловно, можно и надо выделять различия по гендерному признаку.

Выделим основные, на наш взгляд, психологические характеристики имиджа российских предпринимателей[4]:

- положительное, позитивное отношение к конкуренции, как неизбежной составляющей своей деятельности;
- высокий уровень самооценки в плане деловых качеств, таких как: способность к конкуренции, успеху и пр.
- умение в конфликтах занимать активную сторону;
- взаимоотношения носят больше агрессивно-доминирующий характер;
- предприниматели-женщины в большей мере в психологическом плане походят на предпринимателей-мужчин;
- склонность к риску чаще проявляется у предпринимателей-мужчин, чем у женщин;
- более лояльное отношение к конкуренции также больше проявляется у предпринимателей-мужчин, чем у женщин;
- у предпринимателей-женщин отмечено более лояльное отношение во взаимоотношениях вообще, в конфликтах в частности.

### **Литература**

1. Вавакина Т. С. Образ делового партнера в представлениях российских предпринимателей / Т. С. Вавакина, В. П. Позняков // *Знание. Понимание. Умение*. - 2013. - № 2. - С. 217–224.

2. Журавлев А. Л. Психологические отношения российских предпринимателей к конкуренции и партнерству: гендерный аспект / А. Л. Журавлев, В. П. Позняков, О. И. Титова // *Наука - Культура - Общество*. - 2008. - № 4. - С. 102-115.

3. Позняков В. П. Российские предприниматели в изменяющемся обществе: региональные и гендерные особенности / *Вестн. РГНФ*. - 2008. - № 4. - С. 208–213.

4. Позняков В. П. Социально-психологические особенности российских предпринимателей – мужчин и женщин. [Электронный ресурс]. – Режим до-

cmyna: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskie-osobennosti-rossiyskih-predprinimateley-muzhchin-i-zhenschin>.

### **Literature**

1. Vavakina T. S. *The image of a business partner in the representations of Russian entrepreneurs* / T. S. Vavakina, V. P. Poznyakov // *Knowledge. Understanding. Skill*. - 2013. - No. 2. - pp. 217-224.

2. Zhuravlev A. L. *Psychological relations of Russian entrepreneurs to competition and partnership: gender aspect* / A. L. Zhuravlev, V. P. Poznyakov, O. I. Titova // *Science - Culture - Society*. - 2008. - No. 4. - pp. 102-115.

3. Poznyakov V. P. *Russian entrepreneurs in a changing society: regional and gender characteristics* / *Vestn. RGNF*. - 2008. - No. 4. - pp. 208-213.

4. Poznyakov V. P. *Socio-psychological features of Russian entrepreneurs - men and women*. [Electronic resource]. - Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskie-osobennosti-rossiyskih-predprinimateley-muzhchin-i-zhenschin>.