

УДК 159.9**Психологический анализ увлеченности работой специалистов в области рекламы как феномен****Янчицкая Злата Станиславовна**

Аспирант,
кафедра гуманитарных и социальных дисциплин,
Технологический университет дважды Героя Советского Союза,
летчика-космонавта А.А. Леонова,
141070, Российская Федерация, Королев, ул. Гагарина, 42;
e-mail: z.yanchitskaya@gmail.com

Аннотация

Цель статьи заключается во всестороннем анализе понятия «увлеченность работой» с целью определения его отличий от смежных конструктов. В материале предпринята попытка сопоставительного анализа таких категорий, как «увлеченность работой» и «вовлеченность в работу», которые часто используются взаимозаменяемо. Увлеченность работой рассматривается как антипод профессионального выгорания, что подчеркивает ее значимость для психологического благополучия и эффективности специалистов. На основании проведенного анализа было выявлено, что «увлеченность работой» является маркером ценностно-смыслового отношения к профессиональной деятельности, отражая глубокую вовлеченность личности в процесс труда. Особое внимание в статье уделяется характеристике увлеченности работой в сфере рекламы. Было установлено, что это состояние, при котором профессионалы испытывают высокий уровень энергии, мотивации и удовлетворения от своей деятельности. Увлеченность работой в рекламе связана с креативностью, стремлением к достижению высоких результатов и постоянным саморазвитием. Изучив форму и содержание понятия «увлеченность работой», автор подчеркивает, что данное состояние следует рассматривать через призму профессионального Я человека, что позволяет глубже понять его психологические механизмы и влияние на личностное и профессиональное развитие.

Для цитирования в научных исследованиях

Янчицкая З.С. Психологический анализ увлеченности работой специалистов в области рекламы как феномен // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2025. Т. 14. № 1А. С. 28-37.

Ключевые слова

Увлеченность работой, профессиональное Я, компоненты увлеченности работой, вовлеченность в работу, профессиональное выгорание, реклама.

Введение

Для современного бизнеса и психологии труда особый интерес представляет такое состояние как «увлеченность работой». Вильмар Шауфели, Питернел Дийкстра, Татьяна Иванова описывают данное состояние «как приятное чувство, которое наполняет и делает осмысленной жизнь его обладателя», при этом, по их мнению, это залог высокой продуктивности труда [Шауфели, 2015].

Основная часть

Человек, выстраивая отношения со своей работой, устанавливает внутренние установки – то, за что он удовлетворен своей работой. Из-за многозначности слов в английском языке, на этапе перевода, возникают сложности в трактовках понятий – «увлеченностью работой» и «вовлеченность в работу», что, в свою очередь, вносит путаницу в современные управленческие практики.

Ориентируясь на западный подход в организационной психологии, можно обнаружить два термина – work engagement (увлеченность работой) и job involvement (вовлеченность в работу).

Также в зарубежных словарях встречаются такие определения термина увлеченности работой как «эмоциональная вовлеченность или обязательство», как «состояние нахождения в движении». Среди синонимов встречаются слова: приверженность, страсть, энтузиазм.

Институт Гэллапа work engagement (увлеченность работой) как «энтузиазм и вовлеченность сотрудников в их работу и рабочее место». Это относится к тому, как сотрудники согласовывают себя с целями, идеалами и философией бизнеса и участвуют в деловых начинаниях.

Также в зарубежных источниках встречаются дополнительные характеристики увлеченных сотрудников:

- Устойчивы в положительной оценке организации, в которой они работают, и делятся этой оценкой с коллегами, потенциальными сотрудниками и клиентами;
- Обладают сильным желанием работать в организации, несмотря на возможности работы в другом месте;
- Стремятся прикладывать дополнительное время и усилия.

Увлеченность и вовлеченность сотрудников являются важными аспектами создания позитивной и продуктивной рабочей среды. Вовлеченность – это степень, в которой они вносят вклад в достижение организационных целей. Другими словами, при оценке увлеченности работой важно обращать внимание на то, как (каким образом) сотрудники относятся к тому, что они делают, в то время как предметом для оценки вовлеченности в работу выступает то, что сотрудники фактически делают для организации (результат деятельности).

С другой стороны, вовлеченность сотрудников относится к уровню участия и вклада, которые сотрудники вносят в процессы принятия решений и инициативы компании. Вовлеченные сотрудники имеют голос в организации и чувствуют, что их вклад ценят. В то время как увлеченность фокусируется на эмоциональной связи сотрудников со своей работой, вовлеченность фокусируется на активной роли, которую сотрудники играют в формировании направления и успеха организации. Как увлеченность, так и вовлеченность имеют решающее значение для формирования культуры сотрудничества, инноваций и общей удовлетворенности сотрудников.

Ниже представлена отдельная таблица, которая поможет проиллюстрировать, что увлеченность и вовлеченность сотрудников — это разные термины.

**Таблица 1 - Сравнительные характеристики терминов:
«увлеченность работой» и «вовлеченность в работу»**

Критерий	Увлеченность работой	Вовлеченность в работу
Содержание	Эмоциональная приверженность организации	Активное участие в решении проблем и принятие решений
Предмет	Эмоциональная связь и мотивация	Активный вклад и участие
Влияние / воздействие	Более высокая производительность, более низкая текучесть кадров, более высокий моральный дух	Улучшение процесса принятия решений, интеграции инноваций, высокая ответственность
Роль и место коммуникации во взаимодействии с другими членами трудового коллектива	Открытые каналы коммуникации, выработка механизмов обратной связи	Двусторонняя коммуникация, участие в дискуссиях
Особенности формирования лидерских качеств	Поддерживающее и расширяющее возможности лидерство	Совместное лидерство, делегирование ответственности

Сопоставляя термины «увлеченность» и «вовлеченность», можно прибегнуть к лингвистическому анализу слов. В русском языке приставка «во» обозначает направленность движения или действия во внутрь. Например: «ворваться», «воткнуть», «вооружение» и т.д. и т.п.

Если вдумчиво оценивать слово «вовлеченность», то мы понимаем, что речь идет о некоем внешнем давлении, чтобы побудить или привлечь к участию в чем-либо. «Вовлеченность» — это отглагольное существительное, которое является производным от глагола «вовлечь». В толковых словарях под «увлеченностью» описывают как состояние сильного интереса, страсти, энтузиазма. В качестве синонимов могут выступать такие слова-состояния: «подъем», «интерес», «любовь», «увлечение», «вдохновение» и пр. То есть слово «вовлеченность» исключается из перечня возможных синонимов. Также можно отметить, что такое описание слова не противоречит и абсолютно точно соответствует ключевым параметрам «увлеченности работой», установленные Вильмаром Шауфели, Питернелем Дийкстрой и Татьяной Ивановой.

Увлеченность сотрудников связана с многочисленными преимуществами для организаций, включая более высокую производительность, более низкую текучесть кадров и более высокую прибыль. В то время как вовлеченность сотрудников в работу приводит к улучшению принятия решений, повышению удовлетворенности сотрудников и расширению возможностей решения проблем. Когда сотрудники вовлечены в процесс принятия решений, они чувствуют себя более заинтересованными в результатах и мотивированы работать над достижением общих целей.

Увлеченность сотрудников — это понятие, которое гораздо шире трактовки как «эмоциональная приверженность сотрудников своей работе и организации». По мнению автора, люди, демонстрирующие высокую увлеченность в работу, воспринимают свой труд как важную часть жизни, так как через качественное выполнение работы происходит рост внутренней самооценки. Поэтому в исследовательской среде необходимо распространить информацию о том, что понятия «увлеченность» и «вовлеченность» являются близкими, но не тождественными и их место в изучении профессионального Я совершенно разные.

Чтобы улучшить увлеченность сотрудников, внутри компании важно сосредоточиться на создании позитивной рабочей среды, предоставлении возможностей для роста и развития, а также развивать культуру признания и вознаграждения сотрудников за их вклад. Инициативы

по увлеченности сотрудников могут также включать регулярную коммуникацию посредством развития механизмов обратной связи и программ формирования лидерских качеств.

Рассуждая о личной эффективности, Кэл Ньюпорт писал: «увлеченность работой – это побочный эффект мастерства», а составляя модель общей направленности эмоций (ОНЭ), советский психолог Борис Игнатьевич Додонов использовал понятие «увлеченность работой» в контексте описания «праксических эмоций», т.е. эмоций, возникающих в рамках деятельности.

Обзор теоретических материалов и исследований, связанных с увлеченностью работой, показывает, что сам феномен имеет схожие формы проявления с другой формой психологического состояния, как трудоголизм. Для трудоголизма характерно зависимое поведение от работы, без привязки к конкретному типу профессиональной занятости. Люди-трудоголики много работают и стремятся быть постоянно занятыми. Однако, принципиальным отличием выступает факт, согласно которому увлеченные работой люди ориентированы на соблюдение баланса между личной и профессиональной жизнью. Также принципиальную разницу между увлеченными работой людьми и трудоголиками стоит искать в мотивации к трудовой деятельности: увлеченные работой люди руководствуются внутренним побуждением (испытывают желание), в то время как трудоголики мотивированы чувством внутреннего долга. У трудоголиков присутствует чувство тревоги и вины, если они не работают и (или) не достигают поставленных целей. Автор считает, что усилия профессионального психологического сообщества должны быть направлены на выработку эффективных стратегий для снижения трудоголизма (так как речь идет о зависимости, подрывающей ментальное здоровье личности) и использовать особенности личности трудоголика более экологично, чтобы привить ему здоровую увлеченность работой.

Исследователям предстоит расширить базу знаний о причинах поведения трудоголиков и увлеченных сотрудников, то есть об их мотивации. Вопрос о том, какого типа сотрудники проявляют большую эффективность (увлеченные своей работой или трудоголики), остается открытым и дискуссионным, потому что добровольная повышенная рабочая нагрузка не всегда равнозначна качественной работе.

Одно из первых определений понятия «увлеченность работой» появилось в 1990 году благодаря Уильяму Кану. Он предпринял попытку рассмотреть увлеченность в работу как научный феномен и концептуализировать понятие. Для него увлеченность работой является отдельной переменной, которая может иметь разные уровни, т. е. это единая величина имеющая свойство варьироваться от очень низкого до очень высокого уровней. Увлеченность работой является независимой конструкцией. В его теории сотрудники могут вовлекаться и выражать себя тремя разными способами: физически, когнитивно и эмоционально, на разных уровнях во время выполнения своих ролей. Таким образом, их увлеченность может варьироваться от отстраненной до полностью увлеченной (высокий уровень).

По мнению ученого, люди приносят свои личные «я» в свою работу. В 2001 году Нэнси Ротбард предложила изучать увлеченность работу как двумерную конструкцию, которая включает внимание (т. е. время, которое человек тратит на размышления о своей роли на работе) и поглощенность (т. е. интенсивность сосредоточения человека на роли на работе) [Employee Engagement. What's Your Engagement Ratio?, www...].

В отечественной психологической школе заметный вклад в изучение увлеченности работой привнесла Е.Ю.Мандрикова. Она установила, что понятие увлеченности работой можно рассматривать в контексте двух основных подходов [Мандрикова, 2012]. Первый подход рассматривает феномен профессиональной увлеченности как прямую противоположность

«выгоранию». В отличие от сотрудников, переживающих выгорание, увлеченные работающие демонстрируют хорошую физическую устойчивость и активно включены в жизнь своей компании. Они уверены в своих силах справляться с высокими требованиями на работе. Приверженцы этой точки зрения подчеркивают, что увлеченность и выгорание не всегда находятся в негативной взаимосвязи, так как чрезмерно увлеченные работники тоже подвержены риску выгорания.

В контексте другого подхода увлеченность трудом определяется как «устойчивая позитивная и удовлетворяющая работа состояние, которое характеризуется энергией, энтузиазмом и полной вовлеченностью в деятельность». Исследователи В.Шауфели и А.Беккер рассматривают занятость как показатель психоземotionalного здоровья на работе, выражая баланс между внутренними и внешними факторами мотивации.

В связи с этим важно отметить, что увлеченность является устойчивым и глубоким состоянием. Оно затрагивает различные психические процессы, связанные с эмоционально-познавательным и мотивационным процессами. При этом данное состояние не делает индивида заикленным на одном объекте или событии в общем организационном процессе, а распространяется и на другие сферы жизни.

По мнению автора, здесь будет уместно отметить, что антипод увлеченности работой – эмоциональное выгорание. Выгорание приводит к снижению удовлетворения от работы и потере интереса к ней. Длительное увлечение без соблюдения баланса между работой и другими личными сферами жизни приводит к апатии, чувству усталости и даже раздражительности по отношению к работе. Низкий уровень благополучия на работе будет оказывать негативные побочные эффекты на жизнь человека в целом за пределами работы, что приводит к низкой удовлетворенности жизнью и низкому уровню счастья.

Уильям Мейси и Бенджамин Шнайдер полагают, что не смотря на устойчивость увлеченности работой как состояния, оно может изменяться в течение краткосрочных временных промежутков и также может подвергаться изменениям в зависимости от опыта работы, от персональных поведенческих свойств и отдельных рабочих событий.

В 2015 году Вильмар Шауфели, Питернель Дийкстра, Татьяна Иванова установили три ключевых параметра, которые описывают «увлеченность работой» как психологическое состояние [Шауфели, 2015]:

- Энергичность.
- Преданность делу.
- Поглощенность

Исходя из перечисленных критериев, становится очевидным, что увлеченность работой – это следствие отношения индивида к его трудовой деятельности. Эмпирическим путем было выявлено, что увлеченность работой зависит от выбора профессии: чем многограннее трудовая деятельность (комплексные и интересные задачи, с возможной автономией для принятия решений), тем выше увлеченность сотрудников. Например, работа в сфере рекламы и PR как раз предполагает к тому, чтобы увлеченность сотрудников была высокой. Для сотрудников открывается широкое поле возможностей для реализации коммуникационных, творческих, управленческих и операционных задач. Также Вильмар Шауфели, Питернель Дийкстра и Татьяна Иванова считают, что немаловажную роль на увлеченность работой оказывает возраст. По их мнению, чем старше сотрудник, тем выше его увлеченность, так как с возрастом человек становится более осознанным, а это в свою очередь способствует тому, что человек лучше понимает, что ему на самом деле необходимо для профессиональной самореализации.

Сейчас существуют понятные критерии, которые предопределяют увлеченность индивида трудовой деятельностью. Их принято классифицировать на две большие группы – это внешние и внутренние ресурсы [Шауфели, 2015].

Таблица 2 - Ресурсы, определяющие увлеченность работой

Внешние (организационные) ресурсы	Внутренние (личностные) ресурсы
Заработок, потенциальный рост в карьере, престиж, а также взаимодействие с другими людьми и социальные связи, четкость роли в трудовом процессе, продуктивная обратная связь и возможность работать самостоятельно.	Оптимизм, устойчивость к неопределенным и кризисным ситуациям, уверенность в собственных силах (самоэффективность), осознанность и другие качества, которые поддаются контролю и управлению.

Особенностью внешних ресурсов является тот факт, что они не могут быть всегда и полностью подконтрольны, потому что ими можно управлять лишь отчасти. К примеру, организация трудового процесса или получение конструктивной обратной связи зависит от множества внешних факторов, а не только от возможностей субъекта трудового процесса.

Рассматривая особенности второй группы критериев (личностные ресурсы), стоит сказать, что именно эти индикаторы связаны с оценкой текущей рабочей ситуации, человек определяет отношение к работе, к коллегам и к организации. Таким образом, для индивида это способ оценки и восприятия как актуального положения вещей, так и будущих перспектив. Например: оптимизм может помочь человеку с предвкушением ожидать собственное продвижение по карьерной лестнице, а устойчивость поможет в преодолении профессиональных вызовов. Поэтому как отмечают ученые-психологи, чем шире позитивные индивидуальные личностные особенности, тем с большей вероятностью человек будет увлечен работой.

Если анализировать характеристики сотрудников, которые не увлечены работой скорее всего они будут игнорировать выполнение рабочих задач, особенно в тех аспектах трудовой деятельности, где они лишены контроля. Это обусловлено тем, что они лишены внутренней мотивации. Их внешние и внутренние ресурсы не сбалансированы. Они подвержены влиянию внешних факторов.

Проведя анализ литературы и сложность трактовки понятия «увлеченность работой» как феномена в психологии труда, можно обнаружить следующий факт: одной из проблем увлеченности сотрудников является то, что ее может быть трудно измерить и количественно оценить. Но существуют инструменты, которые могут измерить уровень увлеченности сотрудников, а также определить формы выражения увлеченности.

В настоящее время одним из известных инструментов для определения степени увлеченности работой активно используется утрехтская шкала увлеченности работой (Utrecht Work Engagement Scale, UWES). Она изучает увлеченность работой по трем составляющим, которые в свое время определил Вильмар Шауфели: энергичность, энтузиазм и поглощенность деятельностью.

Оценивая особенности феномена «увлеченность работой», автор статьи полностью согласен с тем фактом, что для выявления уровня увлеченности человека своей работой важно учитывать три факта [Мандрикова, Горбунова, 2012]:

- Какое место занимает работа в жизни человека;
- Является ли работа привлекательной для человека;
- Как человек связывает и определяет сам себя через выполняемую работу.

Важно отметить, что при изучении увлеченности работой как психологического феномена, то стоит также учитывать индивидуальные интересы и потребности сотрудников.

Увлеченность, будучи психологическим феноменом, не только отражает связь с группой и организацией, но и возникает как результат взаимодействия личности с окружающей реальностью. Характер этого взаимодействия складывается на основе жизненных переживаний и ценностей человека. Правомерность этих слов подтверждают следующие подходы: компоненты удовлетворенности трудом Е.А.Шаховой [Шахова, 2023], «Четыре столпа увлеченности» Д. Боудена.

Социальные	Внутриорганизационные	Личностные
•Престиж работы •Престиж профессии и т.д.	•Условия труда •Оплата труда и т.д.	•Служебная роль •Достижения •Возможности карьерного роста и т.д.

Рисунок 1 – Компоненты удовлетворенности трудом (по Е.А. Шаховой)

Е.А.Шахова отметила, что компоненты удовлетворённости трудом, действуя в комплексе, обеспечивают субъективное отношение человека к труду, следовательно, влияют на его увлеченность работой.

Согласно Д. Боудена, «**Четыре столпа увлеченности**» включают в себя:

- Поведенческий (проактивные действия сотрудника)
- Когнитивный (проявление особого подхода в мышлении и внимании сотрудника)
- Эмоциональный (проживание позитивных эмоций через труд)
- Социальный (проявление через социальные связи и отношения).

При этом для психологии труда представляет интерес не только содержание и форма увлеченности работой, но и компоненты или факторы, определяющие ее становление и развитие. Исследования показывают, что в зависимости от профессии эти параметры могут быть разными.

В Центре развития бизнес-коммуникаций работают сотрудники в возрасте от 21 года до 27 лет, от 28 лет до 36 лет и старше 45 лет. В возрастных группах 21–27 лет, 28–36 лет и старше 45 лет можно выделить определенные особенности. В частности, для молодых специалистов в возрасте от 21 до 27 лет характерен активный профессиональный рост. Этот период часто сопровождается большим количеством энтузиазма и стремлением к обучению, что ведет к высокой степени увлеченности своей работой. Следующий этап — это возраст от 30 до 35 лет, когда профессионалы уже обладают определенным опытом и начинают более осознанно строить свой профессиональный путь. Этот возрастной период может быть связан с изменениями в отношении к карьерным целям и возможными новыми вызовами. В то время как у людей старше 45 лет наблюдается гораздо больший приоритет на передаче знаний и опыта, накопленного за годы работы. Проводя беседы с разными представителями целевых групп, были установлены факторы, которые влияют на увлеченность работой (таблица 4). Эти аспекты, с одной стороны, очень сильно перекликаются с компонентами удовлетворенности трудом Е.А.Шаховой, а также отражают «Столпы увлеченности» Д.Боудена.

Как показывает теоретический обзор материалов и практический анализ, увлеченность работой рекламных специалистов может зависеть от множества факторов, включая личностные особенности, карьерные достижения, а также от качества рабочей среды. Однако, индивидуальные особенности индивида играют важную роль, и степень увлеченности может сильно варьироваться от сотрудника к сотруднику.

Таблица 4 - Компоненты, определяющие увлеченность работой, сотрудников в сфере коммуникаций

Возрастная группа от 21 до 27 лет	Возрастная группа от 30 до 36 лет	Возрастная группа 40+
Тяга к обучению	Опыт и карьерные достижения	Опыт и карьера
Рабочая среда	Изменения в карьерной траектории	Изменения в индустрии
Поддержка баланса между личной жизнью и работой (work-life balance)	Рабочая среда	Рабочая среда
Ожидания и давление	Баланс между работой и личной жизнью	Баланс работы и личной жизни
Карьера и возможности роста	Профессиональное развитие	Социальные связи

Заключение

Таким образом, важно подчеркнуть, что увлеченность работой рекламных специалистов — это состояние, в рамках которого сотрудники способны испытывать высокий уровень энергии, мотивации и удовлетворения от своей деятельности. Данное состояние характеризуется рядом особенностей: страстью к профессии, способностью справляться с профессиональными вызовами, заинтересованностью в коммуникации с внешним миром, открытостью к командной работе, сфокусированностью на результатах, стремлением к обучению, желанием привносить больше идей и неординарных решений в проектную деятельность.

Изучив форму и содержание понятия «увлеченность работой», важно подчеркнуть, что данное состояние следует рассматривать через призму профессионального Я человека. Данный феномен помогает определять степень, с которой человек воспринимает собственную трудовую деятельность, как часть своего профессионального Я, или как инструмент самоопределения через выполняемую работу.

Библиография

1. Джанерьян С. Т. Смысловое отношение человека к профессии как системообразующий фактор его профессиональной Я-концепции // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: общественные науки. 2005. №1.
2. Мандрикова Е.Ю. Увлеченность работой: обзор современных зарубежных исследований // Психология в вузе: научно-методический журнал. 2012. № 6, с. 53-64.
3. Мандрикова Е.Ю., Горбунова А.А. Взаимосвязь увлеченности работой, личностных ресурсов и удовлетворенности трудом сотрудников // Организационная психология. 2012. №4
4. Шаров А.С. Рефлексивная концепция «я» и сопряжение миров // Вестник Омского гос. пед. ун-та. Гуманитарные исследования. Омск: Издательство ОмГПУ. 2017. № 4 (17). С. 39–42
5. Шауфели В. Увлеченность работой. Как научиться любить свою работу и получать от нее удовольствие. М.: Когито Центр, 2015. 150 с.
6. Шахова, Е. А. Удовлетворенность трудом в условиях precarious занятости работников умственного труда / Е. А. Шахова // Актуальные проблемы психологического знания. – 2023. – № 4(65). – С. 48-66.
7. Bakker A.B., Schaufeli W.B., Leiter M.P. & Taris T.W. Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology // Work & Stress. 2008. Vol. 22. P. 187–200.
8. Bowden, J. L. H. The four pillars of tertiary student engagement and success: a holistic measurement approach / J. L. H. Bowden, L. Tickle, K. Naumann // Studies in Higher Education. – 2021. – Vol. 46. – Iss. 6. – P. 1207-1224.
9. Employee Engagement. What's Your Engagement Ratio? // Gallup Business Journal [Electronic resources]. — URL: <http://www.gallup.com/consulting/121535/Employee-Engagement-Overview-Brochure.aspx> (дата обращения 15.12.2024).
10. Kuok, A. C. H., & Taormina, R. J. (2017). Work engagement: Evolution of the concept and a new inventory. Psychological Thought, 10(2), 262–287.

Psychological Analysis of Work Engagement Among Advertising Specialists as a Phenomenon

Zlata S. Yanchitskaya

Postgraduate Student,
Department of Humanities and Social Disciplines,
Technological University named after twice
Hero of the Soviet Union, cosmonaut A.A. Leonov,
141070, 42 Gagarin str., Korolev, Russian Federation;
e-mail: z.yanchitskaya@gmail.com

Abstract

The aim of the article is to comprehensively analyze the concept of "work engagement" in order to determine its differences from related constructs. The material attempts a comparative analysis of such categories as "work engagement" and "job involvement," which are often used interchangeably. Work engagement is considered the antithesis of professional burnout, emphasizing its importance for the psychological well-being and effectiveness of specialists. Based on the analysis, it was revealed that "work engagement" is a marker of a value-meaningful attitude towards professional activity, reflecting a deep personal involvement in the labor process. Special attention in the article is paid to the characteristics of work engagement in the field of advertising. It was found that this is a state in which professionals experience a high level of energy, motivation, and satisfaction from their activities. Work engagement in advertising is associated with creativity, the pursuit of high results, and continuous self-development. Having studied the form and content of the concept of "work engagement," the author emphasizes that this state should be considered through the prism of a person's professional self, which allows for a deeper understanding of its psychological mechanisms and impact on personal and professional development.

For citation

Yanchitskaya Z.S. (2025) Psikhologicheskiy analiz uvlechennosti rabotoy spetsialistov v oblasti reklamy kak fenomen [Psychological Analysis of Work Engagement Among Advertising Specialists as a Phenomenon]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 14 (1A), pp. 28-37.

Keywords

Work engagement, professional self, components of work engagement, job involvement, professional burnout, advertising.

References

1. Dzhanyan S. T. A person's semantic attitude to his profession as a system-forming factor of his professional self-concept // News of universities. North Caucasus region. Series: Social Sciences. 2005. No. 1.
2. Mandrikova Elena Yuryevna Passion for work: a review of modern foreign research // Psychology at university: scientific and methodological journal. 2012. No. 6, p. 53-64.
3. Mandrikova Elena Yurievna, Gorbunova Anna Aleksandrovna The relationship between passion for work, personal resources and job satisfaction of employees // Organizational psychology. 2012. No. 4

-
4. Sharov A.S. Reflexive concept of “I” and the connection of worlds // Bulletin of the Omsk State University. ped. un-ta. Humanities studies. Omsk: Omsk State Pedagogical University Publishing House. 2017. No. 4 (17). pp. 39–42
 5. Schaufeli V. Passion for work. How to learn to love your job and enjoy it. M.: Kogito Center, 2015. 150 p.
 6. Shakhova, E. A. Job satisfaction in conditions of precarious employment of mental workers / E. A. Shakhova // Current problems of psychological knowledge. – 2023. – No. 4(65). – P. 48-66.
 7. Bakker A.B., Schaufeli W.B., Leiter M.P. & Taris T.W. Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology // Work & Stress. 2008. Vol. 22. P. 187–200.
 8. Bowden, J. L. H. The four pillars of tertiary student engagement and success: a holistic measurement approach / J. L. H. Bowden, L. Tickle, K. Naumann // Studies in Higher Education. – 2021. – Vol. 46. – Iss. 6. – P. 1207-1224.
 9. Employee Engagement. What's Your Engagement Ratio? // Gallup Business Journal [Electronic resources]. — URL: <http://www.gallup.com/consulting/121535/Employee-Engagement-Overview-Brochure.aspx> (дата обращения 15.12.2024).
 10. Kuok, A. C. H., & Taormina, R. J. (2017). Work engagement: Evolution of the concept and a new inventory. Psychological Thought, 10(2), 262–287.