

ЛИЧНОСТЬ И ОРГАНИЗАЦИЯ

УДК 159.9

ГРНТИ 15.41.43

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК, СВЯЗАННЫХ С РЕПУТАЦИЕЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ НА МУНИЦИПАЛЬНОЙ СЛУЖБЕ

©2023 г. М.П. Калеменева*, М.В. Богданова**

** Аспирант, кафедра общей и социальной психологии, Институт психологии и педагогики, Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия
e-mail: mary_kl@icloud.com*

*** Кандидат психологических наук, доцент, кафедра общей и социальной психологии, Институт психологии и педагогики, Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия
e-mail: bogdanova-mv@yandex.ru*

В статье приводится обзор литературных источников различных сфер науки по вопросам исследования репутации в целом и гендерный аспект в частности. Целью исследования стало изучение взаимосвязи социально-психологических характеристик руководителей и руководительниц на муниципальной службе с уровнем репутации внутри организации. Гипотеза исследования заключается в том, что наличие у мужчин и женщин руководителей, значимо отличающихся наборов социально-психологических характеристик, способствуют высокому уровню репутации внутри организации. Исследование проводилось на базе Администрации города Тюмени. Выборку составили руководители и руководительницы разного уровня (238 человек) в возрасте от 25 до 60 лет. Стаж работы на муниципальной службе от 1 года до 35 лет. По результатам первого этапа, где руководители принимали участие в социометрическом исследовании, все руководители были разделены на три группы по уровню репутации внутри организации. В результате второго этапа был получен индивидуальный профиль руководителей, отражающий мотивационные факторы, интеллектуальный потенциал и личностные

характеристики. В ходе третьего этапа исследования был проведен статистический анализ полученных данных (критерий U-Манна-Уитни). В ходе анализа результатов статистической обработки данных было проанализировано три группы руководителей и руководительниц с разным уровнем репутации. В каждой из групп выявилось несколько характеристик, которые значимо отличающихся у мужчин и женщин. При этом во всех трех группах (с высоким, средним и низким уровнем репутации) значимые различия между руководителями и руководительницами наблюдались по показателю «дружелюбие». Результаты исследования имеют практическую значимость, так как могут быть применены специалистами по управлению персоналом для формирования кадрового резерва руководителей или для построения карьерных траекторий уже работающих сотрудников. Также результаты имеют теоретическую значимость, так как помогают более точно определить феномен «репутации руководителя» в социальной психологии.

Ключевые слова: муниципальный служащий, психологические характеристики, оценка, репутация, пол.

ВВЕДЕНИЕ

Орган муниципальной власти — организация, деятельность которой направлена на поддержание комфортной жизни граждан региона. Для качественного выполнения обязанностей органу власти необходимо иметь команду высококвалифицированных кадров. Немаловажным фактором в построении команды является наличие руководителя, способного выстраивать точное и эффективное взаимодействие с коллегами, подчиненными и вышестоящим руководством, четко ставить задачи и корректно воспринимать критику, а также иметь высокий уровень репутации внутри организации. Наряду с набором мотивационных, личностных характеристик, которыми должен обладать современный руководитель, на наш взгляд, важным является гендерный аспект. Согласно исследованию компании Deloitte, проведенному в 2020 году среди российских руководителей высшего звена, в государственном секторе лишь 6% от всей выборки составляют женщины (Калюков, 2020). Возможно, это связано с отсутствием доверия к женщине как руководителю, или мнением, что мужчина как руководитель является наиболее эффективным, чем женщина. Нами было выдвинута **гипотеза** о том, что наличие у мужчин и женщин руководителей, значимо отличающихся наборов социально-

психологических характеристик (мотивационных, интеллектуальных, личностных), способствуют высокому уровню репутации внутри организации. Именно поэтому **целью** нашего исследования стало изучение взаимосвязи социально-психологических характеристик мужчин и женщин руководителей на муниципальной службе и уровня репутации внутри организации.

ИССЛЕДОВАНИЯ РЕПУТАЦИИ В РАЗЛИЧНЫХ НАУКАХ

Исследования репутации в последнее время стали актуальны в социологии, политологии и психологии. Многие ученые рассматривают вопросы управления или формирования репутацией.

Политолог В.Ф. Кузнецов указывает на несколько выгод, которые может получить политическая организация при наличии устойчивой позитивной репутации. Одной из таких выгод является сравнительно высокий уровень доверия от аудитории. Еще одной выгодой является получение «кредита доверия» при возникновении кризисных ситуаций. Третьей выгодой является высокий уровень самооценки сотрудников самой организации и возможность привлечение наиболее перспективных и профессиональных специалистов. И четвертой выгодой является возможность поиска новых политических союзников и работы в профессиональном сообществе. Все это позитивно сказывается на работе самой политической организации и ее сотрудников. В данном случае, по мнению автора, репутация будет являться набором ощущений и убеждений относительно политической организации, которые формируются у аудитории (Кузнецов, 2019).

По мнению философа Ю.Е. Крюковой, репутация какого-либо объекта (организации, личности), в первую очередь формируется у тех, кто оценивает данный объект. Именно поэтому при построении репутации необходимо учитывать не только собственное мнение, но и мнение оценивающих. То есть, с одной стороны необходимо использовать различные инструменты для формирования образа и представления об

объекте в сознании окружающих. С другой — применение методов и способов управления собственной репутацией (Крюкова, 2016).

Психолог А.Ю. Трубецкой на протяжении более пяти лет анализировал деятельность политических лидеров в различных регионах страны. Целью исследования стало изучение структуры репутации политических деятелей. В ходе исследования было выявлено несколько компонентов, входящих в структуру. Одним из таких компонентов стала «коммуникативная установка». По мнению автора, данный компонент связан со степенью открытости политика, а также искренностью по отношению к окружающим, в частности к избирателям. Еще одним компонентом стала «сила личности». Данный компонент состоит из ряда личностных характеристик (решительность, принципиальность). Проанализировав все компоненты структуры репутации политического деятеля, автору удалось выделить системообразующие компоненты. Одним из таких компонентов стало «умение заботиться о своем народе». Еще один — наличие у политического деятеля внутреннего «стержня» (Трубецкой, 2006, с. 25).

В юриспруденции отсутствует законодательно закрепленное определение понятия «деловая репутация». Некоторые авторы высказывают позицию, что деловая репутация, наряду с честью и достоинством, является социальным благом, которое защищается законом, и нарушение которого несет вред свободе действий и общественному положению субъекта посредством создания отрицательного впечатления (Стриганова, 2022).

Социолог П.-М. Шовен, опираясь на этимологию понятия репутация, которая определяется как «оценка», исследует взаимосвязь непосредственно оценки и репутации. По мнению автора, данная взаимосвязь может быть трех направлений: оценка создает репутацию; отсутствуют объективные показатели взаимосвязи оценки и репутации; взаимосвязь оценки и репутации не стабильна и зависит от контекста ситуации. Как отмечает автор, в социологии чаще всего используется именно третье направление. В связи с тем, что контекстов и критериев оценки может быть множество, репутацию

можно определить, как определенный образ, основанный на комплексе оценок и одобряемый обществом, а также носящий временный характер (Шовен, 2014).

Исходя из анализа данных исследований, можно предположить, что репутация - это многоаспектным феноменом и личностные особенности объекта репутации являются важным аспектом в формировании данного феномена.

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ В ИССЛЕДОВАНИЯ РЕПУТАЦИИ

Исследования репутации мужчин и женщин в профессиональной сфере является актуальными среди научных исследований последних лет. Анализируя доклад Международной организации труда за 2019 год, можно сделать вывод, что наличие гендерного разнообразия среди руководителей высшего звена способствует повышению экономических показателей компании более чем на 10%. Еще одним положительным эффектом при присутствии и мужчин и женщин среди руководящего состава, является возможность привлекать наиболее квалифицированные кадры. Все это в совокупности приводит к повышению репутации компании. При этом существуют и препятствия для реализации данных преимуществ. Например, для мужчин возможным препятствием может стать «непрестижность» той или иной профессии (согласно различным социальным стереотипам). А при наличии у женщин возможности занимать руководящую позицию, не каждая способна справиться с «стеклянными барьерами» и также присутствующими в обществе стереотипами («мужчина эффективнее в качестве руководителя», «женщины боятся быть руководителями»). Влияние данных стереотипов можно подтвердить исследованием К.Ф. Куртешевой, А.О. Зоткина. Авторы проводили опрос среди 20 человек на предмет помогающих и мешающих качеств при осуществлении управленческой деятельности женщинами руководителями. В результате авторы выявили, что для достижения успеха в управленческой деятельности, женщине нужно проявлять стрессоустойчивость, целеустремленность и требовательность (те характеристики, которые чаще присущи мужскому типу поведения). То есть, чтобы быть эффективным руководителем, женщина должна демонстрировать мужской тип

поведения (Куртешева, Зоткин, 2017). Таким образом, проблема заключается в том, что, несмотря на внешнее равенство среди мужчин и женщин в выборе профессиональной деятельности, все же существует ряд преград, мешающих на пути карьерного роста и развития. А для руководителей это может приводить к снижению уровня репутации внутри организации. Именно поэтому важно изучать вопрос гендерного аспекта в профессиональной деятельности руководителей. Современные исследования направлены на изучение представлений мужчин и женщин о репутации, взаимосвязь репутации и мотивации.

Как и многие другие авторы В.А. Чикер и А.Е. Посохова, рассматривая репутацию в деятельности человека, акцентируют внимание на отсутствии точного и единого определения понятия «репутация». По мнению авторов, репутация является комплексной характеристикой, отражающей социально-психологические и экономические факторы. Именно поэтому, в своем исследовании авторы рассматривают репутацию как представление о деятельности человека, отражающееся в уровне доверия и уважения к человеку или организации. Исследование было направлено на изучение особенностей восприятия мужчинами и женщинами репутации организации. В ходе исследования авторам удалось выяснить некоторые интересные факты. Например, о наличии возрастных отличий восприятия репутации мужчин и женщин. Женщины с возрастом с меньшим энтузиазмом воспринимают необходимость позиционирования организации, выделения во внешнем окружении. В то время как у мужчин понимание того, что необходимо распространять информацию о достижениях компании, использовать различные каналы коммуникации для позиционирования компании, с возрастом увеличивается (Чикер, Посохова, 2011).

Е.А. Коробова проанализировала исследования гендерных стереотипов в сфере информационных технологий. По мнению автора, ИТ является одной из сфер профессиональной деятельности, где женщины представлены в гораздо меньшей степени, чем мужчины. Опираясь на результаты ряда исследований, автор приводит несколько

причин неравного распределения мужчин и женщин в IT индустрии. Одной из таких является высокий уровень влияния мнения родителей и родных при выборе профессиональной деятельности. То есть, родители чаще рассматривают программирование и информационные технологии для сыновей, в то время как поддержка дочерей в выборе данного направления остается минимальной. Автор делает вывод, что необходимо опираться на успешный опыт женщин-программисток и выступать на различных профильных конкурсах и конференциях для расширения возможностей трудоустройства (Коробова, 2020).

Н.В. Кулагина рассматривает вопрос выбора профессии и профессиональной мотивации мужчин относительно гендерных стереотипов, сложившихся в обществе. Автор отмечает, что, не смотря на кажущееся равенство в выборе профессии среди мужчин и женщин, все же острым остается деление на полотипичные и неполотипичные сферы профессиональной деятельности. Как утверждает автор, исследования о гендерных стереотипах женщин имеют большую распространенность, в то время как исследования стереотипов относительно профессиональной деятельности мужчин гораздо меньше. Именно данный аспект стал причиной выбора предмета исследования. Выборку составили представители органов МВД и учителя общеобразовательных школ города. Авторы утверждает, что уже на этапе сбора выборки возникли трудности. В частности, среди учителей общеобразовательных школ оказалось небольшое количество мужчин. В результате исследования было выявлено, что независимо от направления профессиональной деятельности, мужчины чаще придерживаются традиционных культурных норм. Это вызывает ряд трудностей у мужчин занятых в неполотипичной сфере деятельности. Данное противоречие вызывает у мужчин рост психической напряженности и деструктивных проявлений. Автор делает вывод, что одни и те же гендерные стереотипы могут как позитивно, так и негативно сказываться на состоянии мужчин, в зависимости от полотипичной или неполотипичной сферы профессиональной деятельности (Калугина, 2008).

Т.В. Казанцева, С.Д. Гуриева, Л.В. Марарица провели исследование субъективных переживаний гендерного неравенства на рабочем месте. В исследовании приняли участие 51 женщина из разных профессиональных сфер деятельности (медицина, наука, строительство) и статуса (от сотрудников до руководителей). Авторы рассматривали три уровня взаимодействия (структурный, нормативный, индивидуально-поведенческий). На структурном уровне рассматривались вопросы неравенства внутри организации. На нормативном уровне исследовались представления о нормах и запретах в отношении женщин. На индивидуально-поведенческом уровне рассматривались вопросы гендерной идентичности. В качестве метода сбора данных было использовано полуструктурированное интервью. В ходе проведения интервью большинство респондентов упомянули те или иные трудности, связанные с профессиональной карьерой. При этом восприятие собственной принадлежности к женскому полу как фактора карьерного развития, для женщин оказалось двояким. В некоторых частных случаях это было скорее, как бонус, но в плане стратегического построения карьеры это было скорее преградой. В результате исследования было выявлено, что переживание факта неравенства происходит в тот момент, когда женщины непосредственно сталкиваются с барьерами в профессиональном развитии. При этом напоминание женщинам об их половой принадлежности воспринималось частью женщин как культурная норма, в то время как у большинства это вызывало скорее негативные эмоции и реакции (Казанцева, Гуриева, Марарица, 2020).

Исходя из данных исследований, можно сделать вывод о том, что как для женщин, так и для мужчин репутация является немаловажным аспектом эффективной профессиональной деятельности. В зависимости от уровня должности и обязанностей, у мужчин и женщин могут отличаться приоритетные ценности и представления о своей профессии. Также возрастной аспект взаимосвязан с восприятием мужчин и женщин репутации организации, в которой они трудятся. А наличие гендерных стереотипов,

сложившихся в обществе, может быть одним из факторов успешности в профессиональной деятельности.

ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ

Выборку исследования составили руководители и руководительницы Администрации города Тюмени (238 человек). Возраст от 25 до 60 лет, стаж муниципальной службы от 1 года до 35 лет. Среди них 147 женщин и 91 мужчина. Стоит отметить, что в исследовании приняли участие не только руководители и руководительницы высшего звена, а также представители среднего звена (начальники отделов, комитетов, секторов).

Исследование состояло из трех **этапов**. На первом этапе руководители принимали участие в социометрическом исследовании в качестве оцениваемой группы. Для исследования была применена комплексная разработка компании BSSL (программный продукт «Азимут 2.0»). Это авторская методика, позволяющая изучить различные аспекты взаимодействия, основанная на методе «360 градусов». Исследование проводилось среди сотрудников Администрации города Тюмени (1047 человек). Каждому участнику исследования предлагался список руководителей, необходимо было выбрать тех, с которыми специалист непосредственно взаимодействовал. Каждый из оцениваемых отвечал на ряд вопросов и выставял различное количество баллов. По результатам исследования все руководители были разделены на три группы по уровню репутации (высокий, средний, низкий).

Следующим этапом стало проведение индивидуально-психологического тестирования среди всех руководителей. В качестве методики использовалась авторская разработка Ht-lab (программный продукт «Бизнес-профиль»). Это методика, позволяющая проанализировать мотивационные, интеллектуальные и личностные характеристики сотрудника. Методика позволяет прогнозировать успешность респондента к выполнению различных видов профессиональной деятельности. По

результатам исследования были получены индивидуальные профили каждого из руководителей.

Третий этап заключался в анализ результатов методами статистической обработки данных. Для анализа данных использовался критерий U-Манна-Уитни.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

По результатам анализа данных были выделены значимо отличающиеся характеристики у мужчин и женщин с одним уровнем репутации.

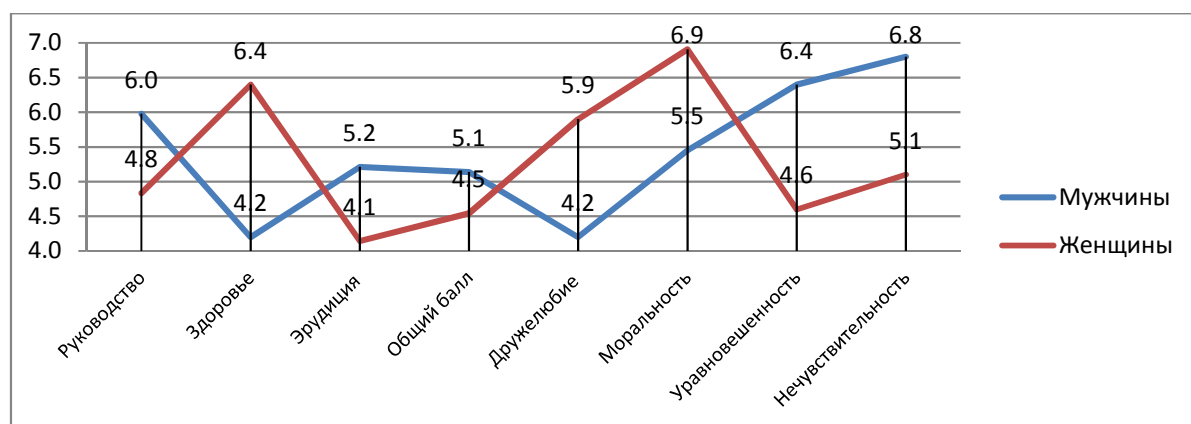


Рис.1. Результаты руководителей с низким уровнем репутации

Исходя из данных рисунка 1, можно сделать вывод, что у руководителей и руководительниц с низким уровнем репутации наибольшее различие в уровне показателей получилось по одному мотивационному («здоровье») и четырем личностным характеристикам («дружелюбие», «моральность», «уравновешенность», «нечувствительность»).

Для руководительниц с низким уровнем репутации мотивационный фактор «здоровье» является значимым. Женщины больше озабочены сохранением собственных физических и эмоциональных ресурсов, для них является важным, чтобы их профессиональная деятельность сказывалась позитивно на их состоянии. В отличие от мужчин, которые способны пренебречь физическим комфортом для достижения профессиональных целей. По показателю «дружелюбие» также выявлено, что для руководительниц данная характеристика является значимой. В процессе взаимодействия

женщины готовы проявлять сочувствие и учтивость. Они менее конфликтны и с большей вероятностью предпочтут компромисс открытой конфронтации. В то время как руководители проявляют большую строгость и требовательность при взаимодействии. Они готовы отстаивать интересы и идти на конфликт ради достижения целей. По показателю «моральность» у руководительниц получились наиболее выраженные данные. Женщины в своей профессиональной деятельности придерживаются устоявшихся норм и правил. В то время как руководители могут отступать от норм, ориентируясь на контекст ситуации, для достижения необходимого результата. По показателю «уравновешенность» большее значение получилось у руководителей. Мужчины наиболее стрессоустойчивы и психически выносливы. Они готовы наиболее оперативно принимать решения в критических ситуациях. В отличие от руководительниц, которые более осторожны и предпочитают перепроверить результат, прежде чем принимать окончательное решение. По показателю «нечувствительность» также больший результат получился у руководителей. Мужчины проявляют большую эмоциональную сдержанность, им требуется большее количество усилий для распознавания эмоциональных нюансов при взаимодействии. В то время как руководительницы проявляют большую чуткость и эмпатичны во взаимодействии. Стоит отметить, что и высокий уровень нечувствительности у руководителей и низкий у руководительниц могут негативно сказываться на взаимодействии с окружающими. Мужчины могут упустить важные нюансы при общении, а женщины, в силу своей чувствительности, могут эмоционально воспринимать ситуацию и делать некорректные выводы.

Таким образом, для руководительниц с низким уровнем репутации важно отношение к их эмоциональному и физическому здоровью. При взаимодействии с окружающими они проявляют большую чуткость, а при необходимости принятия решений — большую осторожность. Руководители при общении с окружающими могут придерживаться более конфликтной стратегии, отходить от заданных норм, для достижения наибольшего результата. В обоих случаях это может как позитивно, так и

негативно сказываться на эффективности работы руководителей. На наш взгляд, немаловажным является контекст ситуации и требования, предъявляемые к руководителям.

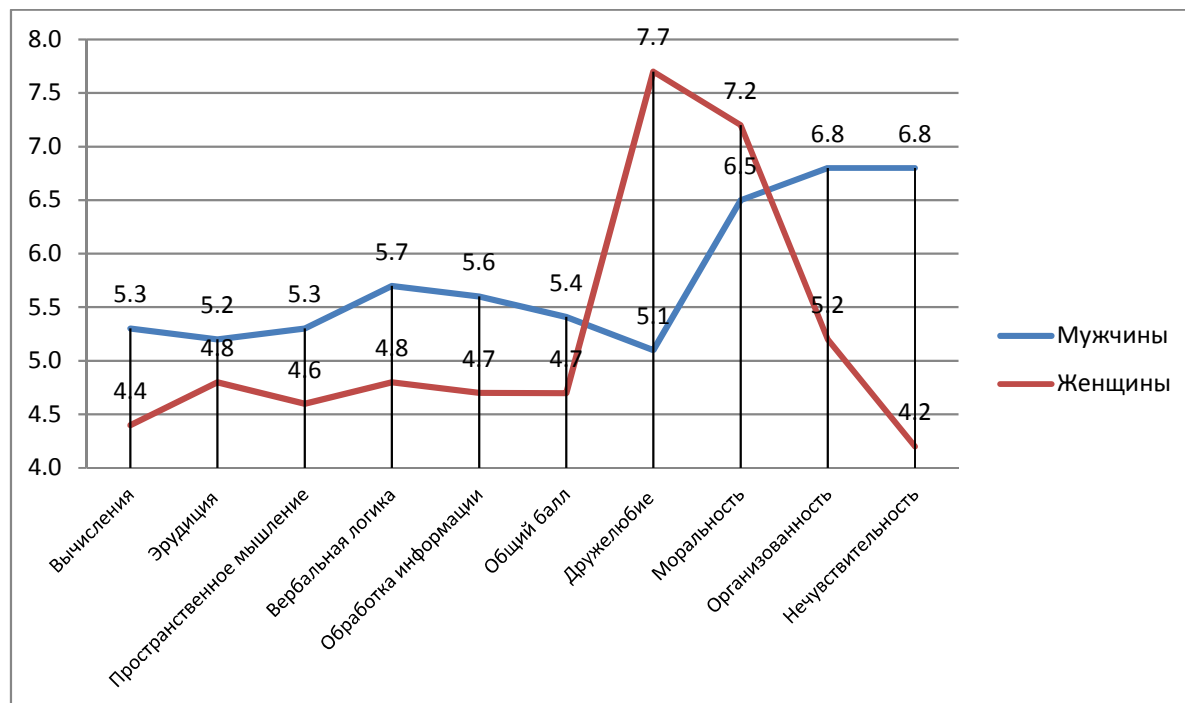


Рис.2. Результаты руководителей со средним уровнем репутации

Исходя из данных рисунка 2, можно сделать вывод, что, как и предыдущей группе, у руководителей и руководительниц со средним уровнем репутации наиболее значимые различия наблюдались по показателям «дружелюбие» и «нечувствительность». Отличительной характеристикой в данной группе оказался и показатель «организованность». У руководителей данная характеристика оказалась наиболее выраженной. То есть мужчинам свойственен больший уровень самоорганизованности и дисциплины. Они наиболее последовательны и пунктуальны. В то время как руководительницам свойственна некоторая спонтанность и непоследовательность в действиях. При этом они могут наиболее оперативно оценить обстановку и в более короткие сроки скорректировать план действий.

Таким образом, руководительницы со средним уровнем репутации более чуткие и корректные в общении. Они могут с большей долей вероятности распознавать эмоциональные нюансы при общении и более оперативно оценить ситуацию. Женщины

проявляют спонтанность в действиях, но это может дать положительный эффект, при необходимости принятия нестандартных решений. Руководителям свойственен более строгий и требовательный стиль взаимодействия. Они в меньшей степени подвержены эмоциональным всплескам, но в тоже время и менее способны распознавать эмоции. Они более дисциплинированы и организованы, что помогает при выполнении задач с точными сроками. Как и в предыдущей группе, в данных ситуациях проявление тех или иных характеристик может повысить эффективность профессиональной деятельности.

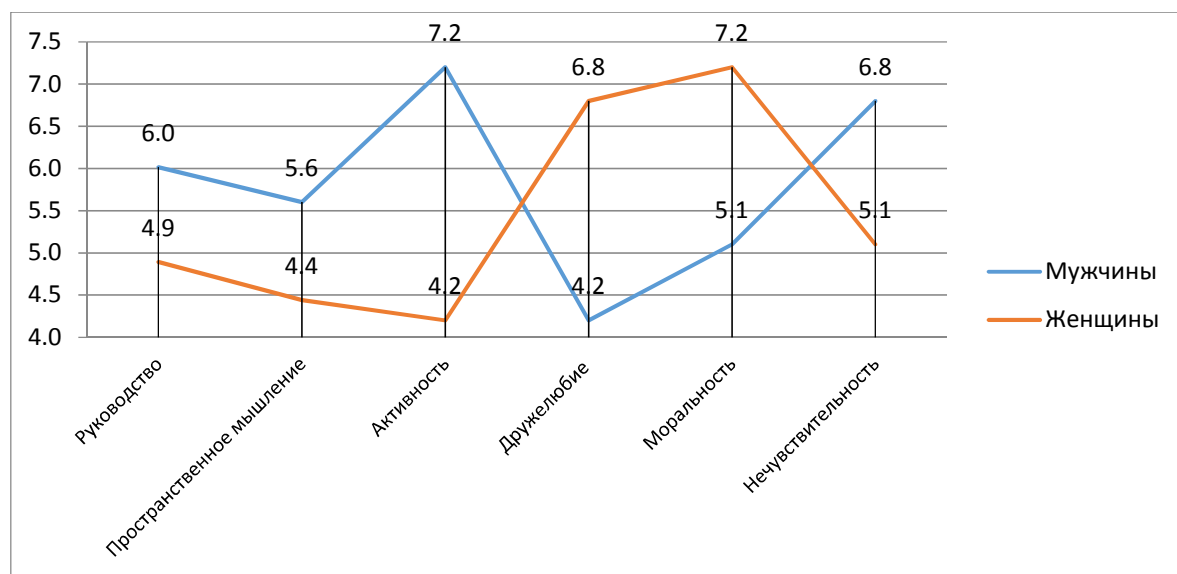


Рис.3. Результаты руководителей с высоким уровнем репутации

Исходя из данных рисунка 3, можно сделать вывод, что у руководителей и руководительниц с высоким уровнем репутации наибольшее различие в уровне показателей получилось по трем личностным характеристикам («дружелюбие», «моральность», активность»). Стоит отметить, что две характеристики «дружелюбие» и «моральность» оказались также значимы, как и для группы с низким уровнем репутации. Отличительной характеристикой в данной группе стал показатель «активность». Для руководителей наиболее свойственна инициативность и готовность к риску. Они могут проявлять большую активность и решительность при продвижении идей. В то время как руководительницы проявляют большую осторожность в действиях. Они более сосредоточены и вдумчиво подходят к решению задач.

Таким образом, руководительницы с высоким уровнем репутации в работе чаще придерживаются устоявшихся норм и правил, при взаимодействии с окружающими проявляют чуткость и внимательность. А при необходимости принятия решения, действуют скорее осторожно, продумывая алгоритмы действий. Руководители в свою очередь более активны и решительны. Они готовы пойти на риск ради достижения цели, и вступить в конфликт для получения необходимого результата.

Исходя из результатов исследования, можно сделать вывод о том, что существует взаимосвязь между социально-психологическими характеристиками и уровнем репутации. То есть для достижения более высокого уровня репутации руководительницам необходимо обладать такими характеристиками как чуткость и внимательность по отношению к окружающим, умение находить наиболее оптимальное решение, удовлетворяющее все стороны конфликта, осторожность и внимательность при принятии решения, а также следование нормам и правилам, устоявшимся в коллективе. При этом, для достижения того же высокого уровня репутации руководителям необходимо обладать большей решительностью, активностью и готовностью идти на риски для достижения результата, быть более рациональными и прагматичными, а также использовать вариативный подход при решении профессиональных задач. Возможно, данные различия связаны в целом со способом восприятия и мышления мужчин и женщин, или разным уровнем эмоциональной чувствительности представителей разных полов. Также можно предположить, что данные требования к руководителям и руководительницам могут быть продиктованы сложившимися в обществе стереотипам («мужчины более эффективны как руководители», «женщины не стремятся к руководящим позициям», «женщины более эмоциональны и не справятся с руководящей позицией»). Таким образом, мы говорим о том, что для достижения более высокого уровня репутации внутри организации, руководителям и руководительницам необходимо обладать разными наборами личностных качеств и поведенческих проявлений. Что подтверждает наше выдвинутое ранее предположение. Результаты нашего исследования

можно соотнести с результатами исследования гендерных различий и эффективности управления А.Э. Киселевой. Автор проводила исследование среди 135 руководителей разного уровня из нескольких областей экономики. В ходе опроса испытуемых были выявлены некоторые различия в поведенческих проявлениях мужчин и женщин в ходе реализации управленческой деятельности. Например, в ситуации необходимости принятия решения женщины руководители чаще придерживаются мнения окружающих, в то время как мужчины склонны опираться на собственное мнение, не включая во внимание точку зрения окружающих. Для мужчин наиболее характерными чертами являются уверенность в себе, структурированность и последовательность действия, а также настойчивость. В то время женщины чаще характеризовались как менее уверенные в себе и своих решениях, довольно восприимчивы и эмоциональны. По результатам исследования автор делает вывод о том, что для наиболее эффективного управления организацией необходимо присутствие среди руководителей и мужчин и женщин (Киселева, 2021). На наш взгляд, данная позиция является наиболее оптимальной, так как гендерное разнообразие среди руководящего состава способствует повышению результативности компании и как следствие увеличению уровня репутации организации.

ВЫВОДЫ

Проанализировав результаты исследования, можно сделать несколько выводов.

1. Репутация - многоаспектным феноменом и личностные особенности объекта репутации являются важным аспектом при формировании данного феномена. При этом как для мужчин, так и для женщин репутация является немаловажным фактором эффективности профессиональной деятельности.
2. Для руководительниц с низким уровнем репутации важно сохранение физического и эмоционального здоровья на рабочем месте. В общении они придерживаются устоявшихся норм и правил, проявляют чуткость и осторожность. Руководители с низким уровнем репутации при взаимодействии могут придерживаться более конфликтной стратегии для достижения необходимых

результатов. Они способны отходить от общепринятых норм, если это необходимо для увеличения результативности деятельности.

3. Руководительницы со средним уровнем репутации при общении проявляют большую корректность и осторожность. Они могут с большей вероятностью оценивать эмоциональные нюансы и более оперативно оценить ситуацию. Для руководителей со средним уровнем репутации свойственно проявление строгости и требовательности при взаимодействии. Они в меньшей степени подвержены эмоциональным переживаниям, но и с меньшей долей вероятности распознают эмоциональное состояние собеседника.

4. Руководительницы с высоким уровнем репутации чаще придерживаются норм и правил, сложившихся в коллективе. Они проявляют чуткость и внимательность по отношению к собеседнику. Руководители с высоким уровнем репутации проявляют большую активность и решительность и готовность рисковать при достижении цели.

5. Стоит отметить, что чем выше уровень репутации, тем большая разница между показателями. При этом во всех трех группах выявлен показатель «дружелюбие». То есть, не смотря на уровень репутации, руководительницы все же стремятся к более тактичному и неконфликтному взаимодействию. Можно предположить, что для них наибольшее значение имеет климат в коллективе и экологичные способы взаимодействия. В то время как руководители готовы с большей грубостью и упорством отстаивать свои интересы, противостоять давлению и манипуляциям.

На наш взгляд, результаты исследования имеют практическую значимость, так как могут быть применены специалистами по управлению персоналом для формирования кадрового резерва руководителей или для построения карьерных траекторий уже работающих сотрудников. Также результаты имеют теоретическую значимость, так как

помогают более точно определить феномен «репутации руководителя» в социальной психологии.

ЛИТЕРАТУРА

- Казанцева Т.В., Гуриева С.Д., Марарица Л.В.* Субъективное переживание гендерного неравенства работающими женщинами // Петербургский психологический журнал. 2020. №30. С.35-52.
- Калугина Н.В.* Гендерные стереотипы и профессиональная мотивация мужчин, работающих в полотиичной и неполотиичной сфере // Человек. Сообщество. Управление. Краснодар. 2008. №3. С. 92-104.
- Калюков Е.* Deloitte назвал долю женщин во главе российских компаний [Электронный ресурс] // РосБизнесКонсалтинг. 2020. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/06/03/2020/5e611e539a79475f771b7e8f> (дата обращения 17.04.2022).
- Киселева А.Э.* Гендерные различия и их влияние на эффективность управления предприятием // Гуманитарный научный журнал. 2021. №1. С.132-138. DOI: 10.24412/2078-9661-2021-1-019
- Коробова Е.А.* Гендерные стереотипы в IT // Гендерные ресурсы современного мира - 2020. Гендерный калейдоскоп - 2020 : Материалы Третьей ежегодной всероссийской научной видеоконференции с международным участием «Гендерные ресурсы современного мира - 2020». Материалы Пятой ежегодной Всероссийской научной студенческой видеоконференции с международным участием «Гендерный калейдоскоп - 2020», Ростов-на-Дону, 06 ноября — 04 декабря 2020 года. Ростов-на-Дону: Общество с ограниченной ответственностью «Фонд науки и образования», 2020. С. 134-136.
- Крюкова Ю.Е.* Этапы формирования и последующего развития проблем репутации: социально-философский анализ // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2016. № 4. С. 20-36.
- Кузнецов В.Ф.* Репутация политической организации: общее, особенное, частное // Россия и мир: развитие цивилизаций. Трансформация политических ландшафтов за период 1999-2019 годы : Материалы IX международной научно-практической конференции: в 2-х частях, Москва, 03—04 апреля 2019 года. Том Часть 1. Москва: Институт мировых цивилизаций, 2019. С. 160-166.
- Куртешева К.Ф., Зоткин А.О.* Особенности женщин руководителей: диагностика гендерных стереотипов в организации // Человеческое измерение университета и корпоративные практики управления персоналом: материалы Международной

конференции "HR-тренд 2016: Человеческое измерение университета" (10–12 ноября 2016 г., г. Томск). Томск, 2017. С. 74-76.

Стриганова Т.М. Защита чести, достоинства и деловой репутации граждан // Международный научный журнал «Вестник науки». 2022. № 1(46) Т.4. 2022. С. 189-200.

Трубейкой А.Ю. Категория репутации в социально-политической коммуникации: автореферат дис. ... доктора психологических наук : 19.00.05 / Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Москва, 2006. 47 с.

Чикер В.А. Посохова А.Е. Репутация в деятельности человека и организации / Вестник СПбГУ. 2011. Сер. 12. № 4. С. 64-72.

Шовен П. Социология репутации // Отечественные записки. 2014. № 1. С. 85-99.

Статья поступила в редакцию: 17.01.2023. Статья опубликована: 08.04.2023.

GENDER FEATURES OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS ASSOCIATED WITH THE REPUTATION OF LEADERS IN THE MUNICIPAL SERVICE

© 2023 M.P. Kalemeneva* M.V. Bogdanova**

** PhD student, Department of General and Social Psychology, Institute of Psychology
and Pedagogy, Tyumen State University, Tyumen, Russia
e-mail: mary_kl@icloud.com*

*** PhD in Psychology, Associate Professor, Department of General and Social
Psychology, Institute of Psychology and Pedagogy, Tyumen State University,
Tyumen, Russia
e-mail: bogdanova-mv@yandex.ru*

The article provides an overview of the literature sources of various fields of science on the issues of reputation research in general and the gender aspect in particular. The purpose of the study was to study the relationship of socio-psychological characteristics of managers and managers in the municipal service with the level of reputation within the organization. The hypothesis of the study is that the presence of significantly different sets of socio-psychological characteristics in male and female managers contributes to a high level of reputation within the organization. The study was conducted on the basis of the Tyumen City Administration. The sample consisted of managers and managers of different levels (238 people) aged 25 to 60 years. Work experience in municipal service from 1 year to 35 years. According to the results of the first stage, where managers took part in a sociometric study, all managers were divided into three groups according to the level of reputation within the organization. As a result of the second stage, an individual profile of managers was obtained, reflecting motivational factors, intellectual potential and personal characteristics. During the third stage of the study, a statistical analysis of the data obtained was carried out (the U-Mann-Whitney criterion). During the analysis of the results of statistical data processing, three groups of managers and managers with different levels of reputation were analyzed. In each of the groups, several characteristics were revealed that significantly differ in men and women. At the same time, in all three groups (with a high, medium and low level of reputation), significant differences between managers and supervisors were observed in terms of "friendliness". The results of the study are of practical importance, as they can be applied by personnel management specialists to form a personnel reserve of managers or to build career trajectories of already working employees. The results also have theoretical significance, as they help to more accurately determine the phenomenon of the "reputation of the leader" in social psychology.

Key words: municipal employee, psychological characteristics, evaluation, reputation, gender.

REFERENCES

- Kazanczeva, T.V., Gurieva, S.D., & Mararicza, L.V. (2020). Subjektivnoe perezhivanie gendernogo neravenstva rabotayushhimi zhenshhinami [Subjective experience of gender inequality by working women]. *Peterburgskij Psikhologicheskij Zhurnal [Petersburg Psychological Journal]*. 30. 35-52. (in Russian).
- Kalugina, N.V. (2008). Genderny'e stereotipy` i professional'naya motivacziya muzhchin, rabotayushhikh v polotipichnoj i nepolotipichnoj sfere [Gender stereotypes and professional motivation of men working in the gender-typical and non-sexist spheres]. *Chelovek. Soobshhestvo. Upravlenie. Krasnodar [Human. Community. Control. Krasnodar]*. 3. 92-104. (in Russian).
- Kalyukov, E. (2020). Deloitte nazval dolyu zhenshhin vo glave rossijskikh kompanij [Deloitte Named the Share of Women at the Head of Russian Companies]. *[E'lektronnyj resurs]*.

RosBiznesKonsalting [RosBusinessConsulting], URL:
<https://www.rbc.ru/business/06/03/2020/5e611e539a79475f771b7e8f> (Accessed
17.04.2022). (in Russian).

- Kiseleva, A.E. (2021). Genderny`e razlichiya i ikh vliyanie na e`ffektivnost` upravleniya predpriyatiem [Gender differences and their impact on the effectiveness of enterprise management]. *Gumanitarny`y Nauchny`y Zhurnal [Humanitarian Scientific Journal]*. 1. 132-138. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.24412/2078-9661-2021-1-019>
- Korobova, E.A. (2020). Genderny`e stereotipy` v IT [Gender stereotypes in IT]. Proceedings from Genderny`e Resursy` Sovremennogo Mira - 2020. Genderny`y Kalejdoskop — 2020: *Tret`ya ezhegodnaya vsrossijskaya nauchnaya videokonferenciya s mezhdunarodnym uchastiem «Gendernye resursy sovremennogo mira - 2020». P`jataya ezhegodnaya Vserossijskaya nauchnaya studencheskaya videokonferenciya s mezhdunarodnym uchastiem «Genderny`y kalejdoskop - 2020» (06 noyabrya — 04 dekabrya 2020g, Rostov-na Donu)* [The third annual all-Russian scientific videoconference with international participation "Gender Resources of the Modern World - 2020". The fifth annual All-Russian scientific student videoconference with international participation "Gender Kaleidoscope - 2020"(November 06 - December 04 2020, Rostov-on-Don)]. (pp. 134-136). Rostov-na Donu: Limited Liability Company "Fund for Science and Education" Publ. (in Russian).
- Kryukova, Yu.E. (2016). E`tapy` formirovaniya i posleduyushhego razvitiya problem reputaczii: soczial`no-filosofskij analiz [Stages of formation and subsequent development of reputation problems: socio-philosophical analysis]. *Kontekst i Refleksiya: Filosofiya o Mire i Cheloveke [Context and Reflection: Philosophy about the World and Man]*. 4. 20-36. (in Russian).
- Kuznecov, V.F. (2019). Reputaciya politicheskoy organizaczii: obshhee, osobnoe, chastnoe [Reputation of a political organization: general, special, particular]. Proceedings from Russia and the World: the Development of Civilizations. Transformation of Political Landscapes for the Period 1999-2019: *IX mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya (03—04 aprelya 2019g, Moskva)* [IX international scientific and practical conference (April 03-04, 2019, Moscow)]. (pp. 160-166). Moscow. Institute of World Civilizations Publ. (in Russian).
- Kurtesheva, K.F., & Zotkin, A.O. (2017). Osobennosti zhenshhin rukovoditelej: diagnostika genderny`kh stereotipov v organizaczii [Peculiarities of women leaders: diagnostics of gender stereotypes in the organization]. Proceedings from The Human Dimension of the University and Corporate Practices of Personnel Management: *Mezhdunarodnaya konferenciya "HR-trend 2016: Chelovecheskoe izmerenie universiteta"(10-12 noyabrya 2016g, Tomsk)* [International conference "HR-trend 2016: The human dimension of the university"(November 10-12, 2016 Tomsk)]. (pp. 74-76). Tomsk. (in Russian).

- Striganova, T.M. (2022). Zashhita chesti, dostoinstva i delovoj reputaczii grazhdan [Protection of honor, dignity and business reputation of citizens]. *Mezhdunarodnyj Nauchnyj Zhurnal «Vestnik Nauki»* [International Scientific Journal "Vestnik Nauki"]. 4. 1(46). 189-200. (in Russian).
- Trubeczkoj, A.Yu. (2006). Kategoriya reputaczii v soczial'no-politicheskoy kommunikaczii [Reputation Category in Socio-Political Communication]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Moscow. (in Russian).
- Chiker, V.A. Posokhova, A.E. (2011). Reputacziya v deyatel'nosti cheloveka i organizaczii [Reputation in human performance and organization]. *Vestnik SPbGU* [Bulletin of St. Petersburg State University]. 12. 4. 64-72. (in Russian).
- Shoven, P. (2014). Socziologiya reputaczii [Sociology of reputation]. *Otechestvenny'e Zapiski* [Domestic Notes]. 1. 85-99. (in Russian).

The article was received: 17.01.2023. Published online: 08.04.2023.

Библиографическая ссылка на статью:

Калеменева М.П., Богданова М.В. Гендерные особенности социально-психологических характеристик, связанных с репутацией руководителей на муниципальной службе // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. 2023. Т. 8. № 1. С. 119-139. DOI: 10.38098/ipran.opwp_2023_26_1_005

Kalmeneva, M.P., Bogdanova, M.V. (2023). Gendernye osobennosti social'no-psihologicheskikh harakteristik, svjazannyh s reputaciej rukovoditelej na municipal'noj sluzhbe [Gender features of socio-psychological characteristics associated with the reputation of leaders in the municipal service]. *Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Organizacionnaya psihologiya i psihologiya truda*. [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational psychology and psychology of work]. 8(1). 119-139. DOI: 10.38098/ipran.opwp_2023_26_1_005

Адрес статьи: <http://work-org-psychology.ru/engine/documents/document874.pdf>