

УДК 316.6

DOI: 10.18384/2310-7235-2021-4-107-116

## КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ЖЕНЩИН-РУКОВОДИТЕЛЕЙ

**Овсяник О. А., Фарбер А. В.**

*Московский государственный областной университет  
141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская  
Федерация*

### **Аннотация**

**Цель** данной работы заключается в выявлении типов ценностных ориентаций женщин-руководителей в России, Великобритании и Индии в зависимости от кросс-культурной группы и гендера.

**Процедура и методы.** Исследование проводилось на базе социальных сетей с ссылкой на "Google Forms". Выборку исследования составили женщины-руководители высшего звена, работающие в России, Великобритании и Индии, в количестве 270 респондентов (по 90 респондентов в каждой кросс-культурной группе). Были использованы методики «Полороловой опросник» (С. С. Бем) и «Ценностный опросник» (М. Рокич). Для определения значимости различий использовался Н-критерий Краскела-Уоллиса. Статистическая достоверность результатов считалась подтверждённой на уровне  $p < 0,05$ .

**Результаты и их обсуждение.** В ходе работы были выявлены типы ценностных ориентаций женщин-руководителей в России, Великобритании и Индии в зависимости от кросс-культурной группы и гендера. По полученным данным было установлено наличие достоверных различий в ценностных ориентациях женщин-руководителей с учётом влияния гендерного фактора в кросс-культурных группах России, Великобритании и Индии.

**Теоретическая и/или практическая значимость.** Результаты исследования вносят вклад в теорию кросс-культурной и гендерной социальной психологии.

**Ключевые слова:** гендер, женщина-руководитель, ценностные ориентации, кросс-культурные исследования

## CROSS-CULTURAL GENDER FEATURES OF VALUE ORIENTATIONS OF WOMEN-LEADERS

**O. Ovsyanik, A. Farber**

*Moscow Region State University  
ul. Very Voloshinoy 24, Mytichshi 141014, Moscow Region, Russian Federation*

### **Abstract**

**Aim.** The purpose of this work is to identify the types of value orientations of women leaders in Russia, Great Britain and India, depending on the cross-cultural group and gender.

**Methodology.** The research was conducted on the basis of social networks with a link to Google Forms. The sample of the study was composed of female senior executives, working in Russia, Great Britain and India, in the number of 270 respondents (90 respondents in each cross-cultural group). The methodology “Sex-role questionnaire” (S.S. Behm) and “Value questionnaire” (M. Rokich) were used. To determine the significance of the differences the Kruskal-Wallis H-test was used. The statistical significance of the results was considered confirmed at the level of  $p < 0.05$ .

**Results.** In the course of the work, the types of value orientations of women-leaders in Russia, Great Britain and India were identified depending on the cross-cultural group and gender. According to the data obtained, it was established that there were significant differences in the value orientations of women-leaders, taking into account the influence of the gender factor in the cross-cultural groups of Russia, Great Britain and India.

**Research implications.** The research results contribute to the theory of cross-cultural and gender social psychology.

**Keywords:** gender, female leader, value orientations, cross-cultural research

### Введение

Сегодня женщины руководители всё чаще возглавляют бизнес-структуры [12; 19]. И если это распространено в западных компаниях, то в восточных компаниях до сих пор возникают определённые культурные барьеры на пути международной торговли и занятости, которые в последнее время всё же уменьшаются. Следовательно, крайне важно, чтобы компании достигли более полного понимания ценностей, взглядов и поведения своих женщин-менеджеров высшего звена [21]. Для организаций во всём мире большое значение на современном этапе развития международного опыта в сфере занятости имеют опросы, становятся ли ценностные ориентации женщин-руководителей в разных странах похожими, зависят ли они от гендерного типа [18; 20], или кросс-культура всё же накладывает свой отпечаток на ценности женщин вне зависимости от гендера, определяющего особенности их социального поведения [3; 10; 14; 15]. Мы смогли найти единичные публикации современных исследо-

ваний, посвящённых этой проблеме. Например, обсуждая гендерные проблемы в Латинской Америке, Дж. С. Боргес и др. [5; 12] объясняют, что отсутствие понимания и осведомлённости о том, как женщины преуспевают в совершенно разных культурах, ставит корпорации в невыгодное положение в современное время глобализации. Несмотря на важность этой темы, в немногих исследованиях были изучены межкультурные сходства и различия по признаку гендера в типах ценностной ориентации [7; 8; 9]. Ещё в меньшей степени данное направление исследований касалось стран с достаточно разными культурами, например, России, Великобритании и Индии. Специфику культур этих стран можно увидеть в различных традициях, языке, артефактах и общепринятых в данных культурах женских ценностях.

### Краткий обзор исследований

Культура – это социализированный набор ценностей, установок и моделей поведения конкретного общества, организации, группы или подгруппы [2].

Согласно данным ранних источников, культура трактуется как «коллективное программирование разума; она проявляется не только в ценностях, но и более поверхностными способами: в символах, героях и ритуалах» [1]. Всё это влияет на процесс социальной адаптации в обществе: женщины, как и мужчины, социализируются для выполнения различных функций в обществе, при этом их установки и поведение становятся взаимосвязанными во время формирования у них системы ценностей, личностных особенностей представлений о культуре [6]. В ходе кросс-культурных исследований М. Мойсер [17] нашёл гендерные различия в ценностях между различными демографическими группами в Канаде. Е. Мёрфи и др. [11] исследовали половые различия и сходства менеджеров в США, Японии и Соединённом Королевстве, а также в Аргентине, Бразилии, Колумбии и Мексике, которые сравнивали с Филиппинами. С. Луо [16] изучал гендерные различия в межкультурных ценностях в США и Китае. О. А. Овсяник были [4; 5] изучены особенности социально-психологической адаптации женщин второго периода взрослости и восприятия личностных изменений гендерными группами женщин, проживающих в различных социальных условиях (на примере России и Австралии).

Основываясь на этом обзоре литературы, мы можем утверждать, что кросс-культурные ценности предполагают различные типы гипотез, которые могут быть сформулированы в более структурной перспективе с учётом гендера.

**Цель исследования:** установить особенности межкультурного сходства и различий по признаку гендера в типах ценностной ориентации

женщин-руководителей в России, Великобритании и Индии.

**Методы исследования.** Для проведения исследования использовалось психологическое тестирование. Исследование проводилось в режиме on-line с помощью сбора информации в течение 2019–2021 гг. по средством “Google Forms”. На основе полученных ответов выборку исследования составили женщины-руководители высшего звена (России, Великобритании и Индии) в количестве 270 респондентов (по 90 респондентов с каждой страны) с различным стажем профессиональной деятельности (от 2 до 20 лет).

С целью выявления социального пола (гендера) женщин была использована методика «Полоролевой опросник» С. С. Бема.

Для выявления ценностей использовали методику «Ценностный опросник» М. Рокича. Он состоит из ценностей, которыми, по мнению автора, будет обладать большинство обществ, и которыми можно будет пользоваться для того, чтобы изучить сходства и различия между культурами и большинством демографических подгрупп.

Полученные в процессе исследования данные подвергались количественному анализу с их последующим качественным обоснованием и обобщением. Статистическая обработка полученных эмпирических данных была проведена с помощью пакета программ статистической обработки данных “IBM SPSS Statistics 23. 0”. Для определения значимости различий использовался критерий установления значимых различий между тремя независимыми выборками: использовали Н-критерий Крускала-Уоллиса. Разницу между величинами считали

Таблица 1 / Table 1

**Гендерное распределение женщин-руководителей в кросс-культурных группах (n = 270), % / Gender distribution of women-leaders in cross-cultural groups (n = 270), %**

Страна	Полоролевой тип		
	Маскулинный	Феминный	Андрогинный
Россия	26,7	26,7	46,7
Великобритания	23,3	16,7	60,0
Индия	30,0	16,7	53,3

достоверной либо на уровне вероятности  $p < 0,05$ , либо на показателе ниже, чем был отмечен ранее.

### Результаты и их обсуждение

Обобщённые результаты тестирования женщин-руководителей в кросс-культурных группах согласно их распределению в зависимости от гендерного типа представлены в таблице 1.

Согласно полученным результатам опроса, большинство женщин-руководителей относятся к андрогинному полоролевому типу (53,3% всей выборки), из них 46,7% россиянок, 60% британок, 53,3% индианок. К маскулинному полоролевому типу относятся 26,7% женщин-руководителей всей выборки, из них 26,7% россиянок, 23,3% британок, 30% индианок. К феминному полоролевому типу относятся 20% женщин-руководителей всей выборки, из них 26,7% россиянок, 16,7% британок, 16,7% индианок. Можно отметить в выборке преобладание женщин-руководителей андрогинного полоролевого типа.

Мы стремились определить, были ли ценности более схожими или непохожими в кросс-культурных и гендерных группах женщин-руководителей (на примере России, Великобритании и Индии). Результаты изучения ценностных ориентаций в кросс-культурных и

гендерных группах женщин-руководителей представлены в таблице 2.

Интерпретируя полученные результаты тестирования, мы выявили статистически достоверное отличие в ранговом соотношении между женщинами-руководителями кросс-культурных групп по таким типам ценностей как:

– традиции с наивысшим рангом среди женщин-руководителей Индии (что объясняется самой культурой анализируемых стран) ( $h_{эмп} = 20,93$ ,  $P = 457$ );

– доброта с наименьшим её проявлением у индийских женщин-руководителей и с наивысшим рангом среди женщин-руководителей Великобритании ( $h_{эмп} = 37,2$ ,  $P = 321$ );

– гедонизм с наивысшим рангом среди женщин-руководителей Великобритании и наименее выраженным среди женщин-руководителей Индии (что также можно связать с самой культурой анализируемых стран) ( $h_{эмп} = 28,44$ ,  $P = -3,83$ ).

Тем не менее наибольшие отличия характеризуют гендерные группы женщин-руководителей, на что не оказывает существенного влияния страна их проживания. Так, наблюдается статистически достоверное различие в ранговом соотношении между женщинами-руководителями гендерных групп,

Таблица 2 / Table 2.

**Ценностные ориентации женщин-руководителей различных кросс-культурных и гендерных групп (n=270), ранг / Value orientations of women-leaders of various cross-cultural and gender groups (n = 270), rank**

\* **hэмп** – H критерий Краскела-Уоллиса; \*\* **P** – уровень значимости

Шкала	Страна	Феминные	Маскулинные	Андрогинные	hэмп*	P**
Конформность	Россия	2	10	4	1,950	0,377
	Великобритания	2	10	3		
	Индия	3	10	5		
<b>hэмп</b>		<b>129,026</b>				
P		-3,970*				
Традиции	Россия	6	7	8	<b>20,93</b>	<b>457**</b>
	Великобритания	7	7	8		
	Индия	2	6	2		
<b>hэмп</b>		<b>12,494</b>				
P		0,00194*				
Доброта	Россия	1	8	2	<b>37,20</b>	<b>-321**</b>
	Великобритания	1	8	2		
	Индия	6	9	7		
<b>hэмп</b>		<b>87,07</b>				
P		-7,864*				
Универсализм	Россия	4	6	3	3,884	0,143
	Великобритания	3	6	4		
	Индия	1	7	8		
<b>hэмп</b>		68,944				
P		-3,184*				
Самостоятельность	Россия	7	4	6	1,485	0,476
	Великобритания	6	4	6		
	Индия	8	5	4		
<b>hэмп</b>		<b>55,734</b>				
P		-254*				
Стимуляция	Россия	5	9	7	1,642	0,440
	Великобритания	5	9	5		
	Индия	4	8	10		
<b>hэмп</b>		<b>95,577</b>				
P		-1,773*				
Гедонизм	Россия	9	5	10	<b>28,44</b>	<b>-3,828**</b>
	Великобритания	9	5	10		
	Индия	9	3	6		
<b>hэмп</b>		119,474				
P		-3,053*				
Достижения	Россия	3	2	1	3,557	0,169
	Великобритания	4	1	1		
	Индия	5	1	1		
<b>hэмп</b>		<b>65,751</b>				
P		-6,502*				
Власть	Россия	10	2	5	5,302	0,07
	Великобритания	10	1	7		
	Индия	10	2	3		
<b>hэмп</b>		<b>126,474</b>				

Шкала	Страна	Феминные	Маскулинные	Андрогинные	hэмп*	P**
P			-2,039*			
Безопасность	Россия	8	3	9	0,696	0,706
	Великобритания	8	2	9		
	Индия	7	4	9		
<b>hэмп</b>			<b>87,639</b>			
P			-9,775*			

*Примечание:* \* статистически значимые отличия между гендерными группами,

\*\* статистически значимые отличия между кросс-культурными группами.

например, по такому типу ценностей как конформность, которая стоит на первом месте в ранге их ценностей, тогда как для маскулинных женщин – на последнем десятом месте (hэмп=129,03, P= -3,97). Наблюдаемые гендерные различия в конформности имеют социальные объяснения: феминные женщины социализированы, чтобы больше заботиться о желаниях других, чем маскулинные. Данная категория женщин, скорее всего, будут стоять на своём, действовать независимо и отказываться подчиняться, в то время как феминные женщины с бо́льшей вероятностью будут подчиняться мнению других. Высокую значимость для феминных женщин-руководителей имеют также такие ценности, как доброта (hэмп= 87,07, P= -7,9) (у русских и британских женщин), универсализм (hэмп= 68,9, P= -3,18) и достижения (hэмп= 65,75, P= -6,5). Высокую значимость для маскулинных женщин-руководителей имеют такие ценности, как достижения (hэмп= 3,557, P= -0,169), власть (hэмп= 5,302, P= -0,07), гедонизм (hэмп= 119,47, P= -3,05) и безопасность (hэмп= 87,63, P= -9,77). Это подтверждает данные других исследований в ракурсе отличий гендерных групп. Так, например, Швартз и Рубель-Лифшитц [16] сообщали, что женщины с феминным типом гендера имеют более высокий уровень доброжелательности и

универсализма, тогда как представители маскулинного типа гендера имеют более высокий уровень управленческой деятельности, гедонизма и достижений.

Для женщин-руководителей андрогинного типа наиболее высокие ранги в настоящем исследовании имеют такие ценности как: достижение (наравне с маскулинными), доброта (кроме кросс-культурной группы Индии, где данная ценность занимает более низкий ранг) и конформность.

Наименее значимыми с точки зрения феминных женщин-руководителей являются такие ценности, как гедонизм и власть, с точки зрения маскулинных – конформность и доброта, с точки зрения андрогинных – безопасность и стабильность общества, отношений и самого себя.

### Заключение

Гендерные роли связаны с моделями поведения, которые в долгосрочной перспективе могут являться причиной различий в образе жизни. Гендерные роли и стереотипы усваиваются в раннем возрасте, а знакомство с традиционными гендерными ролями в обществе усиливает скрытые гендерные убеждения, среди которых – стереотипные черты, способности и роли. Мы рассмотрели типы ценностных ориентаций женщин-руководителей в России, Великобритании и Индии

в зависимости от кросс-культурной группы и гендера. Было установлено влияние гендерного фактора женщин-руководителей в кросс-культурных группах на ранговое распределение ценностных ориентаций: наблюдаются статистически достоверное различие в ранговом соотношении по традиции с наивысшим рангом среди женщин-руководителей Индии ( $h_{эмп} = 20,93$ ,  $P = 457$ ), доброта с наименьшим её проявлением у индийских женщин-руководителей и с наивысшим рангом среди женщин-руководителей Великобритании ( $h_{эмп} = 37,2$ ,  $P = 321$ ), а также гедонизм с наивысшим рангом среди женщин-руководителей Великобритании и наименее выраженным среди женщин-руководителей Индии ( $h_{эмп} = 28,44$ ,  $P = -3,83$ ). Тем не менее наибольшие отличия характеризуют

гендерные группы женщин-руководителей, на что не оказывает существенное влияние страна их проживания.

Соответствие женским ролям приводит женщин-руководителей к поведенческим моделям и привычкам образа жизни, связанным с женственностью, порождая важные различия между маскулинными и феминными женщинами с учётом страны их проживания. Кроме того, соответствие женским ролям было связано с такими характеристиками, как забота о других, худоба, сексуальная верность, пассивность и т. д., что существенно повлияло на самооценку женщин и карьерные устремления.

*Статья поступила  
в редакцию: 14.07.2021.*

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Аванесова Г. А., Купцова И. А. Коды культуры: понимание сущности, функциональная роль в культурной практике // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2015. № 4 (47). С. 28–37.
2. Батурина Н. В. Теории конструирования гендера как культурологического явления // Культура и цивилизация. 2017. Т. 7. № 6А. С. 216–221.
3. Лебедева М. В., Вербина Г. Г. Гендерные различия в ценностных ориентациях личности // Образование и право. 2019. № 8. С. 40–42.
4. Овсяник О. А. Адаптация для женщин второго периода взрослости // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 11 (33). С. 341–344.
5. Овсяник О. А. Социально-психологическая адаптация женщин второго периода взрослости: автореф. дис. ... док-ра психол. наук. М., 2013. 37 с.
6. Смирнова А. Ю. Личность в культуре и культура в личности // EurasiaScience: сборник статей XVII международной научно-практической конференции. Москва, 31 октября 2018 г. / под ред. С. В. Клыченкова. М.: Актуальность, 2018. С. 173–175.
7. Терещенко Н. Г. Ценности руководителей организации // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2016. Т. 5. № 2 (15). С. 268–271.
8. Шаймухаметова С. Ф. Ценностные ориентации и удовлетворённость качеством жизни женщин-руководителей // Современные исследования социальных проблем. 2017. Т. 8. № 12-2. С. 308–314.
9. Эймонт Д. А. Ценностные ориентации женщины-руководителя // Материалы Международной научно-технической конференции молодых учёных БГТУ им. В. Г. Шухова, Белгород, 01–20 мая 2016 г. / под ред. О. О. Баженовой. Белгород: Издательство Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова, 2016. С. 398–401.

10. Aleman J., Woods D. Value orientations from the review of world values to what extent are they comparable on an international scale? // *Comparative political studies*. 2016. № 49 (8). Pp. 1039–1067.
11. An exploration of private sector manager value orientations in Argentina, Brazil, Colombia, and Mexico as compared to the Philippines / E. Uy. A. Murphy, R. Greenwood, S. Monserrat, J. Ruiz-Gutierrez, N. Santos, M. Olivas-Lujan, S. Madero // *Materials of Academy of Management meeting*, 2011. San Antonio, Texas, 2011.
12. Borges J. C., Lapolli Ё. M. Amaral M. R. Woman and her historical concepts. // *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*. 2020. Т. 06. Vol. 09. Pp. 5–21.
13. Gender matters! Analyzing global cultural gender preferences for venues using social sensing / W. Mueller., T. H. Silva, J. M. Almeida, Loureiro A. F. // *EPJ Data Sci* (электронный научный журнал). 2017. № 6. URL: <https://epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds/s13688-017-0101-0> (дата обращения: 23.08.2021).
14. Lomazzi V., Israel S., Crespi I. Gender equality in Europe and the impact of the work-family balance policy on attitudes to gender roles // *Social Sciences*. 2019. № 8 (1), p. 24.
15. Lomazzi V., Seddig D. Attitude to gender roles in the program of international social research: interethnic comparability and connection with cultural values // *Cross-cultural studies*. 2020. № 54 (4). Pp. 398–431.
16. Luo S. Cross-cultural differences between American and Chinese college students on self-disclosure on social media [Электронный ресурс]. URL: <https://lib.dr.iastate.edu/etd/13968> (дата обращения: 23.08.2021).
17. Moiser M. Women and paid work. Women in Canada: Gender Statistics Report. [Электронный ресурс]. URL: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-503-x/2015001/article/14694-eng.htm> (дата обращения: 23.08.2021).
18. Rayyan M. Jordanian women's leadership styles in the lens of their masculinity-femininity value orientation // *Journal of Transnational Management* (электронный научный журнал). 2016. Vol. 21. Iss. 3. URL: <https://www.tandfonline.com> (дата обращения: 23.08.2021).
19. Schwartz S. H., Rubel-Lifschitz T. Cross-national variation in the size of sex differences in values: Effects of gender equality // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2009. № 97 (1). Pp. 171–185.
20. Tziner A., Shkoler O., Fein E. C. Examining the Effects of Cultural Value Orientations, Emotional Intelligence, and Motivational Orientations: How do LMX Mediation and Gender-Based Moderation Make a Difference? // *Frontiers in Psychology* (электронный научный журнал). 2020. № 11. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7643027/> (дата обращения: 23.08.2021).
21. Women's entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment / A. Bullough, U. Guelich, T. S. Manolova, L. Schjoedt // *Small Business Economics* (электронный научный журнал). 2020. № 1-12. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7794635/> (дата обращения: 23.08.2021).

## REFERENCES

1. Avanesova G. A., Kupcova I. A. [Codes of culture: understanding the essence, functional role in cultural practice]. In: *V mire nauki i iskusstva: voprosy filologii, iskusstvovedeniya i kul'turologii* [In the world of science and art: issues of philology, art history and cultural studies], 2015, no. 4 (47), pp. 28–37.
2. Baturina N. V. [Theories of gender construction as a cultural phenomenon]. In: *Kul'tura i civilizaciya* [Culture and civilization], 2017, vol. 7, no. 6A, pp. 216–221.



3. Lebedeva M. V., Verbina G. G. [Gender differences in the value orientations of the individual]. In: *Obrazovanie i pravo* [Education and law], 2019, no. 8, pp. 40–42.
4. Ovsyanik O. A. [Adaptation for women of the second period of adulthood]. In: *Social'no-ekonomicheskie yavleniya i processy* [Socio-economic phenomena and processes], 2011, no. 11 (33), pp. 341–344.
5. Ovsyanik O. A. *Social'no-psihologicheskaya adaptatsiya zhenshchin vtorogo perioda vzroslosti* [Socio-psychological adaptation of women in the second period of adulthood: abstract of Cand. Sci. thesis in Pedagogical sciences]. Moscow, 2013. 37 p.
6. Smirnova A. Yu. [Personality in culture and culture in personality]. In: Klychenkov S. V., ed. *EurasiaScience: sbornik statej XVII mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Moskva, 31 oktyabrya 2018 g.* [EurasiaScience: collection of articles of the XVII international scientific and practical conference. Moscow, October 31, 2018] Moscow, Aktual'nost' Publ., 2018, pp. 173–175.
7. Tereshchenko N. G. [Values of the leaders of the organization]. In: *Azimut nauchnyh issledovaniy: pedagogika i psihologiya* [Azimuth of scientific research: pedagogy and psychology], 2016, vol. 5, no. 2 (15), pp. 268–271.
8. Shajmuhametova S. F. [Value orientations and satisfaction with the quality of life of women-leaders]. In: *Sovremennye issledovaniya social'nyh problem* [Modern research of social problems], 2017, vol. 8, no. 12-2, pp. 308–314.
9. Eijmont D. A. [Value orientations of a woman-leader]. In: Bazhenova O. O., ed. *Mezhdunarodnaya nauchno-tekhnikeskaya konferenciya molodyh uchyonyh BGTU im. V. G. Shuhova. Belgorod, 01–20 maya 2016 g.* [International Scientific and Technical Conference of Young Scientists of BSTU n.a. V. G. Shukhov. Belgorod, May 01–20, 2016]. Belgorod: Publishing House of the Belgorod State Technological University, 2016, pp. 398–401.
10. Aleman J., Woods D. Value orientations from the review of world values to what extent are they comparable on an international scale? In: *Comparative political studies*, 2016, no. 49 (8), pp. 1039–1067.
11. Murphy E. Uy. A., Greenwood R., Monserrat S., Ruiz-Gutierrez J., Santos N., Olivas-Lujan M., Madero S. An exploration of private sector manager value orientations in Argentina, Brazil, Colombia, and Mexico as compared to the Philippines / E. Uy. A. Murphy, R. Greenwood, S. Monserrat, J. Ruiz-Gutierrez, N. Santos, M. Olivas-Lujan, S. Madero / Materials of Academy of Management meeting, 2011. San Antonio, Texas, 2011.
12. Borges J. C., Lapolli Y. M., Amaral M. R. Woman and her historical concepts. In: *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, 2020, no 6, vol. 9, pp. 5–21.
13. Mueller. W, Silva T. H, Almeida J. M., Loureiro A. F. Gender matters! Analyzing global cultural gender preferences for venues using social sensing. In: *EPJ Data Sci* (electronic scientific journal), 2017, no. 6. URL: <https://epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds/s13688-017-0101-0> (accessed: 23.08.2021).
14. Lomazzi V., Israel S., Crespi I. Gender equality in Europe and the impact of the work-family balance policy on attitudes to gender roles. In: *Social Sciences*, 2019, no. 8 (1), p. 24.
15. Lomazzi V., Seddig D. Attitude to gender roles in the program of international social research: interethnic comparability and connection with cultural values. In: *Cross-cultural studies*, 2020, no. 54 (4), pp. 398–431.
16. Luo S. *Cross-cultural differences between American and Chinese college students on self-disclosure on social media*. Available at: <https://lib.dr.iastate.edu/etd/13968> (accessed: 23.08.2021).
17. Moiser M. *Women and paid work. Women in Canada: Gender Statistics Report*. Available at: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-503-x/2015001/article/14694-eng.htm> (accessed: 23.08.2021).

18. Rayyan M. Jordanian women's leadership styles in the lens of their masculinity-femininity value orientation. In: *Journal of Transnational Management* (electronic scientific journal), 2016, vol.21, no. 3. URL: <https://www.tandfonline.com> (accessed: 23.08.2021).
19. Schwartz S. H., Rubel-Lifschitz T. Cross-national variation in the size of sex differences in values: Effects of gender equality. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 2009, no. 97 (1), pp. 171–185.
20. Tziner A., Shkoler O., Fein E. C. Examining the Effects of Cultural Value Orientations, Emotional Intelligence, and Motivational Orientations: How do LMX Mediation and Gender-Based Moderation Make a Difference? In: *Frontiers in Psychology* (electronic scientific journal), 2020, no. 11. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7643027/> (accessed: 23.08.2021).
21. Bullough A., Guelich U., Manolova T. S., Schjoedt L. Women's entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment. In: *Small Business Economics* (electronic scientific journal), 2020, no. 1-12. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7794635/> (accessed: 23.08.2021).

---

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Овсяник Ольга Александровна – доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры социальной психологии Московского государственного областного университета; e-mail: [ovsianik@mail.ru](mailto:ovsianik@mail.ru); ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0274-1702>

Фарбер Анастасия Валерьевна – аспирантка 4 курса кафедры социальной психологии Московского государственного областного университета; e-mail: [acia@mail.ru](mailto:acia@mail.ru); ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3415-7570>

### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Olga A. Ovsyanik – Dr. Sci. (Psychology), Assoc. Prof., Prof. of the Department of Social Psychology, Moscow Region State University; e-mail: [ovsianik@mail.ru](mailto:ovsianik@mail.ru); ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0274-1702>

Anastasia V. Farber – Postgraduate Student, Department of Social Psychology, Moscow State Regional University; e-mail: [acia@mail.ru](mailto:acia@mail.ru); ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3415-7570>

---

### ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Овсяник О. А., Фарбер А. В. Кросс-культурные гендерные особенности ценностных ориентаций женщин-руководителей // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2021. № 4. С. 107–116. DOI: 10.18384/2310-7235-2021-4-107-116

### FOR CITATION

Ovsyanik O. A., Farber A. V. Cross-cultural gender features of value orientations of women-leaders. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Psychological Sciences*, 2021, no. 4, pp. 107–116. DOI: 10.18384/2310-7235-2021-4-107-116