

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 316.46

Л. Г. Почебут, Е. Н. Газогареева

Социальные представления о лидерстве

Изучены социальные представления о личности лидера в коллективе, его функциях и стилях взаимодействия. Обнаружены гендерные и статусные различия в социальных представлениях. Проанализированы различия и сходство социальных представлений, установок и стереотипов.

In the article social representations about the person of a leader in group, his functions, styles of interaction are studied. Also the gender and status distinctions in social representations of leadership have been revealed. Differences and similarities of social representations, attitudes and stereotypes have been analyzed.

Ключевые слова: социальные представления, лидерство, стиль лидерства, функции лидеров.

Key words: social representations, leadership, style of leadership, the leader's role, the leader's functions.

Актуальность исследования. Социальные представления все больше привлекают внимание социальных психологов. Представления возникают только в результате социального взаимодействия. Они составляют содержание сознания каждого человека, регулируют его поведение. Социальные представления наряду с ценностями, верованиями, групповыми настроениями и идеями являются основополагающими составляющими коллективного сознания. Предназначением коллективных представлений является сплочение людей, создание солидарности, аккумуляция энергии, необходимой для развития коллектива.

В настоящее время над теорией социальных представлений работают С. Московичи и его сотрудники. Они считают, что теория социальных представлений вскрывает глубинную природу психологии власти. Для того чтобы власть и влияние были признанными, группе необходимо создать коллективные представления, объединяющие людей, обеспечивающие существование в единстве, создающие общность. У людей должны быть единые согласованные представления о том, что такое совместная работа, как следует вести себя в коллективе, какими должны быть лидер и руководитель,

что является справедливым, истинным, порядочным. В социальных представлениях сосредоточена энергия коллектива, поскольку они являются силой, позволяющей преобразовать людей из пассивных членов группы в активных участников коллективных действий. Группы приходят в упадок, если разрушаются социальные представления [5].

Социальные представления являются способом осмысления и интерпретации окружающей действительности. Они лежат на границе между психологическим и социальным и отражают то, как люди воспринимают и понимают события своей жизни, информацию, которую они получают, от людей из далекого и близкого окружения. Социальные представления – это выработанное и разделяемое с другими людьми знание, которое складывается не только на основе личного опыта, но и на основе воспитания и общения с другими людьми. В то же время социальные представления являются специфической формой знания – это знание здравого смысла, разновидность практического мышления, направленного на общение, на понимание и освоение социального окружения [6, с. 372–377].

Проблема социальных представлений занимает важное место в европейской социальной психологии [9–12]. В российской социальной психологии ученые также начинают заниматься этой проблемой [1–3; 7].

Цель исследования состояла в изучении социальных представлений о личности лидера рабочей группы, его функциях и стилях поведения. Важно было определить совпадают ли социальные представления с данными научных исследований лидерства, то есть оправдывают ли лидеры в личностном и поведенческом аспектах социальные представления своих ведомых.

Задачи исследования:

- 1) провести сравнительный анализ социальных представлений женщин и мужчин о лидерстве;
- 2) провести сравнительный анализ социальных представлений руководителей и подчиненных о лидерстве;
- 3) установить взаимосвязь между социальными представлениями о стилях лидерства и личностными особенностями респондента;
- 4) изучить социальные представления о функциях лидера.

Гипотеза исследования

Предполагалось, что на социальные представления о лидере влияют качества самой личности респондента. Существуют гендерные и должностные различия в социальных представлениях о лидерстве.

Участники исследования. Объектом исследования послужили 60 чел. в возрасте от 22 до 56 лет (30 женщин и 30 мужчин). Выбор-

ка была осуществлена с учетом деления на две группы: 1) 30 респондентов являлись рядовыми сотрудниками сети магазинов для ремонта и строительства, они имели среднее или высшее образование; 2) 30 респондентов являлись сотрудниками той же сети магазинов, имели высшее образование и занимали руководящие должности. Исследование проводилось совместно с К.А. Марачевской [4].

Дизайн исследования. Результаты исследования были подвергнуты статистической обработке. Проведён корреляционный анализ с использованием коэффициента корреляции Пирсона, а также многофакторный дисперсионный анализ (ANOVA).

Методики исследования:

- 1) многофакторный личностный опросник Р. Кеттелла (форма С);
- 2) анкета, составленная для изучения социальных представлений о неформальном лидере в рабочей группе. Анкета состояла из четырех блоков. Первый блок включал качества неформального лидера, полученные нами в специальном исследовании на аналогичной выборке после проведения контент-анализа. Вторым блоком отражал направленность лидера: инструментальную и эмоциональную. Третьим блоком фиксировал ожидаемые стили лидерства. Четвертым блоком был посвящен функциям лидера. В каждом блоке респондентам предлагалось использовать семибалльную шкалу оценки.

Результаты исследования

Структура социальных представлений. Исследование состояло из двух этапов. На первом этапе изучались качества, которыми, на взгляд респондентов, должен обладать лидер. Все полученные качества были разделены по смыслу на 11 категорий и выделены наиболее часто встречающиеся: уверенность в себе, коммуникативные качества, ответственность, интеллект, целеустремленность, харизма, организаторские способности, эмпатия, самоконтроль, забота о людях, влияние. Таким образом, нами были получены социальные представления о личности лидера, основанные на опыте и здравом смысле респондентов.

На втором этапе исследования респондентов просили оценить каждое качество по степени важности. Анализ результатов показал следующее: наиболее часто респонденты отмечали такое качество, как уверенность в себе (26 % от числа всех отмеченных качеств). Для большинства респондентов важно, чтобы лидер был активным, смелым и решительным. Коммуникативные качества также высоко оценены испытуемыми (15 %). Важными оказались также такие качества, как ответственность (12 %), интеллект (10 %), целеустремленность (7 %), харизма (7 %), организаторские способности (6 %).

Респонденты хотели бы видеть лидером человека, активно решающего задачи которые стоят перед группой.

Различия в социальных представлениях мужчин и женщин. Обнаружены статистически значимые различия женщин и мужчин в социальных представлениях о качествах неформального лидера. Для мужчин более важно наличие харизмы ($r = .37, p \leq .01$), для женщин – способность к эмпатии ($r = .27, p \leq .05$). Статистически значимые различия в социальных представлениях женщин и мужчин обнаружены по такому качеству как целеустремленность ($p \leq .05$). Мужчинам более важно, чтобы неформальный лидер ставил цели и достигал их, женщинам важен эмоциональный контакт с лидером.

Социальные представления о лидере в зависимости от личностных качеств. Корреляционный анализ показал положительные статистически значимые взаимосвязи между фактором М: «практичность – мечтательность» по методике Р. Кеттелла и такими социальными представлениями о качествах лидера как эмпатия ($r = .3, p \leq .05$), харизма ($r = .31, p \leq .05$), забота о людях ($r = .34, p \leq .01$). Мечтательные люди с богатым воображением считают, что для лидера важно быть харизматичным, заботиться о людях и проявлять эмпатию.

Были обнаружены также положительные взаимосвязи между фактором М и следующими представлениями о функциях лидера. Практичные люди считают, что лидер должен исполнять функции организатора ($r = .63, p \leq .01$), эрудита ($r = .27, p \leq .05$), специалиста ($r = .37, p \leq .01$). Люди, для которых важным является решение конкретных практических задач, выбирают в лидеры человека со схожими качествами личности и функциями.

Сравнительный анализ социальных представлений о личности лидера между руководителями и подчиненными. Сопоставляя социальные представления непосредственных руководителей и их подчиненных, мы зафиксировали статистически значимые различия по восьми из 11 выделенных качеств. Для подчиненных важными качествами лидера являются: интеллект ($r = .37, p \leq .01$), уверенность в себе ($r = .38, p \leq .01$), забота о людях ($r = .41, p \leq .01$), влияние ($r = .35, p \leq .01$), организаторские способности ($r = .42, p \leq .01$), эмпатия ($r = .31, p \leq .05$). В социальных представлениях руководителей о личности лидера выделяются: ответственность ($r = .43, p \leq .01$), самоконтроль ($r = .32, p \leq .05$). Такие качества, как организаторские способности и влияние, оценены руководителями как менее значимые. Скорее всего, это связано с тем, что руководители считают, что хорошие организаторские способности не важны для лидеров, поскольку организационными вопросами должен заниматься руководитель.

В результате корреляционного анализа обнаружена положительная статистически значимая взаимосвязь между социальными представлениями об инструментальной направленности лидера и таким личностным фактором, как Н: «робость – смелость» ($r = .29$, $p \leq .05$). Смелые и активные люди предпочитают видеть в качестве неформального лидера человека с направленностью на решение поставленных перед группой задач.

Обнаружена положительная статистически значимая взаимосвязь между ожиданиями экспрессивной направленности лидера и фактором F: «сдержанность – экспрессивность» ($r = .27$, $p \leq .05$). Для экспрессивных, эмоционально ярких людей важна динамичность общения, они хотели бы видеть в качестве неформального лидера человека с направленностью на формирование благоприятных отношений в группе, социально-психологического единства.

Социальные представления о стиле лидерства. Обнаружены статистически значимые различия между подчиненными и руководителями в социальных представлениях о стилях лидерства: демократическим и либеральном ($p \leq .01$). Для подчиненных важно, чтобы лидер придерживался демократического стиля, вовлекал их в принятие решения и уважительно к ним относился. Руководители заинтересованы в том, чтобы лидер не вмешивался в процесс принятия решения, использовал либеральный стиль.

В ходе исследования были обнаружены статистически значимые отрицательные взаимосвязи между демократическим стилем лидерства и такими личностными факторами как E: «подчиненность – доминантность» ($r = -.26$, $p \leq .05$), L: «доверчивость – подозрительность» ($r = -.52$, $p \leq .01$), M: «практичность-мечтательность» ($r = -.43$, $p \leq .01$), I: «жесткость – чувствительность» ($r = -.27$, $p \leq .05$). Социальные представления о демократическом стиле лидера присущи зависимым, мягким людям. Уступчивые, уживчивые, покладистые люди хотели бы видеть в качестве неформального лидера человека, который проявлял бы демократический стиль, вовлекал бы всех членов группы в процесс принятия решения.

Выявлены статистически значимые взаимосвязи между социальными представлениями о либеральном стиле лидерства и личностными факторами, такими как MD: «самооценка» ($r = .43$, $p \leq .01$), В: «интеллект» ($r = .49$, $p \leq .01$), С: «эмоциональная стабильность» ($r = .33$, $p \leq .01$) L: «доверчивость» ($r = -.39$, $p \leq .01$), M: «мечтательность» ($r = .46$, $p \leq .01$), Q2: «конформизм» ($r = -.32$, $p \leq .05$). Подчиненные, не склонные к доверию, независимые, эмоционально стабильные, с высокой самооценкой, с развитым мышлением и богатым воображением хотели бы видеть в неформальном лидере человека, который демонстрировал бы либеральный стиль, не вме-

шивался в деятельность группы, а позволил бы членам группы действовать самостоятельно.

Таким образом, различия в социальных представлениях о либеральном демократическом стиле между подчиненными и руководителям вполне понятны. Руководители предпочитают либеральный стиль лидерства, подчиненные – демократический. Руководители не хотят, чтобы неформальные лидеры вмешивались в деятельность группы, предпочитают, чтобы они держались в стороне. Подчиненные же, напротив, ожидают встретить в лице лидера человека, понимающего их потребности и эмоциональные состояния.

Обнаружена отрицательная статистически значимая взаимосвязь между социальными представлениями об авторитарном стиле лидерства и фактором E: «подчинённость – доминантность» ($r = - .3$, $p \leq .05$). Уступчивые, покорные люди хотели бы видеть в качестве лидера человека, который придерживается авторитарного стиля. Такой лидер принимает решения самостоятельно, контролирует деятельность членов группы.

Социальные представления о функциях лидера. Респондентам был предложен перечень функций неформального лидера в группе, их попросили последовательно рассмотреть каждую функцию и оценить ее по степени важности. В результате исследования получены статистически значимые различия между подчиненными и руководителями в социальных представлениях о функциях неформального лидера, таких как: организатор ($p \leq .01$), генератор настроения ($p \leq .05$), эрудит ($p \leq .01$), эталон ($p \leq .01$), специалист ($p \leq .01$), политик ($p \leq .01$), представитель группы ($p \leq .01$), проводник мировоззрения ($p \leq .01$), мишень для агрессии ($p \leq .01$). Подчиненные ожидают от неформального лидера выполнения функций организатора, эрудита, эталона, специалиста, политика, представителя группы во внешней среде, проводника мировоззрения. В социальных представлениях подчиненных неформальный лидер должен выполнять функции, которые способствуют максимальной групповой идентичности последователей.

Руководители же считают, что для неформального лидера не обязательно выполнять различные организационные функции, направленные на консолидацию группы, это приоритет руководителя. Задача неформального лидера состоит в обеспечении функций генератора настроения и мишени для агрессии. Лидер, по их мнению, должен переключать агрессию членов группы с руководителя на себя. Таким образом, неформальные лидеры с точки зрения руководителей должны следить за эмоциональным настроением группы и при необходимости служить объектом для разрядки эмоционального напряжения членов группы.

Социальные представления о функциях лидера у мужчин и женщин в целом совпадают. Обнаружены значимые различия только по одной функции – «мишень для агрессии» ($p \leq .05$). Именно мужчины ожидают от неформальных лидеров активного исполнения этой функции.

Обнаружены положительные взаимосвязи между фактором В: «интеллект» и следующими представлениями о функциях лидерства: организатор ($r = .45, p \leq .05$), эрудит ($r = .35, p \leq .05$), специалист ($r = .37, p \leq .05$). Отрицательная связь обнаружена между уровнем интеллекта респондента и его представлением о лидере, как об эталоне ($r = -.36, p \leq .01$). Практичные, ориентированные на внешнюю реальность люди хотели бы видеть в лидере человека с высоким уровнем эрудированности, целеустремлённого, специалиста в своей сфере деятельности и хорошего организатора. Такие люди представляют в качестве лидера человека, обладающего такими же качествами, как и они.

Обсуждение результатов

Социальные представления, являясь новой проблемой социальной психологии, до сих пор не полностью вписаны в систему психологических понятий. До настоящего времени продолжается дискуссия о соотношении социальных представлений с установками и стереотипами восприятия и поведения.

Теоретический и эмпирический анализ позволяет утверждать, что различия между социальными представлениями и установками проявляются в следующем:

1) социальные представления, являясь знанием здравого смысла, обыденным знанием, составляют когнитивный компонент установки. Социальная установка включает эмоциональный, когнитивный и оценочный компоненты и регулирует поведение личности. Социальные представления как стабильные, часто неизменные элементы коллективного сознания вкраплены в установки. Эта стабильность социальных представлений позволяет и установкам зачастую сохранять свою устойчивость, не меняясь под воздействием ситуации, других людей и пр. Таким образом, социальные представления составляют залог устойчивости установок;

2) различия между социальными представлениями и установками состоят в источнике их происхождения. Установки возникают как диспозиционная личностная структура под влиянием актуальной потребности и оценки предметной или социальной ситуации, в которой эта потребность может быть удовлетворена [8]. Со-

циальные представления появляются как результат межличностного взаимодействия, в процессе общения людей или под влиянием средств массовой информации. Таким образом, установка – это ментальная структура, присущая одному человеку. Когда же данная установка охватывает множество людей, она становится социальным представлением;

3) предназначение социальных представлений и установок также различно. Установка представляет собой готовность к деятельности и призвана регулировать поведение. В социальных представлениях сосредоточена энергия установок, они определяют активность готовности к деятельности, способность реализовать свои установки. Например, если установка человека противоречит общепринятым социальным представлениям, то в таком случае социальные представления могут гасить установку, снижать энергию ее реализации. Напротив, если же установка соответствует общепринятым социальным представлениям, то энергия, предназначенная для готовности к деятельности, возрастает.

Стереотипы восприятия формируются при условии недостаточности знаний об объекте. Этим они отличаются от социальных представлений, которые основаны на достаточных знаниях об объекте. Стереотипы характеризуются привычкой, автоматическим поведением. Социальные представления описываются скорее как ожидания определенного поведения от других людей и себя самого. Стереотипы интерпретации поведения могут возникать при ошибках атрибуции – фундаментальной и предельной. Фундаментальную ошибку атрибуции человек совершает, когда стремится объяснить поведение другого человека, опираясь на диспозиционные факторы, не учитывая ситуацию. Предельная ошибка возникает в том случае, когда человек объясняет поведение другого за счет его принадлежности к аутгруппе – этнической, профессиональной и пр. Социальные представления в этом отношении схожи со стереотипами интерпретации поведения, поскольку в них могут быть также заложены ошибки атрибуции.

Проведенное исследование дает более развернутое понимание составляющих социальных представлений. По нашему мнению, социальные представления включают в себя три основных элемента:

1) знание о существенных качествах объекта. Социальные представления, разделяемые большинством членов сообщества, дают концентрированный образ объекта. Это сгусток его качеств. Безусловно, знание об объекте включает в себя ядро (уровень со-

гласия членов группы по поводу важности данной характеристики объекта представлений и оценка данной характеристики для идентификации объекта) и периферийные элементы, которые придают социальному представлению разнообразие, объемность в отличие от схематичности социального стереотипа;

2) оценка значимости объекта со стороны субъекта социального представления. Соответственно, объект может иметь первостепенное или второстепенное значение для субъекта. В случае первостепенного значения ядро социального представления является более выраженным и согласованным, а ожидание определенного поведения более напряженным;

3) ожидание определенного поведения от объекта социального представления и требование к собственному поведению. Ожидание определенного поведения от объекта основано на оценке пользы или вреда, которые объект может принести субъекту социального представления.

Выводы

1. Проведенное исследование выявило различия и сходство между социальными представлениями, установками и стереотипами. Так, социальные представления в сравнении с установками являются более устойчивыми ментальными образованиями, глубже укоренены в коллективное бессознательное, аккумулируют энергию, необходимую для готовности к деятельности, дают общности чувство единства и сплоченности. Социальные представления отличаются от стереотипов разнообразием и глубиной знаний об объекте. Схожесть социальных представлений и стереотипов основана на феномене атрибуции.

2. Определены психологические составляющие социальных представлений: знание существенных качеств объекта; оценка значимости объекта; ожидание определенного поведения.

3. Для большинства респондентов важно, чтобы лидер был активным, смелым, уверенным и решительным. Высоко оценены коммуникативные качества, умение убеждать и ораторские способности. Полученные данные говорят о том, что респонденты хотели бы видеть в лидере ответственного, целеустремленного и харизматичного человека с высоким уровнем интеллекта и организаторских способностей.

4. Социальные представления о лидерстве складываются из теоретических и обыденных идей и мнений. Теория и исследование лидерства начинались с идеи о том, что эффективным лидерам присуща совокупность определенных, универсальных психологиче-

ских черт, обеспечивающих им успех в любой группе и в любой ситуации. Эта теория продолжает оказывать влияние на формирование социальных представлений о лидерстве. Личностные качества лидера важны, прежде всего, потому, что влияют на восприятия тех, кого нужно вести за собой. Эти восприятия формируют готовность идти за лидером и реакции на поведение лидера. Широко распространенная приверженность стереотипам, касающимся внешности и поведения «настоящего лидера», делает неизбежным заключение, что люди, наиболее полно отвечающие этим представлениям (или обладающие таинственным качеством, называемым харизмой), имеют все шансы стать эффективными лидерами. Представление о том, что личностные характеристики человека играют важную роль в оценке другими людьми его соответствия роли лидера, на практике редко напрямую влияет на подбор руководителей в организациях.

5. Обнаружены различия в социальных представлениях о лидерстве между руководителями и подчиненными. В социальных представлениях женщин больший акцент делается на важность эмоций, психологический климат в группе. Женщины хотели бы видеть в качестве неформального лидера человека, обладающего эмоциональной отзывчивостью. Мужчины ожидают увидеть в неформальном лидере человека с инструментальной направленностью, решительно, целеустремленно и быстро решающего поставленные перед группой задачи.

6. Социальные представления о неформальном лидере связаны с личностными особенностями респондентов. Была выявлена взаимосвязь социальных представлений о неформальном лидере, прежде всего, с коммуникативной и эмоциональной сферой. Определены две тенденции. Первая тенденция – социальные представления связаны с личностными особенностями по принципу подобия, например, экспрессивные и эмоциональные люди хотели бы видеть в лидере человека, который бы регулировал эмоциональное состояние группы. Вторая тенденция – социальные представления формируются по принципу компенсации, например, неорганизованные люди представляют в качестве лидера человека, который бы организовывал их деятельность и распределял обязанности.

7. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что все социальные представления личностно детерминированы, но степень их связи с личностными качествами различна. Социальные представления отличаются по индивидуально-психологическим, гендерным и функционально-ролевым характеристикам.

Список литературы

1. Бовина И.Б. Теория социальных представлений: история и современное развитие // Социолог. журн. – 2010. – № 3. – С. 5–20.
2. Гулевич О.А. Социальные представления о преступлениях в межличностной и массовой коммуникациях // Вопр. психологии. – № 4. – 2001. – С. 53–67.
3. Емельянова Т.П. Социальные представления – понятие и концепция: итоги последнего десятилетия // Психолог. журн. – 2001. – Т. 22. – № 6. – С. 39–47.
4. Марачевская К.А. Представления о неформальном лидере в различных группах. Дипломная работа. – СПб., 2012.
5. Московичи С. Социальные представления: исторический взгляд // Психолог. журн. – Т. 16. – 1995. – № 1. – С. 3–19; – Т. 16. – 1995. – № 2. – С. 3–15.
6. Московичи С., Жодле Д. Социальное представление: феномены, концепт и теория // Соц. психология / под ред. С. Московичи. – СПб.: Питер, 2007. – С. 372–394.
7. Почебут Л.Г. Социальные общности. Психология толпы, социума, этноса. – СПб.: Изд-во СПбУ, 2005.
8. Ядов В.А. Диспозиционная концепция личности // Соц. психология / под ред. Е.С. Кузьмина, В.Е. Семенова. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1979.
9. Abric J.C. Processes of Social Representations // Paper on social representations. – 1996. – Vol. 5. – P. 77–113.
10. Bangerter A., Lehmann K. Serial reproduction as method for studying social representations // Papers on social representations. – 1997. – Vol. 6. – P. 141–154.
11. Moscovici S. Notes toward a description of social representations // European Journal of Social Psychology. – 1988. – Vol. 3. – P. 211–250.
12. Moscovici S. The phenomenon of social representations // Social Representations / R.M. Farr & S. Moscovici (eds.). Cambridge: Cambridge University Press. – 1984. – P. 3–70.