

Богданова М.В.<sup>1</sup>, Калеменева М.П.<sup>1</sup> Психологические характеристики портрета муниципального служащего

*Bogdanova M.V.<sup>1</sup>, Kalemeneva M.P.<sup>1</sup>, Psychological characteristics of the portrait of a municipal employee*

<sup>1</sup> Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

Статья посвящена исследованию представлений граждан о различных типажах чиновников с целью использования в качестве инструмента работы с деловой репутацией муниципальных служащих. В статье рассматриваются различные подходы и проблемы изучения репутации на муниципальной и государственной службе. Выборка исследования составила 20 граждан в возрасте от 30 до 45 лет, каждый из которых когда-либо обращался за помощью или консультацией к муниципальным или государственным служащим. В качестве метода исследования использовались репертуарные решетки. На первом этапе при помощи экспертных оценок было определено 9 типажей чиновников. Далее гражданам необходимо было обозначить каждого из чиновников, а затем сопоставить различные типажи и определить «схожие» или «отличающиеся» характеристики. В результате исследования, опираясь на высказывания граждан, были описаны данные типажи чиновников и выявлены некоторые схожие показатели в типажах. Также были проанализированы сопоставления типажей, то есть типажи, которые чаще всего противопоставлялись при сравнении или были схожими с другими. При анализе высказываний прослеживалась тенденция описания некоторых типажей чиновников исключительно положительными характеристиками, а некоторых – только отрицательными. При этом присутствовали и такие типажи, которых граждане оценили разнополярными характеристиками. При анализе сопоставления типажей также прослеживалась тенденция к подобию ответов граждан. На основе полученных результатов был сделан вывод о том, что при оценке различных типов чиновников граждане используют комплексный подход, опираясь и на личностные, и на профессиональные характеристики государственных и муниципальных служащих. Полученные результаты могут быть использованы в качестве опорного критерия для дальнейшего построения деловой репутации муниципальных служащих.

**Ключевые слова:** муниципальный служащий, репутация, общество, психологические характеристики, репертуарные решетки, контент-анализ

## Введение

Репутация — это многоаспектный и междисциплинарный феномен, открытый зарубежными учеными Г. Ландбергом (Landberg G.), К. Шрегом (Schreg K.), О. Ларсеном (Larsen O.) в 1960-х годах. На сегодняшний день, с развитием СМИ, Интернета и других источников информации, репутация становится все более популярным предметом исследования и изучается в ряде наук, например, таких как социология, философия, психология или экономика. В психологических науках репутация чаще всего рассматривается как нематериальный актив, используемый для повышения привлекательности компании и, как следствие, ее конкурентоспособности. Среди всех аспектов репутации можно выделить большой пласт под названием «деловая репутация». Чаще всего этот термин исследуется через призму внутриорганизационного взаимодействия или как внешний атрибут государства, организации или отдельных сотрудников. В данной статье деловая репутация рассматривается как система, состоящая из нескольких элементов. Одним из элементов системы является внешний образ (представления потребителей услуг об отдельном сотруднике, как о части компании). *Целью* исследования является изучение внешнего образа государственного или муниципального служащего через анализ субъективных представлений граждан о «типичном чиновнике». *Задача* исследования заключается в изучении субъективных представлений граждан о разных типажах чиновников. *Гипотеза исследования* заключается в том, что граждане, оценивая различных чиновников, опираются не только на профессиональные характеристики, но и на личностные качества служащих. *Практическая значимость* исследования заключается в составлении психологического портрета чиновника с точки зрения граждан. Данный инструмент муниципальные служащие смогут использовать для работы по формированию «положительной» репутации. Стоит отметить, что, используя термин «субъективные представления», мы опирались на работу И.Г. Юрковой. В одной из статей автор дает следующее определение: субъективные представления личности – «широкий спектр элементов индивидуальной картины мира, которые пока трудно поддаются надежному операциональному различению: мнения, убеждения, ценностные ориентации, социальные установки, касающиеся природы человека, причин его активности, трудовых отношений, отношений власти-подчинения, баланса интересов личности и организации и т.п.» [Юркова, 2006, с. 107]. На наш взгляд, данное определение в полной мере соотносится с описанными в данной статье субъективными представлениями граждан.

### ***Муниципальный служащий как «лицо» организации***

Муниципальная служба является отраслью профессиональной деятельности, которая тесно связана с взаимодействием с гражданами. Важным фактором в формировании репутации муниципального служащего является не только его «позиция» внутри организации, но и то, как его воспринимают и принимают граждане, на благо которых он трудится. Формирование общественного мнения может проходить по нескольким направлениям. Некоторые исследователи делают акцент на таком инструменте, как информационная коммуникация. Например, А.Ю. Трубецкой говорит о том, что на сегодняшний день большую роль в формировании общественного мнения играет организация коммуникации с гражданами [Трубецкой, 2006]. При этом автор утверждает, что, несмотря на важность СМИ и коммуникации, политики и чиновники не стремятся к развитию этого направления деятельности, продолжая опираться в своей деятельности и способах принятия решений лишь на распоряжения и указы. По мнению А.Ю. Трубецкого, именно развитие коммуникации и активное взаимодействие со СМИ помогут государственным и муниципальным служащим повысить уровень репутации среди населения. И.Г. Харламов также указывает на важность целенаправленной, массовой коммуникации, которая является инструментом в формировании необходимого имиджа, бренда и репутации политических деятелей и организаций наряду с конкретными делами и результатами [Харламов, 2009]. Все эти работы направлены на формирование и изменение уже существующего образа муниципального служащего. Но *проблема* в том, что немаловажной составляющей в формировании репутации является соответствие ожиданиям и представлениям граждан, которое при прочих условиях и инструментах помогает повысить уровень деловой репутации отдельных служащих и, как следствие, всего муниципального органа власти.

### ***Проблемы исследования репутации***

Исследования репутации с точки зрения потребителей услуг (в данном исследовании – граждан) являются наиболее распространенными среди ученых различных областей науки. Некоторые ученые рассматривают репутацию, как синоним понятий «образ» или «лидерский капитал». И.Д. Иванов рассматривает репутацию как составную часть имиджа. Автор указывает на то, что репутация, внешний вид, соответствие ожиданиям граждан являются факторами, влияющими на имидж муниципального служащего. В своей работе автор рассматривает несколько проблемных областей в процессе формирования репутации государственных/муниципальных служащих в частности и власти в целом. Основным вопросом, который затрагивает автор, заключается в проблеме формирования «общественного» образа муниципального служащего и потребности реформирования организационной культуры

Богданова М.В., Калеменова М.П. Психологические характеристики портрета... муниципальной службы [Иванов, 2015]. Данные вопросы являются достаточно острыми и актуальными на сегодняшний день и требуют проработки на различных уровнях власти. Но, несмотря на это, немаловажной является и комплексная работа над формированием индивидуального образа служащего, так как именно отдельные служащие непосредственно взаимодействуют с общественностью, тем самым формируя образ власти в глазах граждан.

Ряд исследователей изучает составные характеристики репутации. Например, Е.Б. Шестопап рассматривает репутацию политических деятелей через призму различных психологических показателей [Шестопап, 1995]. В исследовании приняли участие более 70 граждан разных возрастов и политических взглядов. Основная задача заключалась в изучении образа власти в сознании испытуемых. В результате исследования было выявлено, что портрет власти в основном опирается на несколько психологических переменных: уровень симпатии к власти со стороны граждан, уровень восприятия власти как сильной или слабой, а также уровень доверия граждан по отношению к существующей властной структуре. Таким образом, по мнению автора, эффективность функционирования политической системы зависит от позитивного восприятия власти со стороны граждан и оказания власти психологического содействия со стороны общественности. Также Е.Б. Шестопап утверждает, что именно политическая поддержка власти впоследствии преобразуется в доверие, симпатию со стороны граждан, а также в готовность защищать политического лидера или институт власти. Несмотря на то, что цитированное исследование проводилось в конце прошлого века, вопросы доверия к власти остаются важными и сегодня, поскольку доверие и принятие власти являются немаловажными факторами в формировании положительной репутации органов государственного и муниципального самоуправления.

Некоторые исследователи, наоборот, рассматривают репутацию как составную часть более крупной системы. Например, В.М. Шепель трактует репутацию как немаловажный аспект управленческой деятельности. Репутация, по мнению автора, является набором мнений различных людей о каких-то отдельных качествах руководителя или о нем в целом. Автор также указывает, что именно репутация «является той морально-психологической позицией, при наличии которой он может занимать прочные лидерские позиции. Именно с них начинается его успешное продвижение к тому, к чему призван стремиться каждый руководитель: приобретению авторитета как обобщенного подтверждения того, что ему оказывают полное доверие» [Шепель, 1999, с. 106]. То есть, по мнению автора, репутация является одной из ступеней формирования авторитета руководителя, в то время как авторитет

является эквивалентом доверия со стороны профессионального сообщества к данному руководителю.

Некоторые авторы рассматривают репутацию во взаимодействии с другими социальными явлениями. Например, Е.С. Белевская изучает ее в контексте культуры. Автор рассматривает несколько подходов к пониманию репутации. Один из подходов предполагает выделение некоторых структурных элементов, таких как ядро и периферийная часть. Ядро составляют социальные представления народа, которые связаны с групповой памятью. Периферийная часть заключается в наборе факторов, способствующих оценке объектов репутации [Белевская, 2015]. Таким образом, под воздействием культуры происходят изменения в ядре репутации, и, как следствие, преобразуется периферийная часть. Такое видение понятия репутации представляется достаточно логичным и способствует более точному пониманию данного феномена.

Ряд ученых рассматривает репутацию как показатель качества взаимодействия. Например, М.С. Дорохова исследует ее как один из значимых показателей уровня отношений между личностью и организацией. Репутация, по мнению М.С. Дороховой, это оценка гражданами организаций на основе своей системы ценностей и норм, которая опирается на прошлый жизненный опыт [Дорохова, 2009]. Именно эта позиция наиболее точно соотносится с нашими представлениями о репутации муниципального служащего с точки зрения общества. В своей работе М.С. Дорохова предлагает метод оценки репутации на основе представлений граждан и соответствия их же ценностным ориентациям. С точки зрения автора, такой метод позволяет определить значение репутации организации для каждого испытуемого, что немаловажно при формировании образа компании на рынке. Исследование репутации организации через изучение ценностей ее потребителей представляется очень перспективным и интересным направлением.

Зарубежные ученые также рассматривают понятие репутации через различные аспекты. Например, Э.С. Шрайбер утверждает, что существуют два определения репутации: одно с точки зрения организации, а другое с точки зрения заинтересованных сторон. С точки зрения организации, репутация – это нематериальный актив, который позволяет компании лучше управлять ожиданиями и потребностями различных заинтересованных сторон, создавая дифференциацию и барьеры по отношению к своим конкурентам. С точки зрения заинтересованных сторон, репутация – это интеллектуальная, эмоциональная и поведенческая реакция на то, соответствуют ли коммуникации и действия организации их потребностям и

Богданова М.В., Калеменова М.П. Психологические характеристики портрета... интересам. В той степени, в которой заинтересованные стороны считают, что организация удовлетворяет их потребности лучше, чем конкуренты, они будут вести себя по отношению к организации желаемым образом. Например, инвестировать, присоединяться, поддерживать и т.д. По мере того как компании со временем удовлетворяют потребности и интересы заинтересованных сторон, они повышают устойчивость их репутации и уменьшают репутационный риск, создавая «эффект ореола», который может дать положительный эффект в трудные времена [Шрайбер, 2011]. Таким образом, репутация с обеих точек зрения так или иначе связана с формированием ожиданий и представлений потребителей об организации или с управлением такими ожиданиями и представлениями. А. Вераас и М. Маор, изучая различные факторы снижения уровня доверия населения к организациям государственного сектора, выявили несколько факторов. Одним из таких факторов является принадлежность различных органов власти к «государственным структурам». По мнению авторов, как правило, в сознании большинства граждан нет четкого разделения внутри большой группы данных организаций, поэтому все они воспринимаются как «государственные» [Вераас, Маор, 2014]. То есть отсутствие четкого понимания иерархии органов власти способствует снижению лояльности и доверия граждан ко всем структурам. На наш взгляд, вопрос просвещения граждан в области иерархии и принадлежности различных органов власти может поспособствовать повышению лояльности и доверия граждан к государственной власти.

В. Луома-ахо выдвигает предположение, что для государственного сектора характерна «нейтральная» репутация, в отличие от «превосходной» для коммерческих структур. Данное предположение подтверждает исследование, проведенное среди двенадцати финских организаций. Автор утверждает, что для организаций государственного сектора оптимальным является наличие нейтрального уровня репутации, так как на его поддержание требуется меньшее количество ресурсов, нежели в случае высокого уровня. А ресурсы для поддержания отличной репутации в государственном секторе ограничены [Луома-ахо, 2007].

Примечательно, что все авторы затрагивают вопрос доверия граждан по отношению к власти. Исходя из данных исследований, именно доверие является одним из важных факторов формирования положительной репутации гражданских и муниципальных служащих. Поэтому немаловажным инструментом для работы над репутацией муниципального служащего является работа над соответствием «общественному мнению». Для того чтобы иметь «хорошую» репутацию среди населения, нужно в первую очередь знать, как люди представляют «хорошего чиновника».

## Процедура и методика исследования

### ***Выборка***

В данной статье деловая репутация рассматривается как система, состоящая из нескольких элементов. Одним из элементов является «внешняя» репутация. «Внешняя» репутация включает в себя оценку окружающими (в нашем случае это граждане) того или иного сотрудника организации. Это могут быть прямые потребители услуг, граждане, которые лично взаимодействовали с руководителем по интересующим их вопросам, а также граждане, которые получили информацию о руководителе из других источников (что-то услышали, где-то увидели). Все эти мнения в итоге складываются в определенный образ, который транслирует общественность. В выборку исследования вошли 20 граждан (8 мужчин и 12 женщин), проживающих на территории города Тюмени и непосредственно взаимодействующих с муниципальными служащими по каким-либо необходимым вопросам. Возраст испытуемых – от 30 до 45 лет. Все испытуемые являются сотрудниками различных бюджетных или коммерческих организаций города Тюмени.

### ***Методы и процедура исследования***

В качестве *метода* исследования были выбраны «репертуарные решетки». Выбор именно качественного метода основан на том, что «качественные методы исследования предназначены для получения...информации о личности, которая зачастую не осознается последней. Качественное исследование является интерпретационным и позволяет получить данные о мотивах поведения, установках людей, страхах и т.д.» [Перевозкин и др., 2014, с. 17]. Данный метод позволяет наиболее точно отразить представления испытуемых о том или ином объекте исследования. В настоящем исследовании необходимо было выяснить представления граждан о различных типажах чиновников.

Также в качестве методов статистической обработки данных были использованы многомерное шкалирование и кластерный анализ. Данные методы позволили проанализировать представления граждан.

*Процедура исследования* состояла из нескольких этапов. Первым этапом стало составление методики. При помощи метода экспертных оценок было отобрано 9 типов чиновников. В качестве экспертов выступили пять педагогов из числа профессорско-преподавательского состава кафедры общей и социальной психологии Института психологии и педагогики

Тюменского государственного университета. Каждому из экспертов был предоставлен набор различных характеристик чиновников (например, «доброжелательный» или «отзывчивый»). Экспертам необходимо было разобрать данные характеристики на группы. В дальнейшем все группы, полученные от экспертов, были собраны в 9 типажей по наибольшему количеству одинаковых характеристик и обозначены наиболее соотносящимся с данными характеристиками названием. После этого проводилась процедура автоматизации методики. Используя возможности программы Microsoft Excel, была составлена таблица с названиями «типажей», в которую испытуемые должны были внести имена («напишите в таблице ниже имена или слова-ассоциации под каждым из типажей») (см. рис. 1). Важным моментом являлось то, что каждый из объектов должен быть реальным муниципальным или государственным служащим.

Типаж чиновника									
Я	Опасный	Доброжелательный	Прислал отписку	Решил проблему	Проигнорировал мою просьбу	Доверяю	Никогда больше не приду	Идеальный	Послал в другую инстанцию
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**Рис. 1.** Типажи чиновников.

Далее испытуемые сравнивали эти типажи по тройкам и давали им различные характеристики (высказывания) (см. рис. 2). Стоит отметить, что, благодаря автоматизации методики, после введения «имен» для каждого из типажей программа автоматически формировала 14 вариантов «троек» (либо с двумя потенциально положительными типажами и одним потенциально отрицательным, либо наоборот; либо со всеми потенциально положительными, либо потенциально отрицательными типажами). Данное количество «троек» сформировано, исходя из следующего расчета: четыре варианта «я» и разные наборы «положительных» и «отрицательных» типажей; четыре набора только «положительных» или только «отрицательных»; по три набора – один «положительный» или «отрицательный» и два противоположных. На наш взгляд, такой набор «троек» является оптимальным с точки зрения времени прохождения методики и равной представленности вариантов выбора.

	1	8	9	Схожие	Отличается	
						В строке 1 поставьте "+" у тех двух людей, которые, по вашему мнению, схожи
1						В строке 2 под словом "схожие" подпишите, чем эти два человека схожи (что они делают, какие у них схожие качества и т.п.)
2						В строке 3 под словом "отличается" подпишите, чем третий человек отличается от остальных двух
3						

**Рис. 2.** «Тройки» типажей.



Выявление «схожих» и «отличающихся» черт позволяет отобразить индивидуальные представления граждан относительно «разных» государственных и муниципальных служащих, что в совокупности формирует коллективное коллективный взгляд на представителей власти.

Вторым этапом исследования стала обработка полученных результатов. При помощи контент-анализа были выявлены наборы показателей, которыми характеризовался тот или иной типаж чиновника. Далее были выявлены «склейки» типажей, то есть типажы, которые чаще всего противопоставлялись при сравнении или были схожими с другими.

Третьим этапом стала статистическая обработка «матриц» испытуемых. Для каждого из них были построены матрицы различий при помощи программы Statistica. Для построения матрицы различий использовался метод кластерного анализа с евклидовым расстоянием в качестве меры различия. После этого результаты были приведены в единую матрицу и проанализированы в программе SPSS с помощью методов кластерного анализа (с использованием метода Варда) и многомерного шкалирования (с использованием модели евклидова расстояния индивидуальных различий).

## Результаты исследования

### *Характеристики типажей чиновников*

В ходе исследования было собрано более 250 высказываний испытуемых о различных типажах чиновников. Все высказывания были проанализированы методом контент-анализа. Каждое из высказываний было соотнесено по смыслу с остальными, и таким образом были составлены группы характеристик.

#### *Таблица 1*

Результаты контент-анализа

<b>Группа характеристик</b>	<b>Частота встречаемости среди всех характеристик</b>
Эмоционально не сдержан	27
Желание помочь в меру своих возможностей	20
Не стремится решить проблему	17

Закрит для диалога и взаимодействия	15
Клиентоориентированный	15
Доброжелательный	14
Влиятельный	14
Затягивает решение вопроса	12
К решению вопроса подходит формально	12
Не заинтересован в результате	11
Компетентный в области своих должностных обязанностей	10

Далее был проанализирован каждый из типажей. Например, при анализе высказываний типажа «опасный» была выявлена такая группа, как «резкость в общении», в которую вошли более 10 характеристик, таких как «жесткий нрав», «не приемлет возражений», «отсутствие эмоциональной сдержанности» или «орет и перебивает других». А при анализе типажа «решил проблему» сформировалась группа «ориентация на клиента» с более чем 16 характеристиками: «умение погрузиться в проблему», «честно и открыто исполняет свои обязанности» или «готовность оперативно оказать помощь». На основании данных групп характеристик были составлены описания того или иного типажа.

### Таблица 2

Результаты контент-анализа отдельных типажей

Типаж	Группа характеристик	Частота встречаемости
Опасный	Резкость в общении	11
Доброжелательный	Клиентоориентированность	14
Прислал отписку	Нежелание работать	15
Решил проблему	Готовность помочь	18
Проигнорировал мою просьбу	Безучастность	16
Доверяю	Заинтересованность в решении проблемы	9
Никогда больше не приду	Хамство	12
Идеальный	Вовлеченность	13
Послал в другую инстанцию	Передача ответственности	12

С точки зрения граждан, «опасным» чиновником является тот человек, который способен использовать в своей работе различные манипулятивные техники, угрозы или оскорбления. Также данный сотрудник пренебрегает правилами и нормами при взаимодействии и выполнении должностных обязанностей. При описании такого типажа чиновника граждане чаще всего использовали следующие формулировки: «жесткий», «агрессивный», «строгий», «оказывает давление» или «перебивает». То есть в представлении граждан такой тип чиновника ассоциируется с крайне негативным персонажем.

«Доброжелательным» типом чиновника является сотрудник, который в своей работе применяет клиентоориентированный подход. Такой чиновник настроен на взаимодействие и готов помочь в решении вопроса. При описании данного типажа чиновника граждане чаще всего использовали следующие формулировки: «приветливый», «вовлеченный», «отзывчивый», «уравновешенный», «толерантный и заинтересованный», «стремление понять человека», «умение слушать». То есть в представлении граждан «доброжелательный» чиновник ассоциируется скорее с внимательным и помогающим сотрудником.

В представлениях граждан чиновник, «приславший отписку», является человеком, который в своей работе придерживается формального отношения, не стремится к диалогу и подробному изучению вопроса, а, скорее, придерживается регламента. При описании данного типажа чиновника граждане чаще всего использовали следующие формулировки: «нежелание работать и выполнять свои должностные инструкции», «нарушают нормы поведения», «безучастность», «отсутствие обратной связи», «взаимодействуют в слишком общих категориях», «отсутствие заинтересованности в результате», «игнорирование». Однако следует отметить, что присутствовали и такие характеристики, как «высокая компетентность в своих должностных обязанностях», «приятные в общении», «вежливые», «доброжелательные». То есть данный тип чиновника ассоциируется у граждан с незаинтересованным сотрудником, опирающимся в работе только на регламенты, но обладающим достаточным уровнем профессиональных знаний и личностных характеристик, способствующих эффективному общению с гражданами.

С точки зрения граждан, чиновником, «решившим проблему», является сотрудник, который в работе применяет максимум возможных вариантов для решения вопроса. При описании данного типажа чиновника граждане чаще всего использовали следующие формулировки: «добиваются своей цели», «честно и открыто исполняет свои обязанности», «заинтересованность в решении вопроса», «опыт», «ответственность», «умение признать

ошибку». То есть чиновник, «решивший проблему», ассоциируется у граждан с включенным и заинтересованным муниципальным служащим.

В представлениях граждан чиновник, «проигнорировавший просьбу» – это сотрудник, который не заинтересован в решении вопроса и пренебрегает нормами и правилами при взаимодействии с окружающими (гражданами, коллегами). При описании данного типажа чиновника граждане чаще всего использовали следующие характеристики: «уставшие люди с отсутствующей мотивацией к работе», «безучастность», «отстраненность», «грубость», «импульсивность», «нет стремления решить проблему», «фамильярность». То есть, по мнению граждан, такого рода чиновники не только формально и безучастно относятся к выполнению должностных обязанностей, но и в целом не нацелены на продуктивную работу.

В представлениях граждан чиновник, которому они «доверяют», является максимально включенным во взаимодействие, компетентным и заинтересованным сотрудником. В своей работе такой чиновник профессионально использует законы и распоряжения для эффективного решения поставленной задачи. При описании данного типажа чиновника граждане чаще всего использовали следующие характеристики: «внимательные, дружелюбные», «хотят помочь», «юридически подкован, грамотно излагает свою позицию, может ее обосновать», «заинтересованность в решении вопроса», «открытость», «клиентоориентированность», «активность», «сензитивность», «готовые оперативно оказать помощь». То есть чиновник, которому готовы доверять граждане, должен быть не только заинтересован и дружелюбен, но и иметь высокий уровень профессиональной компетентности.

По мнению граждан, чиновник, к которому они «никогда больше не придут», обладает низким уровнем профессиональной компетентности, отсутствием желания взаимодействовать и решать вопрос. При описании данного типажа чиновника граждане чаще всего использовали следующие характеристики: «нет желания помогать», «люди, упоенные своей властью», «прием “для галочки”», «ничего не решает», «пассивность», «хамят», «вспыльчивая». То есть для граждан такой чиновник ассоциируется с сотрудником, формально относящимся к должностным обязанностям и пренебрегающим нормами поведения.

В представлениях граждан «идеальный» чиновник обладает высоким уровнем клиентоориентированности, профессиональной компетентности и приятен не только как сотрудник, но и как человек. При описании данного типажа чиновника граждане чаще всего

использовали следующие характеристики: «внимательные, дружелюбные», «приятны как люди», «все решают после первого обращения гражданина», «приходит на помощь нуждающемуся», «вежливость», «контактность», «предприимчивость», «клиентоориентированность», «честность», «спокойные и рассудительные». То есть для граждан важно, чтобы чиновник обладал неким набором индивидуальных характеристик, способствующих эффективному взаимодействию, а также имел высокий уровень знаний и умений, помогающих в решении поставленных вопросов. Стоит отметить, что по характеристикам и описаниям данный тип больше всего сочетается с такими типами, как «доброжелательный» и «доверяю».

По мнению граждан, чиновник, который «послал в другую инстанцию», скорее, не настроен на решение проблемы и старается перенести ответственность на других сотрудников. При описании граждане чаще всего использовали следующие характеристики: «как только дело касается не их компетенций, сразу отфутболивают», «уставшие люди с отсутствующей мотивацией к работе», «умеют хитро увильнуть от ответов», «придумывать несуществующие требования», «передача ответственности». При этом стоит отметить, что в описании присутствовали и относительно положительные характеристики. Например, «вежливость», «контактность», «хотят добра людям, но лень сильно напрягаться». То есть в целом данный тип чиновника ассоциируется у граждан с достаточно приветливым и доброжелательным сотрудником, который при этом не ориентирован на решение вопроса.

Таким образом, при анализе высказываний можно проследить, что некоторые типажи чиновников описывались исключительно положительными характеристиками («доброжелательный», «решил проблему», «доверяю», «идеальный»), а некоторые – только отрицательными («опасный», «проигнорировавший просьбу», «никогда больше не приду»). Но также присутствует и ряд типажей, которых граждане оценивали и как отрицательные, и как положительные одновременно («приславший отписку», «послал в другую инстанцию»). Это может говорить о разных основаниях для оценки и разных контекстах ситуаций, в которых взаимодействовали граждане с этими типажам.

### ***Анализ «схожих» и «отличающихся» типажей***

Придерживаясь традиционной процедуры составления репертуарных решеток, в качестве одного из типажей был введен конструкт «я». Конструкт «я» был использован для того, чтобы проанализировать, с какими типажам чиновников соотносят себя испытуемые. Данный

анализ стал дополнительным критерием при изучении представлений граждан о разных типажах чиновников.

При анализе «схожих» и «отличающихся» типажей чиновников были выявлены некоторые закономерности. Так как «тройки» были представлены испытуемым автоматически, стало возможным выявить процентное соотношение выборов тех или иных типажей.

При сравнении типажей по тройкам в некоторых случаях были выявлены два однополярных типажа и один разнополярный (например, «доверяю», «идеальный» и «опасный»). В данном типе выборов практически сто процентов граждан в качестве схожих определили однополярные типажи, а в качестве отличающегося – разнополярный типаж. Например, при сопоставлении типажей «опасный», «никогда больше не приду» и «решил проблему» более 85% граждан в качестве отличающегося выбрали типаж «решил проблему». Но встречались и такие случаи, когда сопоставлялись разнополярные типажи. Например, в сопоставлении типажей «доброжелательный», «прислал отписку» и «опасный» больше 40% граждан противопоставили типаж «опасный», оценив при этом типажи «прислал отписку» и «доброжелательный» как схожие. В данном случае, опираясь на описания типажей, можно предположить, что чиновник, «приславший отписку», ассоциируется у граждан скорее с потенциально положительным типажом.

В случае, когда все три типажа оказывались однополярными, граждане делали различные выборы, но при этом сохранялась тенденция большинства. Так, например, в сравнении «доверяю», «решил проблему» и «идеальный» более 50% выборки в качестве отличающегося типажа выбрали «решил проблему». Опираясь на описания типажей, можно предположить, что сотрудник, который решил проблему гражданина, не всегда ассоциируется с идеальным чиновником, но также может характеризоваться как потенциально отрицательный. Или, например, при выборе «прислал отписку», «проигнорировал просьбу» и «опасный» в более чем половине случаев «отличающимся» типажом граждане выбирали именно «опасный». Здесь можно предположить, что среди трех вышеуказанных типажей «прислал отписку» и «проигнорировал просьбу» являются более потенциально положительными, чем «опасный».

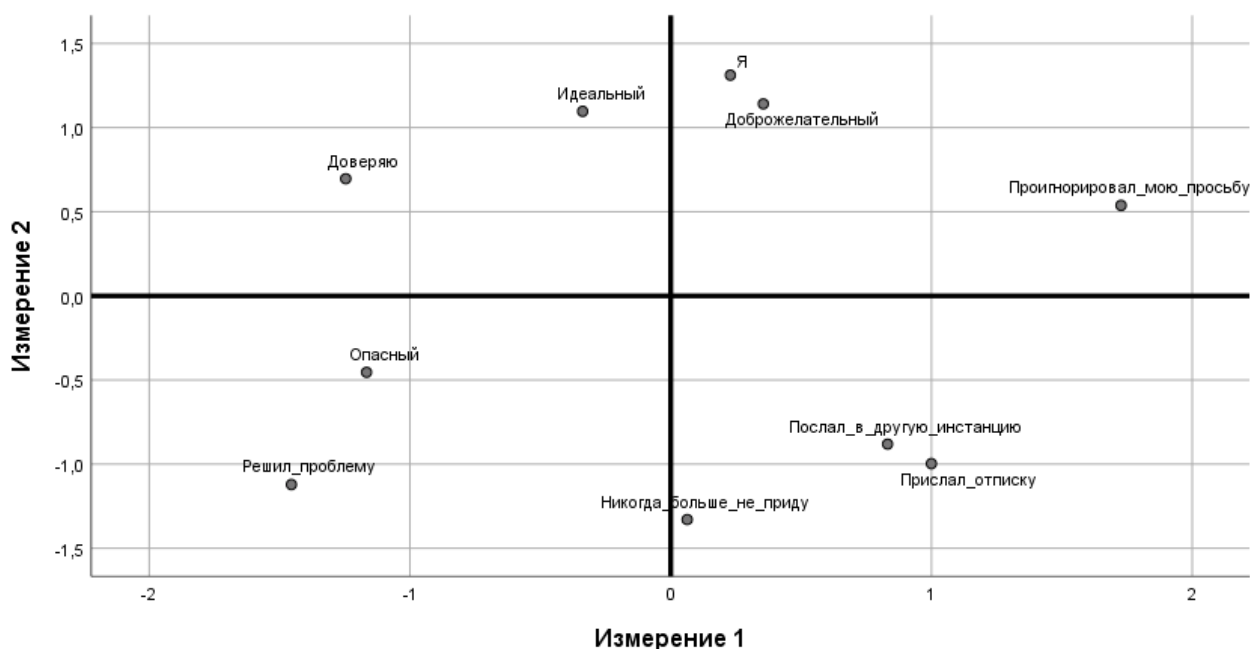
В ситуации, когда граждане сравнивали себя с какими-либо типами чиновников, они либо противопоставляли себя другим типажам (например, «я», «доброжелательный», «решил проблему»), либо сопоставляли себя с потенциально положительными типами, противопоставляя потенциально отрицательный тип (например, «я», «доброжелательный»,

Богданова М.В., Калеменева М.П. Психологические характеристики портрета... опасный»). В данном случае можно предположить, что граждане склонны ассоциировать себя именно с потенциально положительными типажам чиновников. При этом стоит обратить внимание на то, что при сопоставлении типажей «я», «опасный», «прислал отписку» получилось наибольшее разнообразие. Более 40% граждан сопоставили себя с «опасным» типом и противопоставили «прислал отписку», и менее 30% граждан противопоставили себя другим двум типажам.

Таким образом, для одних граждан типаж чиновника «решивший проблему» и «пославший в другую инстанцию» являются более похожими, чем типаж «проигнорировавший просьбу», а для других эти типаж будут противопоставленными.

### **Результаты статистической обработки**

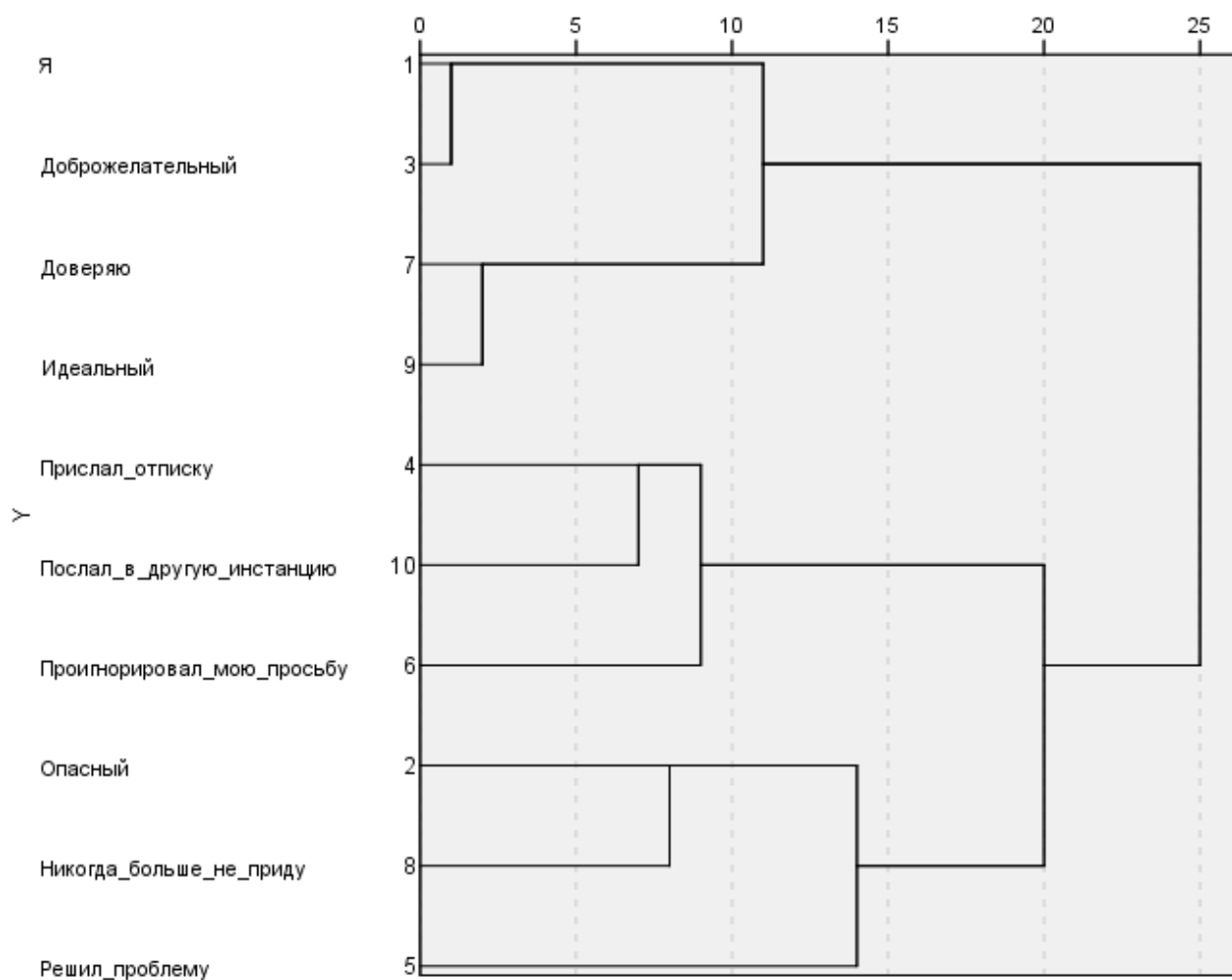
Вышеуказанные результаты подтверждаются в статистическом анализе.



**Рис. 3.** Результаты многомерного шкалирования суммарной матрицы данных.

Исходя из результатов многомерного шкалирования, можно сказать, что на положительном полюсе измерения 1 расположился потенциально отрицательный типаж «проигнорировал мою просьбу», а на отрицательном – потенциально положительные типаж «Решил проблему» и «доверяю». Это говорит о том, что в представлениях граждан данные типы чиновников являются наиболее противоположными. При описании чиновников граждане придерживались максимально разнополярных высказываний. Например, типаж «проигнорировал мою просьбу» описывался такими характеристиками: «отстраненность», «безучастность».

Промежуточное положение в данном измерении занял типаж «никогда больше не приду», который граждане в большинстве случаев описывали отрицательными характеристиками. Это говорит о том, что для кого-то из граждан данный типаж является относительно нейтральным по сравнению с другими типажам в данном измерении. На положительном полюсе измерения 2 расположились типаж «доброжелательный» и «идеальный». На отрицательном полюсе оказался типаж «никогда больше не приду». Как и в первом измерении это говорит о том, что данные типаж чиновников в представлениях граждан являются разнополярными и максимально противоположными. При этом стоит отметить, что себя граждане все же больше ассоциируют с потенциально положительными типажам, как было выявлено ранее.



**Рис. 4.** Результаты кластерного анализа суммарной матрицы данных.

Исходя из данных дендрограммы, на первом этапе в кластер объединяются три пары типажей («я» и «доброжелательный»; «прислал отписку» и «послал в другую инстанцию»; «опасный» и «никогда больше не приду»), расстояние между которыми является наименьшим. Это говорит о том, что в представлениях граждан данные пары типажей имеют наиболее схожие характеристики. Например, типаж «я» и «доброжелательный» описываются следующими



характеристиками: «приятны внешне, думают, прежде чем делают», «если необходимо, то готова объяснить и проконсультировать по вопросу», «люди, оставившие после себя приятное впечатление», «умение быстро найти закономерности в сложном вопросе и предложить пути его решения», «контактность». В свою очередь, типажи «прислал отписку» и «послал в другую инстанцию» описываются как: «неприятно взаимодействовать, потому что хамят», «в упор не видят проблему, там, где она есть, и решать ее не хотят», «вспыльчивая», «нежелание слушать», «безучастность».

На втором этапе к паре «прислал отписку» и «послал в другую инстанцию» добавляется тривиальный кластер, состоящий из одного типажа – «проигнорировал мою просьбу». Возможно, в представлениях граждан данный типаж имеет сходные характеристики с кластером первого уровня, но расстояние между ними гораздо больше. К паре «я» и «доброжелательный» добавляется два тривиальных кластера – «доверяю» и «идеальный». Как и в предыдущем случае, эти кластеры имеют схожие характеристики, но расстояние между ними еще значительнее. Что касается третьей пары типажей – «опасный» и «никогда больше не приду», к которой на втором этапе присоединился, на первый взгляд, противоположный типаж – «решил проблему», то стоит обратить внимание на разнополярные характеристики, которыми граждане описывали эти типажи. Например, типаж «решил проблему» описан следующими характеристиками: «все решают после первого обращения гражданина», «ответственность», «спокойная в общении с клиентами», «заинтересованы в решении твоей проблемы». Однако при этом присутствуют и такие характеристики, как «упертые, нет желания исполнять свои обязанности», «нет желания помогать либо разбираться в проблемах». В свою очередь, типаж «опасный» описан характеристиками «вспыльчивая», «не приемлет возражений», «нетерпимость», но в его отношении присутствуют и такие характеристики, как «ответственность», «исполнение своего долга». Тогда можно утверждать, что данные типажи сгруппировались по каким-либо дополнительным субъективным характеристикам граждан, на основании которых они оценивали тот или иной типаж.

Таким образом, можно предположить, что в представлениях граждан различные типажи соотносятся по разным основаниям. И при определении того или иного типажа граждане рассматривают не только ситуацию, в которой они взаимодействуют с чиновником, но и личностные или профессиональные характеристики самого чиновника. Это также свидетельствует о многоаспектности феномена «репутации».

## **Выводы**

На основе анализа характеристик, которыми испытуемые самостоятельно описывали тот или иной типаж чиновников, а также дополнительно проведенного анализа различных источников на тему репутации муниципальных и государственных служащих, можно сделать вывод, что данные характеристики являются параметрами репутации чиновников.

При анализе полученных результатов можно отследить некоторые тенденции в представлениях граждан о различных типажах чиновников, а именно:

1. При рассмотрении потенциально положительных типажей («доброжелательный», «решил проблему», «доверяю», «идеальный») можно отметить, что чаще всего у граждан такие люди ассоциируются не только с высоким уровнем профессиональной компетентности и со способностью эффективно решать вопросы. Немаловажным является и набор личностных характеристик, способствующих повышению эффективности взаимодействия.

2. При рассмотрении потенциально отрицательных типажей («опасный», «прислал отписку», «проигнорировал», «никогда больше не приду», «послал в другую инстанцию») можно отметить, что некоторые из граждан описывали их и положительными характеристиками («вежливость», «контактность»).

3. При сопоставлении «схожих» и «отличающихся» типажей граждане в большинстве случаев предъявляли похожие выборы. Однако при этом встречались и такие случаи типажей, при которых граждане давали разнообразные варианты группировок.

4. Исходя из полученных результатов, можно предположить, что при оценке типажей чиновников граждане опираются на различные основания (контекст ситуации, характеристики чиновника, собственное понимание решения вопроса и т.д.). Сталкиваясь с чиновником при необходимости решения того или иного вопроса, граждане комплексно оценивают данного чиновника и, исходя из всех характеристик, определяют результат взаимодействия.

Таким образом, при изучении репутации чиновников необходимо обращать внимание и на личностные, и на профессиональные аспекты деятельности служащих. Все это способствует дальнейшему построению и повышению их деловой репутации, а также репутации органов местного самоуправления.

## Литература

Белевская Е.С. Репутация как социокультурные феномен: механизмы и взаимовлияние культуры и репутации. // В кн: Направления модернизации современного инновационного общества: экономика, социология, философия, политика, право, Саратов, 2015. Саратов, 2015. С. 37–40.

Дорохова М.С. Социально-психологический механизм формирования репутации в условиях рыночных отношений: автореф. дис. ... канд. психол. наук. М.: 2009.

Иванов И.Д. Имидж муниципального служащего: понятие и основные факторы, влияющие на его формирование. // В кн.: Г.И. Пещеров (Отв. ред.), Актуальные проблемы государственного и муниципального управления в условиях глобализационных процессов в мире: сборник статей Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов, преподавателей и специалистов. М.: ИИУ МГОУ, 2015. С. 163–165.

Перевозкин С.Б., Перевозкина Ю.М., Андронникова О.О. Качественные и количественные методы в психолого-педагогических исследованиях: учебное пособие. Новосибирск: НОУ ВПО НГИ, 2014.

Трубецкой А.Ю. Психологическая модель репутации в системе политических коммуникаций. Мир психологии, 2006, 2, 263–270.

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

Шепель В.М. Человековедческая компетентность менеджера. Управленческая антропология для менеджеров. Москва: Народное образование, 1999.

Шестопал Е.Б. Образ власти в России: желания и реальность (Политико-психологический анализ). ПОЛИС: Политические исследования, 1995, 8, 86–97.

Юркова И.Г. Субъективные представления личности как фактор профессиональной самореализации. Человек. Сообщество. Управление., 2006, 3, 106–117.

Богданова М.В., Калеменова М.П. Психологические характеристики портрета...

Luoma-aho V. Neutral reputation and public sector organizations. *Corporate Reputation Review*, 2007, 10(2), 124–143.

Schreiber E.S. Reputation. Institute for Public Relations, 2011. <https://instituteforpr.org/reputation>

Wæraas A., Maor M. Organizational Reputation in the Public Sector. London: Routledge, 2014.

Поступила в редакцию: 09 февраля 2022 г. Дата публикации: 31 октября 2022 г.

### Сведения об авторах

*Богданова Мария Владимировна.* Кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и социальной психологии, Институт психологии и педагогики, Тюменский государственный университет, ул. Проезд 9 мая, д. 5, 625000 Тюмень, Россия.

E-mail: [bogdanova-mv@yandex.ru](mailto:bogdanova-mv@yandex.ru)

*Калеменова Мария Павловна.* Аспирант 3 курса кафедры общей и социальной психологии, Институт психологии и педагогики, Тюменский государственный университет, ул. Проезд 9 мая, д. 5, 625000 Тюмень, Россия.

E-mail: [mary\\_kl@icloud.com](mailto:mary_kl@icloud.com)

### Ссылка для цитирования

Богданова М.В., Калеменова М.П., Психологические характеристики портрета муниципального служащего. *Психологические исследования*. 2022. Т. 15, № 85. С. 6. URL: <https://psystudy.ru>

Адрес статьи: <https://doi.org/10.54359/ps.v15i85.1277>

Богданова М.В.<sup>1</sup>, Калеменова М.П.<sup>1</sup> Психологические характеристики портрета муниципального служащего

***Bogdanova M.V.<sup>1</sup>, Kalemeneva M.P.<sup>1</sup> Psychological characteristics of the portrait of a municipal employee***

<sup>1</sup> Tyumen State University, Tyumen, Russia

The current study is focused on the citizens' perception of different types of officials. Different approaches to and issues of studying reputation in municipal and public service are outlined. The study sample included 20 participants aged 30 to 45 years who has ever contacted a municipal or public official for help or advice. Data was analyzed with the use of repertory grids. First stage of the study comprised the definition of 9 types of officials by experts. Further, the study participants were asked to identify each of the officials, compare them and assign similarities and differences between them. Analysis of the data obtained demonstrated that participants tend to ascribe certain types of officials with positive features, whereas others – with negative ones. At the same time, certain types of officials were marked with contrary features. Results of the study showed that when judging on the types of officials, people tend to rely on both personal and professional features of the officials. These results thus can contribute to the development of the municipal officers' business reputation.

**Keywords:** municipal employee, reputation, society, psychological characteristics, repertory grids, content analysis

## References

Belevskaya E.S. Reputatsiya kak sotsiokul'turnye fenomen: mekhanizmy i vzaimovliyanie kul'tury i reputatsii. In.: *Napravleniya modernizatsii sovremennogo innovatsionnogo obshchestva: ekonomika, sotsiologiya, filosofiya, politika, pravo: Proceedings of the International Conference, Saratov, 2015.* pp. 37–40. (in Russian)

Dorokhova M.S. Sotsial'no-psikhologicheskii mekhanizm formirovaniya reputatsii v usloviyakh rynochnykh otnoshenii. Extended abstract of PhD dissertation (Psychology), Moscow, 2009. (in Russian)

Ivanov I.D. Imidzh munitsipal'nogo sluzhashchego: ponyatie i osnovnye faktory, vliyayushchie na ego formirovanie. In: *Aktual'nye problemy gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya v usloviyakh globalizatsionnykh protsessov v mire: Proceedings of the International Conference, Moscow, 2015.* pp. 163–165. (in Russian)

Kharlamov I.G. Formirovanie reputatsii v politike i biznese. Extended abstract of PhD dissertation (Political science), Moscow, 2009. (in Russian)

Богданова М.В., Калеменева М.П. Психологические характеристики портрета...

Luoma-aho V. Neutral reputation and public sector organizations. *Corporate Reputation Review*, 2007, 10(2), 124–143.

Perevozkin S.B., Perevozkina Yu.M., Andronnikova O.O. *Kachestvennye i kolichestvennye metody v psikhologo-pedagogicheskikh issledovaniyakh: uchebnoe posobie*. Novosibirsk, 2014. (in Russian)

Schreiber E.S. *Reputation*. Institute for Public Relations, 2011. <https://instituteforpr.org/reputation>

Shepel' V.M. *Chelovekovedcheskaya kompetentnost' menedzhera. Upravlencheskaya antropologiya dlya menedzherov*. Moskva: Narodnoe obrazovanie, 1999. (in Russian)

Shestopal E.B. *Obraz vlasti v Rossii: zhelaniya i real'nost' (Politiko-psikhologicheskii analiz)*. POLIS: Politicheskie issledovaniya, 1995, 8, 86–97. (in Russian)

Trubetskoi A.Yu. *Psikhologicheskaya model' reputatsii v sisteme politicheskikh kommunikatsii*. *Mir psikhologii*, 2006, 2, 263–270. (in Russian)

Wæraas A., Maor M. *Organizational Reputation in the Public Sector*. London: Routledge, 2014.

Yurkova I.G. *Sub"ektivnye predstavleniya lichnosti kak faktor professional'noi samorealizatsii. Chelovek. Soobshchestvo. Upravlenie*, 2006, 3, 106–117.

### Information about authors

Bogdanova M.V. Ph.D. in Psychology, Associate Professor, Department of General and Social Psychology, Institute of Psychology and Pedagogy, Tyumen State University, ul. Passage of May 9, 5, 625000 Tyumen, Russia.

E-mail: [bogdanova-mv@yandex.ru](mailto:bogdanova-mv@yandex.ru)

Kalmeneva M.P. 3rd year postgraduate student Department of General and Social Psychology, Institute of Psychology and Pedagogy, Tyumen State University, ul. Passage of May 9, 5, 625000 Tyumen, Russia.

E-mail: [mary\\_kl@icloud.com](mailto:mary_kl@icloud.com)

### To cite this article

Богданова М.В., Калеменева М.П. Психологические характеристики портрета...  
Bogdanova M.V. Kalemeneva M.P. Psychological characteristics of the portrait of a municipal  
employee. Psikhologicheskie Issledovaniya, 2022, Vol. 15, No. 85, p. 6. <https://psystudy.ru>