

Литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология. – М.: Наука, 2004.
2. Культурология / под ред. Г.В. Драча. – Ростов н/Д.: Феникс, 2005.
3. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. – СПб.: Питер, 2003.
4. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология: практикум. – М.: Аспект Пресс, 2006.
5. Столяренко Л.Д. Педагогическая психология. – Ростов н/Д.: Феникс, 2004.
6. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. – СПб.: Питер, 2001.
7. Шпет Г.Г. Психология социального бытия. – М.: Институт практической психологии; Воронеж: МОДЭК, 1996.

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
ИССЛЕДОВАНИЯ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ ПО ОТНОШЕНИЮ К РУКОВОДИТЕЛЮ
Л.С. Махакова**

В статье представлены результаты социально-психологического исследования гендерных стереотипов персонала по отношению к руководителю.

**THE SOCIO-PSYCHOLOGICAL ANALYSIS OF RESEARCH OF GENDER STEREOTYPES
IN RELATION TO THE HEAD
L.S. Makhakova**

The article presents results of socio- psychological research on gender stereotypes of the personnel in relation to the head.

В связи с теоретической и практической разработкой научной проблематики, связанной с гендерным подходом в различных областях социальной психологии, исследование гендерных стереотипов в трудовых, профессиональных организациях становится предметом активного изучения.

За короткий промежуток времени обращения к данному феномену еще не накоплено достаточных и глубоких материалов, что актуализирует потребность разобраться в ней на уровне теоретико-методологического осмысления и практического описания структурно-функциональных проявлений.

Так, в ходе социально-психологического анализа гендерных стереотипов персонала по отношению к руководителю, дифференцированных в экспериментальных группах по численно-половой принадлежности (таблица 1), полученные автором данные семантического дифференциала исходной матрицы (40 биполярных характеристик модифицированного варианта методики семантического дифференциала О.Л. Кустовой) были обработаны через сопоставление средних частотных показателей путем вычисления дескриптивных коэффициентов для независимых выборок с результатами факторного анализа, что позволило определить качественно-количественные характеристики как внутри-, так и межгрупповых сходств и различий в содержании полоролевых стереотипов по каждой выборке. Количественный анализ частотных показателей выборов участниками положительно-направленных гендерных стереотипов по отношению к руководителю-мужчине по сравнению с руководителем-женщиной, изложен в таблице 2.

Таблица 1

Стратометрический состав выборок экспериментальных групп эмпирического исследования

Экспериментальные группы			Объем под- выборк
Организации под руководством мужчины			102
А	А1	среди персонала доминирует большее количество мужчин: коммерческая фирма «ГНБ», занимающаяся горизонтально направленным бурением (г. Москва).	34
	А2	среди персонала доминирует большее количество женщин: компания «Progression», специализирующаяся в области рекламы (г. Москва).	34
	А3	среди персонала мужчин и женщин примерно равное количество: радиостанция «Милицейская волна» (г. Москва).	34
Организации под руководством женщины			102
Б	Б1	среди персонала доминирует большее количество мужчин: коммерческая фирма «Платина», занимающаяся производством евроокон.	34
	Б2	среди персонала доминирует большее количество женщин: академия красоты «Долорес» (г. Москва).	34
	Б3	среди персонала количество мужчин и женщин примерно одинаковое: стоматологическая клиника «ОРСИС» (г. Москва).	34
ИТОГО:			204

Таблица 2

Количественные показатели выборов гендерных стереотипов

Выборка	Количество характеристик, %							
	А	Б	А1	А2	А3	Б1	Б2	Б3
Все респ.	27/67,5	31/77,5	16/40	25/62,5	16/40	18/45	11/27,5	16/40
Мужчины	6/15	14/35	12/30	22/55	19/47,5	20/50	33/82,5	24/60
Женщины	20/50	12/30	28/70	21/52,5	21/52,5	17/42,5	31/77,5	22/55

Представленные результаты свидетельствуют, во-первых, о присутствии у сотрудников организаций менее негативно-направленного образа-стереотипа руководителя-мужчины, что свидетельствует о сохранении в психике людей традиционных взглядов мужского (инструментального) и женского (экспрессивного) поведения. Во-вторых, дают основания считать, что выраженность гендерных стереотипов персонала по отношению к руководителю определяется гендерной принадлежностью последнего и количественно-половым превалированием членов организации. В-третьих, обнаруживают общую специфику увеличения положительных полоролевых стереотипов в сторону руководящей позиции члена «своей» гендерной группы. У мужчин их усиление наблюдается в случаях: когда в коллективе преобладают женщины, либо в случаях формального подчинения члену противоположного пола, что может объясняться, на наш взгляд, возникновением в сознании мужчин некоего психологического дискомфорта, связанного с ощущением нарушения стереотипа-традиции «вожака». В свою очередь, усиление позитивно окрашенных полоролевых стереотипов у женщин наблюдается либо в ситуации доминирования в коллективе мужчин под руководством мужчины, либо в ситуации доминирования женщин под руководством женщины, что, вероятно, связано с протекающими в современном обществе процессами феминизации и стремлением женщин проявить свою конкурентоспособность в сфере карьеры.

Качественная обработка результатов, проводившаяся с помощью факторного анализа, позволила выделить базисные слои (факторы) изучаемых стереотипов в различных экспериментальных группах и построить субъективные семантические пространства. Выделены факторы-стереотипы: F_{c1}-оценка; F_{c2}-сила; F_{c3}-эмоциональность; F_{c4}-зависимость; F_{c5}-эмпатия; F_{c6}-интеллектуальная значимость; F_{c7}-активность.

Анализ экспериментальных групп при распределении факторных нагрузок гендерных стереотипов сотрудников мужчин (табл. 3), демонстрируя устойчивость сохранения традиционных стереотипов (например, мужчины в А-организациях имеют выраженный стереотип в сторону интеллектуального преимущества руководителя мужчины перед руководителем противоположного пола, оценивая последних через призму традиционно женских качеств), тем не менее, обнаруживает тенденцию в изменении соотношений факторов-приоритетов в их представлениях. Главные отличия в предпочтениях, например по факторам F_{c3}-эмоциональности или F_{c6}-интеллектуальной значимости, позволяют понять, что содержание гендерных стереотипов изменяется в зависимости от гендерной принадлежности руководителя организации.

Таблица 3

Факторные приоритеты мужских гендерных стереотипов

Организации под руководством мужчины (блок А)				Организации под руководством женщины (блок Б)			
Приоритет	Фактор	Значимые качества	%	Приоритет	Фактор	Значимые качества	%
1	F _{c6}	умный/глупый (0,8298), имеет собственное мнение/не имеет собственного мнения (0,8228)	33	1	F _{c7}	решительный/нерешительный (0,7932), быстрый/медленный (0,7254)	40
2	F _{c2}	сильная личность/слабая личность (0,7209), имеет собственное мнение/не имеет собственного мнения (0,7283)	30	2	F _{c1}	располагающий/отталкивающий (0,7682), вызывает доверие/не вызывает доверия (0,70090), умный/глупый (0,8126)	34
3	F _{c7}	быстрый/медленный (0,7785)	17	3	F _{c6}	умный/глупый (0,8288), аналитический ум/образное мышление (0,7444), образованный / малообразованный (0,7462)	33
4	F _{c1}	доброжелательный/безучастный (0,7800),	16	4	F _{c2}	организованный/неорганизованный (0,6700), надежный/ненадежный	30

		организованный / неорганизованный (0,7579), располагающий/отталкивающий (0,7659)				(0,6436), надежный/ненадежный (0,7089)	
5	F _{c3}	сдержанный/эмоциональный (0,7065), обладает чувством юмора/не обладает чувством юмора (0,7696), приветливый / неприветливый (0,7206)	15	5	F _{c3}	непосредственный/расчетливый (0,6249), счастливый/несчастный (0,7512)	29
6	F _{c5}	доброжелательный/безучастный (0,6785)	14	6	F _{c4}	независимый/зависимый (0,8126)	20
7	F _{c4}	независимый/зависимый (0,6905)	9	7	F _{c5}	любит соревноваться / предпочитает компромиссы (0,6930), вежливый/грубый (0,1789)	13

Верность последнего утверждения подтверждает анализ женской выборки (табл. 4), в которой, подчеркивая в профессиональном содержании труда ощущение себя в роли «ведомых» (блок А), респонденты-женщины в Б-организациях проявляют устойчивые коэффициенты в способности руководить представителем «своей» гендерной группы, что является, по нашему мнению, показателем их более высокой оценки своих профессиональных способностей.

Таблица 4

Факторные приоритеты женских гендерных стереотипов

Организации под руководством мужчины (блок А)				Организации под руководством женщины (блок Б)			
Приоритет	Фактор	Значимые качества	%	Приоритет	Фактор	Значимые качества	%
1	F _{c6}	умный/глупый (0,8062), имеет собственное мнение/не имеет собственного мнения (0,7054), образованный/малообразованный (0,7503)	83	1	F _{c6}	умный/глупый (0,7206), имеет собственное мнение/не имеет собственного мнения (0,6335), образованный / малообразованный (0,8317)	50
2	F _{c2}	уверенный/неуверенный (0,8105), свободный/скованный (0,5891), сильная личность / слабая личность (0,6659), активный / пассивный (0,7485)	70	2	F _{c4}	независимый/зависимый (0,7965), любит соревноваться/предпочитает компромиссы (0,7520)	40
3	F _{c1}	располагающий/отталкивающий (0,7206), вызывает доверие/не вызывает доверия (0,6020), организованный/неорганизованный (0,8087)	50	3	F _{c2}	Свободный / скованный (0,52071), сильная личность/слабая личность (0,8043), имеет собственное мнение/не имеет собственного мнения (0,5715)	30
4	F _{c7}	активный/пассивный (0,5802), быстрый/медленный (0,6441)	40	4	F _{c3}	обладает чувством юмора/не обладает чувством юмора (0,6992), счастливый/несчастный (0,7824)	29
5	F _{c3}	обладает чувством юмора/не обладает (0,6992), счастливый / несчастный (0,8244)	29	5	F _{c5}	сочувствующий/безразличный (0,5484), всживый / грубый (0,6690)	27
6	F _{c4}	независимый/зависимый (0,6563)	20	6	F _{c7}	оперативно принимает решения/медленно принимает решения (0,5590), быстрый/медленный (0,6592)	21
7	F _{c5}	доброжелательный/безучастный (0,6547)	14	7	F _{c1}	умный/глупый (0,7206), корректный / фамильярный (0,7969)	17

Сравнительный анализ мужской и женской выборок показал, что их гендерные стереотипы по отношению к руководителю в организациях под руководством мужчины близки между собой, тогда как аналогичные структуры женщин и мужчин в организациях под руководством женщины различаются. Различия, определяемые в рамках одного блока, но противоположных гендерных групп выражены в меньшей степени, чем разница между факторными структурами, определяемыми для представителей одной гендерной принадлежности, но в разных экспериментальных блоках (табл.5).

Вследствие сказанного можно утверждать, что при высоких показателях сохранности традиционных стереотипов мужского и женского поведения, различия в их проявлении и в приоритетах вы-

деленных факторов в разных экспериментальных группах указывают на то, что содержание и выраженность гендерных стереотипов персонала по отношению к руководителю зависит, а следовательно, и в определенной мере обуславливаются гендерной принадлежностью последнего и количественно-половым доминированием членов организации, при этом пол руководителя выступает в качестве ведущей доминанты, оказывающей влияние на процессы изменений традиционных образов-стереотипов, содержание и их проявление в оценке стереотипных суждений.

Таблица 5

Проекция распределения факторного пространства внутри эмпирических блоков противоположных гендерных групп

Мужчины А	Женщины А
1. Интеллектуальная значимость	1. Интеллектуальная значимость
2. Сила	2. Сила
3. Оценка	3. Активность
4. Активность	4. Оценка
5. Эмпатия	5. Эмоциональность
6. Зависимость	6. Эмпатия
7. Эмоциональность	7. Зависимость
1. Активность	1. Оценка
2. Оценка	2. Зависимость
3. Сила	3. Эмоциональность
4. Эмоциональность	4. Сила
5. Интеллектуальная значимость	5. Эмпатия
6. Зависимость	6. Интеллектуальная значимость
7. Эмпатия	7. Активность
Мужчины Б	Женщины Б

Следует также отметить, что позиция руководителя, изначально считающаяся маскулинной и находящая свое отражение в менее негативно направленной стереотипизации к руководителю-мужчине со стороны персонала, в настоящее время претерпевает изменения, аргументируясь такими характерными трансформациями в современном обществе, как радикальная ломка половой стратификации и изменение культурных стереотипов маскулинности-феминности [1].

Таким образом, теоретические обобщения по вопросам изучения гендерных стереотипов персонала по отношению к руководителю и полученные в эмпирических блоках результаты, являющиеся проблемными как для сотрудников мужчин, так и для сотрудников женщин, могут способствовать решению конкретно-эмпирических аспектов гендерных стереотипов в новых направлениях, давая возможность регулировать процесс взаимодействия между сотрудниками и аппаратом управления, позволяя использовать в организационных коммуникациях внутренний «язык» целевой аудитории, находить те признаки, которые будут основой положительного развития внутриорганизационных отношений и в целом способствовать эффективной деятельности ее сотрудников.

Литература

1. Кон И.С. Психология половых различий // Вопросы психологии. – 1981. – №2.