

С. В. Иода (Барнаул)

ПРОБЛЕМА ЛИДЕРСТВА В СОЦИАЛЬНОЙ ГРУППЕ

Научный руководитель — Е. А. Попов

Интерес к такому феномену, как лидерство, возник еще в глубокой древности. Проблема лидерства считается одной из главных в социальной психологии, а также социальной философии еще со времен античности. Многие ученые на протяжении столетий пытались исследовать данную проблематику.

Лидерство существует везде — в больших и малых организациях, в бизнесе, в различных неформальных организациях и массовых демонстрациях. Для того чтобы существовало лидерство, необходимо наличие групп, и везде, где возникают группы, появляется лидерство. Вероятно, это связано в первую очередь с тем, что в процессе формирования какой-то определенной социальной группы некоторые ее участники начинают играть более активную роль, чем другие, пытаются все взять в свои руки, направить деятельность членов группы в нужное русло. К таким людям начинают прислушиваться, относиться с большим уважением, т. е. они приобретают доминирующее положение в данном объединении.

Так как лидерство встречается везде, где есть устойчивое объединение людей, то актуальность изучения лидерства обусловлена, во-первых, тем, что на данный момент существует огромное множество различных социальных групп и организаций, и просто необходимо изучать, как явление лидерства влияет на взаимоотношения между участниками внутри группы. Во-вторых, некоторые сферы лидерства остаются недостаточно разработанными и исследованными. Это, конечно же, является большим упущением, так как большинство профессий в настоящее время требует той или иной степени проявления лидерства, и именно поэтому данная проблематика очень важна для изучения.

Проблема лидерства достаточно изучена прежде всего в трудах зарубежных авторов. Они более детально и систематично исследовали проблему лидерства, так как история изучения начинается со времен формирования великих империй и государств, таких как Древняя Греция и Рим.

Углубленному и крупномасштабному изучению проблема лидерства подверглась в конце XIX — начале XX столетия. Работы итальянского ученого С. Сигеле и французских социологов Г. Тарда и Г. Лебона знаменуют расцвет описательного периода лидерства. Главное качество, согласно Г. Тарду, которым должен обладать герой, чтобы

воздействовать на толпу, — это обаяние. С его помощью он очаровывает толпу, гипнотизирует ее, используя ее стремление подражать герою и быть похожим на него [1]. Стоит отметить, что с помощью обаяния человек действительно способен добиться от группы признания, так как он использует не какие-либо методы принуждения и насилия, чтобы люди пошли за ним, а пытается притянуть к себе толпу харизматичностью и иными индивидуальными качествами.

Находясь под большим влиянием Г. Тарда, С. Сигеле подчеркивал, что наиболее одаренные личности увлекают за собой большинство и предписывают ему свою волю. Чтобы влиять на толпу, герой должен обладать следующими качествами: умом, смелостью, знанием жизни, лучше других олицетворять идею, но главное — обладать даром внушения. Еще больше подчеркивал роль толпы в процессе выдвижения героя Г. Лебон. Хотя толпа пользуется достижениями великих людей, она не любит явного превосходства над собой, как не любит и особых новшеств, и требует от героя быть сильным (вплоть до насилия) и воплощать ее мечтания [2, с. 54]. Действительно, ни один человек не захочет, чтобы им манипулировали и заставляли делать то, чего он делать не желает. Поэтому общество принимает на «пост» лидера только таких людей, которые дают ему ощущение собственной власти, но при этом власть все же остается за лидером.

Проблема лидерства исследовалась многими отечественными и зарубежными учеными (Н. К. Михайловский (1906–1914), А. Ф. Лазурский (1925), В. М. Бехтерев (1928), М. Вебер (1990) и др.). В XXI в. лидерство изучают во многих европейских странах: во Франции (Ж. Фрейли, Г. Джохэннорт), в Германии (Ф. Кемпс, М. Келбер), в Польше (К. Ройан) и многих других.

Лидерство существует везде, где есть коллективная деятельность и организация. Лидеры нужны для определения целей и задач, для координации, для выбора наиболее эффективных путей решения тех или иных проблем.

Понятие лидерства широко распространено в различных науках о человеке и обществе, но для тематики данной работы актуально рассмотрение этого феномена именно с точки зрения социологической науки. Отрасль социологии, изучающая закономерности построения, функционирования, развития и постоянной деятельности лидеров различных уровней во всей сложности и многообразии общественных структур и социальных процессов, называется социология лидерства [3, с. 11].

Существует огромное множество определений понятия «лидер», так как различные авторы теорий лидерства трактовали этот фено-

мен, исходя из своего опыта, знаний и взглядов. По мнению К. В. Сельченко, лидерство — это многоаспектное социальное явление. Трудно дать общее определение лидерства. Это объясняется тем, что лидерство проявляется везде и всегда, где группе людей приходится решать какие-либо проблемы, затрагивающие интересы всех или большинства ее членов [4, с. 12]. И. В. Котляров дает собственное определение понятию «лидер». По его мнению, лидер — это социальный субъект, который благодаря своим ярко выраженным личностным качествам и волевым компонентам, профессионализму и моральному авторитету, чувствительности к ситуации и гибкости в поведении, ценностным ориентациям и стремлению быть полезным с точки зрения группового интереса оказывает постоянное и эффективное влияние на деятельность группы, пользуется активной поддержкой ее членов, признается ими в качестве ведущего, ответственен перед ними и при помощи различных мотивационных факторов способен повести за собой в наиболее сложных ситуациях [5, с. 18].

При определении лидерства необходимо учитывать и тот факт, что у человека, занимающего в рамках группы лидерские позиции, должно быть желание того, чтобы группа шла за ним. Если человек — лидер, то он знает, куда ведет свою группу, и группа должна ему доверять, а если не будет доверия, то внутри коллектива будет хаос. Б. Д. Парыгин, анализируя лидерство в социальных группах, выделяет его как феномен «... воздействия или влияния индивида на мнения, оценки, отношения и поведение группы в целом или отдельных ее членов» [6, с. 112]. Иными словами, лидер должен быть образцом для подражания, неким «эталонном», чтобы к нему тянулись окружающие его люди. Индивид должен обладать такими качествами, которые будут полезны для группы в целом и смогут направить деятельность ее членов в нужном направлении, сделать их работу наиболее продуктивной. В противном случае попытки лидера воздействовать на коллектив, пытаться внушить ему свою точку зрения окажутся безуспешными.

В той же мере, в какой лидер обладает приоритетом в своем влиянии на других членов группы, он несет ответственность за них. Именно по этой причине лидер должен вести себя в кругу коллектива таким образом, чтобы к нему прислушивались и признавали его решения, основываясь на его авторитете. Человек, который использует силу и против воли группы пытается подчинить ее себе, не является лидером.

Что касается функций лидерства, то тут довольно широкий спектр классификаций. Одной из важнейших функций лидера является объединение людей под общей целью, определение базовых ценностей

группы. Лидер должен согласовывать интересы членов группы, создавать прочные связи внутри нее. Также лидеру следует оправдывать ожидания тех, кого он ведет за собой. У членов группы может быть общее установившееся мнение относительно того, как должен вести себя лидер и какие функции он должен выполнять. И они будут выбирать и удерживать только таких лидеров, которые соответствуют их ожиданиям.

В зависимости от характера лидерства, функций, реализуемых лидером в группе или организации, и многих других факторов выделяют целое множество типологий лидерства. Широко распространена типология М. Вебера. По его мнению, лидерство является определенным типом господства, а точнее — связано с типичными для него притязаниями на господство. Вебер выделяет три «чистых» типа господства: рациональный тип, основанный на вере в легальность порядков, установленных конвенциональным путем; традиционный тип, базирующийся на повседневной вере в священность и незабываемость традиций; харизматический тип, ориентированный на героя и образцовый характер его поведения [7, с. 34].

В психологии приняты различные классификации лидеров: 1) по содержанию деятельности (лидер-вдохновитель и лидер-исполнитель); 2) по характеру деятельности (универсальный лидер и ситуативный лидер); 3) по направленности деятельности (эмоциональный лидер и деловой лидер) и т. д. [6, с. 114].

Лидерство — очень сложное и многогранное явление. Лидера характеризует целый набор качеств, функций, многообразие ролей. В целом от того, какой тип лидерства выберет для себя лидер, какие функции он будет выполнять в группе и насколько это все будет эффективно, зависит успешность этой самой группы и то, как быстро она достигнет поставленных целей и задач.

На основании данных опроса по теме «Лидерство», проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) 10 апреля 2018 г., большинство россиян (66%) считают, что быть лидером дано не каждому, для этого нужны определенные «врожденные» качества. Молодежь, напротив, чаще, чем старшее поколение, полагает, что лидерству можно научиться (46% среди 18–24-летних против 19% среди 60-летних и старше). В ТОП-3 народного рейтинга качеств успешного руководителя входят честность / открытость, целеустремленность и профессионализм.

Лидерство является одним из традиционных объектов социологии. В целом вопрос о влиянии лидера на социальную группу очень интересен и важен, но пока еще полностью не выяснен. Человек, желающий

стать лидером, должен обладать определенными качествами, которые в различных ситуациях должны быть разными. Лидер — первый, главный, за кем идут, на кого равняются, кто определяет поведение других. Лидером должен быть тот, кто направляет, сплачивает группу, тот, за кем не страшно следовать и кому не страшно довериться.

Библиографический список

1. Горбатов Д. С., Большаков С. Н. Феномен толпы в российской психолого-педагогической мысли конца XIX — начала XX в. // Знание. Понимание. Умение. 2015. № 3.
2. Бендас Т. В. Психология лидерства : уч. пособие. СПб., 2009.
3. Котляров И. В. Лидерство в историческом нарративе (социологический дискурс) // Социологический альманах. 2015. № 6.
4. Сельченко К. В. Психология лидерства : хрестоматия. М., 2004.
5. Котляров И. В. Социология лидерства: теоретические, методологические и аксиологические аспекты. Минск, 2013.
6. Шмаков Б. В. Лидерство в малых группах // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Серия: Экономика и менеджмент. 2013. № 4.
7. Мень М. А. Социальная типология лидерства (комплексный подход) // Социология власти. 2011. № 5.

А. Е. Кеняйкина (Барнаул)

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ И СМИ

Научный руководитель — О. Н. Замятина

Средства массовой информации в современном мире играют мощную роль в процессе формирования общественного сознания. В XXI в. вопросы, связанные с социальными и психологическими особенностями пола человека, стали особенно популярны. В связи с этим представляется актуальным научное осмысление способов и причин влияния СМИ на формирование представлений о тех или иных особенностях мужчин и женщин.

Нельзя сказать, что человек полностью свободен от стереотипов. Например, американский писатель Уолтер Липшман, автор оригинальной концепции общественного мнения, считал, что стереотип является необходимым инструментом для нашего сознания, так как помогает экономить энергию (так называемая функция «экономии мышления»). Эта экономия достигается за счет того, что сложная и запутанная реальность благодаря набору стереотипов превращается