

Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2021. Т. 27, № 1. С. 83-89. ISSN 2073-1426  
Vestnik of Kostroma State University, 2021, vol. 27, № 1, pp. 83-89. ISSN 2073- 1426  
УДК 159.923  
<https://doi.org/10.34216/2073-1426-2021-27-1-83-89>

## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ РЕПУТАЦИОННЫХ РИСКОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ

**Калеменова Мария Павловна**, Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия, [mary\\_kl@icloud.com](mailto:mary_kl@icloud.com), <https://orcid.org/0000-0002-7481-8222>

**Богданова Мария Владимировна**, кандидат психологических наук, Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия, [bogdanova-mv@yandex.ru](mailto:bogdanova-mv@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-9034-9286>

**Аннотация.** В статье обсуждается роль психологических индикаторов репутационных рисков в профессиональной деятельности муниципальных служащих. Представлен анализ зарубежных и отечественных исследований по заданной тематике, показаны некоторые направления смежных работ. Проиллюстрирован анализ выборки по полу, стажу и численности. Описаны этапы работы, процедура проведения исследования, показатели комплексного психологического теста. Также показаны результаты дисперсионного анализа. Приведены результаты анализа мотивационных, интеллектуальных и личностных характеристик муниципальных служащих, занимающих различные руководящие позиции. Изучив все результаты нескольких этапов исследования, было выявлено, что значимые различия между мотивационными, интеллектуальными и личностными показателями руководителей с разными уровнями репутации всё же существуют. Руководители с высоким репутационным индексом ориентированы скорее на принятие творческих решений и смотрят на перспективу. Руководители со средним уровнем репутационного индекса имеют, как правило, либо средние, либо высокие показатели по различным индикаторам. Руководители с низким уровнем репутационного индекса скорее ориентированы на результат и успех своей деятельности. Возможно, в дальнейшем, при более подробном и детальном изучении данных показателей, будет возможно прогнозировать репутацию того или иного руководителя и выявлять репутационные риски.

**Ключевые слова:** репутация, репутационные риски, руководители разного уровня, муниципальная служба, личностные качества, трудовые мотивы, потенциал

**Для цитирования:** Калеменова М.П., Богданова М.В. Психологические индикаторы репутационных рисков муниципальных служащих // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2021. Т. 27, № 1. С. 83-89. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2021-27-1-83-89>

Research Article

## REPUTATION RISK INDICATORS OF MUNICIPAL EMPLOYEES

**Marya P. Kalemeneva**, Tyumen State University, Tyumen, Russia, [mary\\_kl@icloud.com](mailto:mary_kl@icloud.com), <https://orcid.org/0000-0002-7481-8222>

**Marya V. Bogdanova**, Candidate of Psychological Sciences, Tyumen State University, Tyumen, Russia, [bogdanova-mv@yandex.ru](mailto:bogdanova-mv@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-9034-9286>

**Abstract.** The article discusses the role of psychological indicators of reputational risks in the professional activities of municipal employees. The analysis of foreign and Russian research on the given topic is presented, some topics of related research are shown. The analysis of the sample by sex, length of service and number is illustrated. The procedure for conducting the research is shown, the stages of research, indicators of a complex psychological test are described. Analysis of variance results are also shown. The results of the analysis of motivational, intellectual and personal characteristics of municipal employees holding various leadership positions are presented. Having studied all the results of several stages of the study, it was revealed that significant differences between the motivational, intellectual and personal indicators of managers with different levels of reputation still exist. Executives with a high reputation score are more creative-oriented and forward-looking. Executives with an average reputation score tend to have either average or high scores on various characteristics. Leaders with a low reputation index are more likely to be result-oriented and successful in their activities. Perhaps in the future, with a more detailed and detailed study of these indicators, it will be possible to predict the reputation of this or that leader and identify reputational risks.

**Keywords:** reputation, reputational risks, managers of different levels, municipal service, personal qualities, labor motives, potential

**For citation:** Kalemeneva M.P., Bogdanova M.V. Reputation risk indicators of municipal employees. Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics, 2021, vol. 27, № 1, pp. 83-89. (In Russ.) <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2021-27-1-83-89>

**М**униципальные служащие являются лицом администрации своего города и региона. Их деятельность направлена на развитие и поддержание того подразделения, в котором они работают, а также связана с непосредственным взаимодействием с гражданами. Высокая эффективность работы и личностные характеристики сотрудника способствуют повышению эффективности профессиональной деятельности и, как следствие, его репутации среди населения. Однако в последние годы мы все чаще можем слышать об отставках высокопоставленных руководителей с различных постов «в связи с утратой доверия президента Российской Федерации», о различных негативных инцидентах, связанных с государственными и муниципальными служащими. Все это ставит под угрозу репутацию власти регионов и государства целом. Для минимизации данных факторов необходимо учесть многие аспекты работы муниципальных служащих, в частности вопросы выявления и прогнозирования репутационных рисков, связанных с личностными особенностями самих служащих. Эти тенденции обуславливают **актуальность исследования** психологических индикаторов репутационных рисков муниципальных служащих.

**Научная проблема исследования.** Вопросами репутации занимались различные исследователи в областях психологии, социологии и политологии. В зарубежной литературе впервые публикации по исследованию репутации появились примерно в 50-е г. XX в. Например, работы Дж. Ландберга, К. Шрега и О. Ларсена были связаны с исследованиями личной репутации [Ландберг, Шрег, Ларсен: 45].

Зарубежные авторы Neugens Pursey P.M.A.R., van Riel Ceas B.M., van den Bosch Frans A.J, Nielsen Kasper Alf, Trad Nicolas G. рассматривали различные аспекты, связанные с управлением репутацией [Reputation Management: 22; Nielsen, Trad: 12]. Среди российских исследователей вопросами управления репутацией занимались А. Кошмаров, Е. Беляева, К. Букша, Т. Здобнова, Г. Даулинг, Л. Новиченкова.

Еще одним направлением изучения репутации является исследование ее с точки зрения связи с общественностью. Этим вопросом занимались такие ученые, как Е.Б. Шестопап, И.М. Дзялошинский, И.Г. Харламов и др. Как правило, в данных работах репутация рассматривается как составная часть имиджа [Шестопап: 120; Дзялошинский: 6; Харламов: 22].

Среди работ российских ученых можно найти исследования различных характеристик деловой репутации государственных служащих. Например, работы А.А. Деркача, связанные с изучением профессионализма личности и деятельности государственного служащего [Деркач: 48], исследования Б.Д. Парыгиным, В.А. Ядовым вопросов авто-

ритета субъектов профессиональной деятельности [Парыгин: 220; Ядов: 28], а также разработки Е.В. Охотского в области изучения кадровых процессов [Охотский: 158].

Тем не менее, стоит отметить, что на данный момент исследования в области изучения репутации и репутационных рисков, особенно их связи с психологическими характеристиками, среди муниципальных служащих практически отсутствуют, что обуславливает научную проблематику нашей работы.

В данном исследовании мы анализируем психологические индикаторы репутационных рисков среди муниципальных служащих, занимающих различные руководящие позиции. Эти данные могут быть полезны в составлении портрета муниципального служащего, обладающего высокой или низкой репутацией, могут иметь практическую ценность для повышения эффективности отбора кадров для руководящих должностей администрации.

**Эмпирическое исследование.** Наше исследование мы начали с проведения социометрического исследования (программный продукт «Азимут 2.0») среди муниципальных служащих администрации города Тюмени (1 047 человек). Каждому сотруднику предлагалось при помощи ответов на вопросы оценить руководителей, с которыми они непосредственно взаимодействуют в рамках своей профессиональной деятельности. Выборку оцениваемых руководителей (227 человек) составили руководители высшего, среднего и младшего звена. Среди них 85 мужчин и 142 женщины в возрасте от 23 до 61 года. Данные социометрии обрабатывались в программе «Азимут 2.0», которая позволяет рассчитать «Репутационный индекс». В дальнейшем, основываясь на принципе нормального распределения, мы разделили руководителей на три группы (руководители с высоким, средним или низким репутационным индексом).

Следующим этапом нашего исследования стало проведение комплексного психологического тестирования среди всех групп руководителей. Комплексное тестирование является методом определения степени выраженности потенциала респондента к проявлению им умений, необходимых для исполнения обязанностей по должности муниципальной службы администрации города Тюмени, управленческой должности в подведомственной организации, по 6 компетенциям (профессиональным качествам): поддержка и сотрудничество; взаимодействие и презентационные навыки; анализ и работа с информацией; организованность и исполнение; руководство и принятие решений; креативность и системное мышление.

**Результаты исследования.** Для статической обработки данных применялся дисперсионный анализ [Наследов: 320].

Таблица 1

Результаты дисперсионного анализа

Блок	Показатели		Сумма квадратов	ст. св.	Средний квадрат	F	Знач.
«Мотивация»	Творчество	Между группами	51,064	2	25,532	9,931	0,000
		Внутри групп	377,931	147	2,571		
		Всего	428,995	149			
«Интеллект»	Пространственное мышление	Между группами	30,599	2	15,299	4,623	0,011
		Внутри групп	486,449	147	3,309		
		Всего	517,048	149			
	Обработка информации	Между группами	23,426	2	11,713	3,674	0,028
		Внутри групп	468,593	147	3,188		
		Всего	492,019	149			
«Личность»	Любознательность	Между группами	30,708	2	15,354	4,072	0,019
		Внутри групп	554,235	147	3,770		
		Всего	584,943	149			

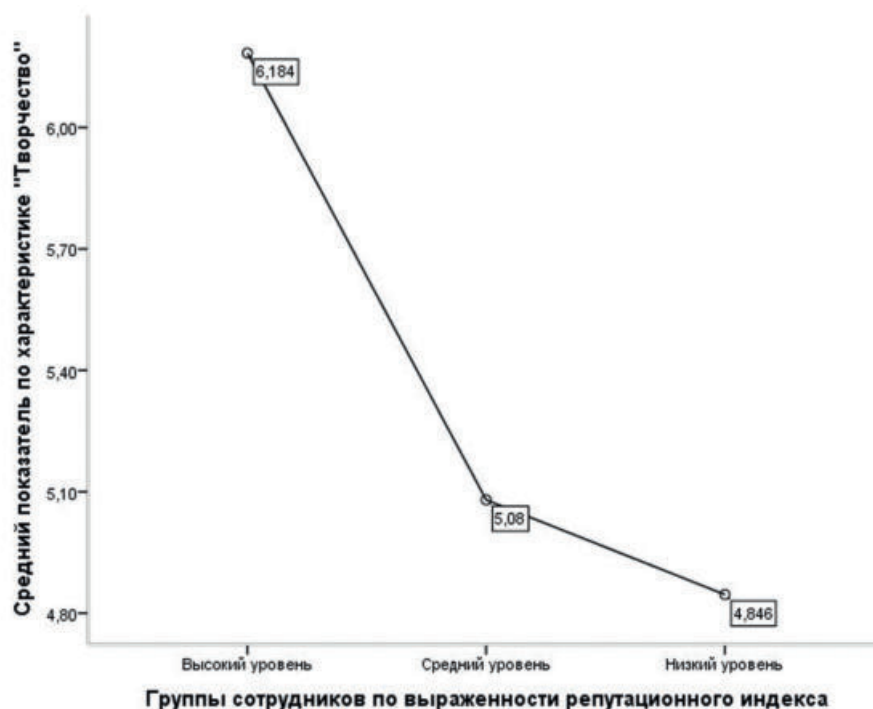


Рис. 1. Дисперсионный анализ. Показатель «Творчество»

Согласно данным таблицы 1, значимые различия между группами руководителей с разным уровнем репутационного индекса идут по 4-м показателям комплексного психологического тестирования. Среди них один показатель в блоке «Мотивация» (творчество), два показателя в блоке «Интеллект» (пространственное мышление, обработка информации) и один показатель в блоке «Личность» (любопытность / интеллектуальная сдержанность). Далее рассмотрим подробнее каждый из показателей.

Исходя из данных рисунка 1, можно сказать, что руководители, имеющие высокий репутационный индекс, обладают более выраженной мотивацией для реализации творческого потенциала. Они настроены на выполнение разнообразных

задач, принятие творческих решений. Такие руководители могут восприниматься сотрудниками как руководитель, стремящийся к развитию своего подразделения, в то время как руководители среднего уровня имеют менее выраженную потребность в решении творческих задач. Для них не имеет большого значения возможность нестандартно подходить к профессиональным задачам. А руководители с низким репутационным индексом предпочитают традиционные решения, рутинные и разнообразные задачи, не требующие творческого подхода к делу и принятия нестандартных решений. Сотрудниками такой руководитель может восприниматься как нерешительный или неготовый принимать новаторские решения, помогающие развитию какого-либо отдела в частности и регио-

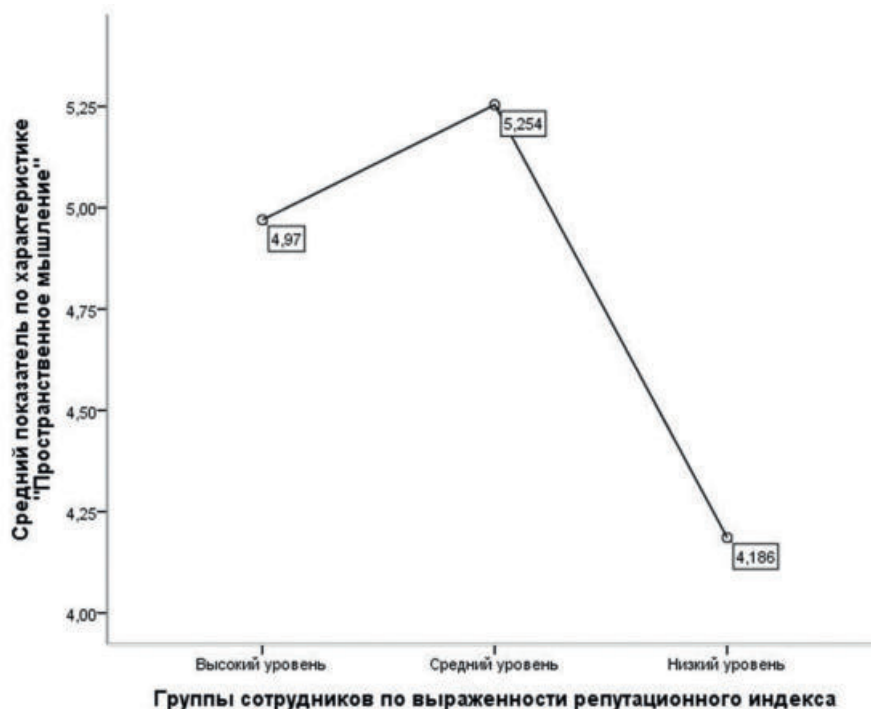


Рис. 2. Дисперсионный анализ. Показатель «Пространственное мышление»

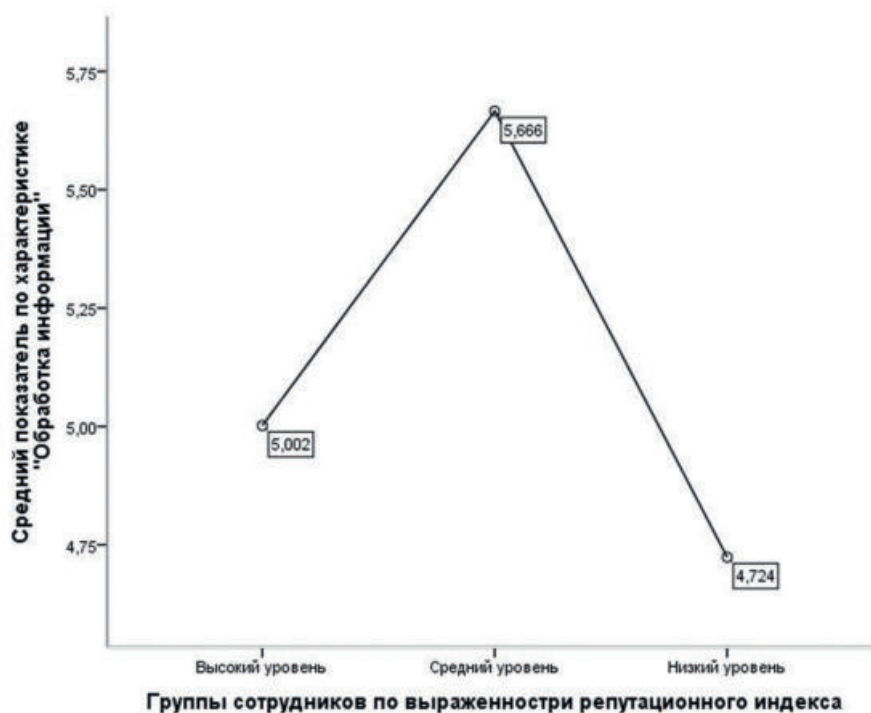


Рис. 3. Дисперсионный анализ. Показатель «Обработка информации»

на в целом, что не способствует повышению его репутации со стороны коллег и подчиненных.

Исходя из данных рисунка 2, можно сказать, что у руководителей с высоким и средним репутационным индексом более развито пространственное мышление. Они способны работать с наглядно представленной информацией (графиками, чертежами, таблицами). То есть в целом они способны более эффективно ориентироваться на местности, оценивать текущую ситуацию. Можно предпо-

ложить, что данная способность помогает плодотворной профессиональной деятельности руководителей при проектировании направлений деятельности как внутри, так и вне подразделений. Для подчиненных такой руководитель может восприниматься как дальновидный. В то время как руководители с низким репутационным индексом обладают менее развитым пространственным мышлением. Им сложнее работать с чертежами и таблицами, строить маршруты и направления,

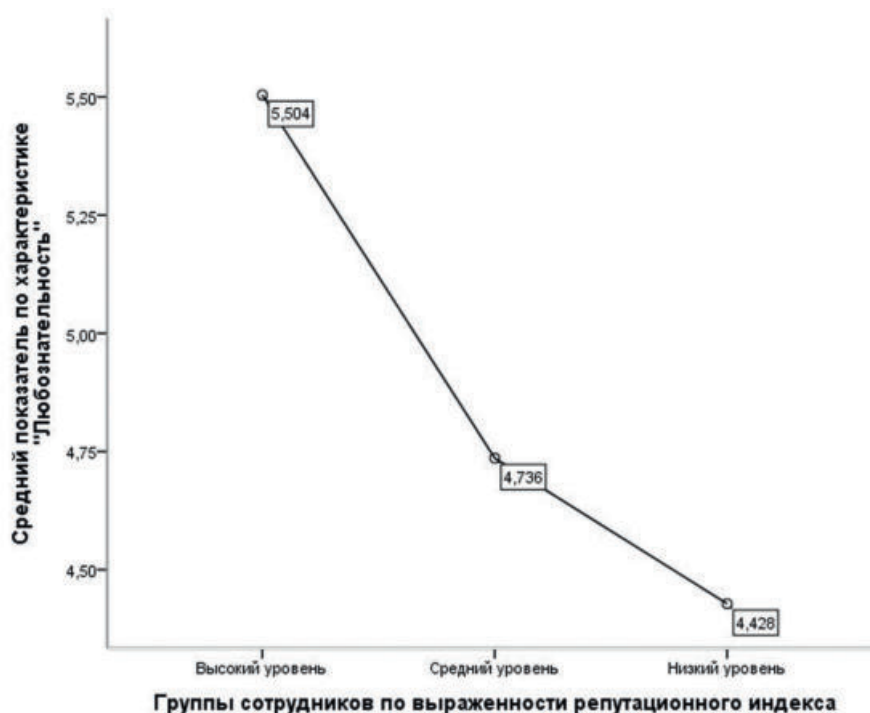


Рис. 4. Дисперсионный анализ. Показатель «Любознательность»

что также может негативно сказываться на их репутации со стороны коллег и подчиненных.

Исходя из данных рисунка 3, можно сказать, что у руководителей со средним уровнем репутационного индекса более развиты способности к обработке информации. Такие руководители умеют сконцентрироваться на определенной задаче, они более эффективны при выполнении кропотливой работы, требующей скорости и одновременно высокой точности и аккуратности. В тоже время у руководителей с высоким репутационным индексом получились средние показатели. Возможно, такие руководители менее эффективны в работе, требующей постоянного внимания и концентрации, в силу того, что они ориентированы на многозадачность. Для таких руководителей в приоритете решение большого комплекса задач одновременно. В отличие от них, у руководителей с низким уровнем репутационного индекса получились достаточно невысокие показатели по обработке информации. Таким руководителям бывает сложно сосредоточиться на какой-либо задаче, они не всегда могут точно и четко проверить необходимую информацию, что может негативно сказываться на их личной продуктивности и на эффективности работы подразделения в целом.

Исходя из данных рисунка 4, можно сделать вывод, что руководители высокого уровня обладают более развитой потребностью в изучении новой информации. Они стремятся пополнять свой багаж знаний различной информацией, в том числе о практическом опыте коллег из других регионов, об инновационных идеях и решениях профессиональных задач. Такие руководители готовы посто-

янно учиться и развивать свои профессиональные навыки. Для коллег и подчиненных они могут стать образцом для подражания и человеком, с которого можно было бы брать пример. Все это способствует повышению репутации данных руководителей. В то время как руководители со средним репутационным индексом ориентируются на уже имеющийся объем знаний по решению той или иной задачи. Они менее заинтересованы в поиске нестандартных и новых решений профессиональных задач. Такие руководители могут быть вполне компетентны в своей области деятельности, но они, как правило, принимают более традиционные решения. В свою очередь, руководители с низким репутационным индексом также предпочитают ориентироваться на уже устоявшиеся и более традиционные способы принятия решений. У них нет большой потребности в изучении инновационных решений и новых подходов в работе. Для коллег и подчиненных такой руководитель может восприниматься как консервативный и не стремящийся к развитию, несмотря на высокий уровень развития профессиональных компетенций.

**Выводы.** Таким образом, были обнаружены статистически значимые различия между мотивационными, интеллектуальными и личностными индикаторами руководителей с разными уровнями репутации.

*Руководители с высоким репутационным индексом* ориентированы скорее на принятие творческих решений, смотрят на перспективу и могут восприниматься подчиненными как стремящиеся к развитию своего подразделения. Данная группа руководителей более открыта к новой информации



и опыту коллег. Они более эффективны в планировании и анализе. В целом такие руководители ориентированы на постоянное развитие, как себя, так и своего подразделения и коллектива, поэтому ассоциируются как успешные и перспективные, что способствует повышению их репутации со стороны окружающих.

*Руководители со средним уровнем репутационного индекса* способны эффективно ориентироваться и в текущих рабочих вопросах, и профессиональной деятельности в целом. Такие руководители способны сконцентрироваться на определенной задаче, они более эффективны при выполнении кропотливой работы, требующей скорости и одновременно высокой точности и аккуратности. Данная группа руководителей может быть достаточно компетентна в своей профессиональной деятельности, но, как правило, они предпочитают принятие стандартных решений, не требующих инновационного и творческого подхода. Среди окружающих они могут ассоциироваться как четкие и стремящиеся к развитию, но при этом не инновационные.

*Руководители с низким уровнем репутационного индекса* скорее ориентированы на результат и успех своей деятельности. Такие руководители чаще всего предпочитают традиционные решения, рутинные и неразнообразные задачи, не требующие творческого подхода к делу и принятия нестандартных решений. У них нет большой потребности в изучении инновационных решений и новых подходов в работе. Однако, несмотря на все эти показатели, они могут быть очень компетентны в своей области деятельности, быть профессионалами и экспертами в некоторых аспектах своей работы и легко ориентироваться в вопросах, решаемых их подразделением. Окружающими такие руководители воспринимаются скорее как консервативные и ориентированные на традиционное решение профессиональных задач.

На наш взгляд, получившиеся результаты можно рассматривать как индикаторы репутационных рисков руководителей. Возможно, в дальнейшем, при более подробном и детальном изучении данных показателей, мы сможем прогнозировать репутацию того или иного руководителя и выявлять репутационные риски. На данном этапе пока сложно сделать какие-либо конкретные выводы о причинах таких распределений среди руководителей разных уровней должностей, имеющих различный уровень репутации. Результаты данного этапа исследования можно рассматривать как перспективное направление в изучении ряда аспектов профессиональной репутации муниципальных служащих.

#### Список литературы

Деркач А.А. Политическая психология: учеб. пособие для вузов / под общ. ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева. М.: Академический Проект, 2003. 858 с.

Дзялошинский И.М. Коммуникативная природа имиджа, репутации, бренда // PR-Линия. 2008. № 2. С. 6–8.

Ландберг Г., Шрег К., Ларсен О. Стратификация: распределение ответственности и возможностей // Социологические исследования. 1992. № 3. С. 21–34.

Наследов А.Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных: учеб. пособие. СПб.: Речь, 2004. 392 с.

Охотский Е.В. Государственный служащий: статус, профессия, призвание: науч.-метод. комплекс. М.: Экономика, 2011.

Парыгин Б.Д. Социальная психология. Истоки и перспективы. СПб.: СПбГУП, 2010. 533 с.

Харламов И.Г. Формирование репутации в политике и бизнесе: сравнительный анализ: автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2009. 193 с.

Шестопал Е.Б. Образ власти в России: желания и реальность: (Политико-психологический анализ) // ПОЛИС: Политические исследования. 1995. № 8. С. 86–97.

Ядов В.А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций: курс лекций для студентов магистратуры по социологии. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: Интерсоцис, 2009. 138 с.

Heugens Pursey P.M.A.R., van Riel Cees B.M., van den Bosch Frans A.J. Reputation Management Capabilities as Decision Rules. Journal of Management Studies, 2004 (December), 30 p.

Nielsen Kasper Alf, Trad Nicolas G. Saving Face for Corporate Value. Communication Director, 2008, № 1.

#### References

Derkach A.A. *Političeskaja psihologija: Učebnoe posobie dlja vuzov* [Political psychology: textbook. textbook for universities], ed. by A.A. Derkach, V.I. Zhukov, L.G. Laptjev. Moscow, Akademicheskij Proekt Publ., 2003, 858 p. (In Russ.)

Dzjaloshinskij I.M. *Kommunikativnaja priroda imidzha, reputacii brenda* [The communicative nature of the image, reputation, brand]. PR-Linija [PR-Line], 2008, № 2, pp. 6–8. (In Russ.)

Landberg G., Shreg K., Larsen O. *Stratifikacija: raspredelenie otvetstvennosti i vozmožnostej* [Stratification: Allocating Responsibilities and Opportunities]. Sociologičeskije issledovanija [Sociological research], 1992, № 3. (In Russ.)

Nasledov A.D. *Matematicheskie metody psihologičeskogo issledovanija. Analiz i intepritacija dannyh: učebnoe posobie* [Mathematical methods of psychological research]. Saint Petersburg, Rech' Publ., 2004, 392 p. (In Russ.)

Ohotskij E.V. *Gosudarstvennyj sluzhashhij: status, professija, prizvanie. Nauchno-metodicheskij kompleks* [Civil servant: status, profession, vocation: scientific method. complex]. Moscow, Jekonomika Publ., 2011. (In Russ.)

Parygin B.D. *Social'naja psihologija. Istoki i perspektivy* [Social Psychology. Origins and perspectives]. Saint Petersburg, SPbGUP Publ., 2010, 533 p. (In Russ.)

Harlamov I.G. *Formirovanie reputacii v politike i biznese: sravnitel'nyj analiz* [Building a reputation in politics and business: a comparative analysis]: avtoref. dis. ... kand. polit. nauk. Moscow, 2009, 193 p. (In Russ.)

Shestopal E.B. *Obraz vlasti v Rossii: zhelanija i real'nost' (Politiko-psihologicheskij analiz)* [The Image of Power in Russia: Desires and Reality: Political and Psychological Analysis]. *POLIS, Politicheskie issledovanija* [Political studies], 1995, № 8. (In Russ.)

Jadov V.A. *Sovremennaja teoreticheskaja sociologija kak konceptual'naja baza issledovanija rossijskih transformacij* [Modern theoretical sociology as a conceptual basis for the study of Russian transformations]. Saint Petersburg, Intersocis Publ., 2009, 138 p. (In Russ.)

*Статья поступила в редакцию 09.12.2020; одобрена после рецензирования 17.01.2021; принята к публикации 26.02.2021.*

*The article was submitted 09.12.2020; approved after reviewing 17.01.2021; accepted for publication 26.02.2021.*