НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»

Направление 37.04.01 *(код)* **Кафедра** ЭО *(аббревиатура)*

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему **ИССЛЕДОВАНИЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВУ ЖЕНЩИН-РУКОВОДИТЕЛЕЙ**

Обучающийся **Осканова Луиза Джабраиловна** (Ф.И.О. полностью) _____ подпись

Руководитель _____ (Ф.И.О. полностью) _____ подпись

Рецензент _____ (Ф.И.О. полностью) _____ подпись

МОСКВА 2022 г.

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Направление подготовки *Психология*

Профиль *Организационная психология*

КОНЦЕПЦИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Обучающийся *Осканова Луиза Джабраиловна*

1. Тема ВКР *Исследование лидерских качеств у женщин-руководителей*

2. Срок сдачи магистрантом законченной ВКР «____» _____ 20___ г.

3. Исходные данные по ВКР труды ведущих отечественных и зарубежных специалистов, раскрывающие психологические характеристики имиджа современных лидеров, теоретико-методологические и методические основы прикладных исследований лидерских качеств женщин; результаты тестирования по выбранным методикам.

4. Обоснование актуальности темы

Одни из главных проблем любого социума, волнующие его с момента возникновения, – связанные между собой проблемы доминирования и подчинения, власти и лидерства. Центральной из них является проблема лидерства. Она волновала и волнует исследователей от античных мыслителей (Аристотеля, Геродота, Платона, Плутарха) до современных философов, социологов, политологов, историков и психологов. Это позволяет говорить о ее междисциплинарности.

В западной научной мысли преобладает психологический подход к ее рассмотрению. О ее актуальности свидетельствует большое количество различных теорий лидерства, его определений и исследователей, занимающихся данной проблематикой, как за рубежом, так и на постсоветском пространстве. Один из исследователей лидерства Шейкелтон (1995) отмечал, что только за последние пятьдесят лет было предложено более 65 систем классификаций определения лидерства. Как считает Г. Оллпорт (Gordon Willard Allport), для характеристики лидера можно использовать почти каждое из 17 тысяч определений, используемых в английском языке для описания человека. М.Г. Ярошевский (1978) выделяет отдельную область психологии под названием «лидерология».

На всех этапах становления и развития социума остро стояла и стоит проблема соотношения роли личности и масс в истории, «героя и толпы». С момента объединения первобытного человека в группу, в первую очередь для того, чтобы выжить в окружающем его мире, остро встал вопрос о том, кто возглавит группу, кто будет координировать и управлять этой борьбой за выживание.

Таким субъектом становится вождь племени – лидер. Лидерство, доминирование и подчинение обусловлены, с одной стороны, иерархической структурой любой организованной системы, будь это стая приматов (вожак стаи, альфасамец), или человеческое сообщество (лидер, вождь, отец нации, отец народов….), а с другой, является ее основным

условием (признаком), одновременно выступая механизмом сохранения этой системы.

Раньше в роли руководителей всегда выступали мужчины, т.к. женщины имели ограниченные права. Но сейчас все меняется: женщины как и мужчины работают, зарабатывают деньги (иногда даже больше мужчин), имеют те же права, водят автомобиль и т.д., что заставляет задуматься – действительно ли роль лидера присуща только мужской половине человечества? Возможно, лидерскими способностями может обладать и женщина, хоть это и разрушает сложившийся исключительный образ мужчины-босса.

5. Цель исследования

Теоретическое обоснование и эмпирическое исследование лидерских качеств у женщин-руководителей, а так же разработка рекомендаций по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин- руководителей в рамках организации.

6. Задачи исследования

6.1. изучить явление лидерства в отечественных и зарубежных исследованиях;
6.2. выделить особенности формирования и проявления лидерский качества у женщин-руководителей;
6.3. рассмотреть современные теории взаимозависимости лидерских качеств и имиджа руководителя;
6.4. провести эмпирическое исследование лидерских качеств у женщин- руководителей;
6.5. проанализировать применяемые технологии формирования лидерских качеств у женщин-руководителей;
6.6. разработать рекомендации по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин- руководителей в рамках организации.

7. Организация, результаты деятельности которой, использованы в ВКР в качестве объекта следования

ООО «ПК «Венткомплекс»

8. Предполагаемые методы исследования

в данном исследовании приняло участие 40 респондентов женского пола в возрасте от 35 лет. Исследование проводилось в онлайн-режиме с помощью сервиса «Анкетолог». В качестве методов исследования был использованы: методика «Имидж и взаимодействие» (модификация Перелыгиной Е.Б.); опросник Платонова К.К. «Изучение структурных компонентов личности», тест «Локус контроля» Дж. Роттер; определение корреляции с помощью коэффициента Спирмена.

9. Ожидаемые основные результаты исследования

систематизация теоретико-методологических и методических основы прикладных исследований лидерских качеств женщин-руководителей; выработанные рекомендации по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин- руководителей в рамках организации.

10. Содержание разделов ВКР (наименование глав)

Глава 1. Глава 1. Теоретические аспекты исследования лидерских качеств у женщин-руководителей
Глава 2. Эмпирическое исследование лидерских качеств у женщин- руководителей
Глава 3. Рекомендации по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин-руководителей

11. Перечень приложений к ВКР

Приложение 1.Система классических научных подходов к изучению лидерства в менеджменте
Приложение 2. Опросник Платонова К.К.
Приложение 3. Тест «Локус контроля по ДЖ. Роттеру»
Приложение 4. Средние значения по шкалам методики «Имидж и взаимодействие» среди женщин

Дата утверждения концепции «____» _____ 202 г.

«Утверждаю»

Руководитель ВКР _____
подпись

Обучающийся _____
подпись

Содержание

Введение.....5

Глава 1. Теоретические аспекты исследования лидерских качеств у женщин-руководителей.....9

1.1. Явление лидерства в отечественных и зарубежных исследованиях.....9

1.2. Особенности формирования и проявления лидерский качеств у женщин- руководителей.....19

1.3. Современные теории взаимозависимости лидерских качеств и имиджа руководителя.....25

Выводы по главе 1.....32

Глава 2. Эмпирическое исследование лидерских качеств у женщин-руководителей.....33

2.1. Организация и методы исследования.....33

2.2. Результаты исследования лидерских качеств у женщин-руководителей.....37

Выводы по главе 2.....44

Глава 3. Рекомендации по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин- руководителей.....47

3.1. Анализ применяемых технологий формирования лидерских качеств у женщин- руководителей.....47

3.2. Разработка рекомендаций по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин- руководителей в рамках организации.....59

Выводы по главе 3.....71
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....73
Список использованной литературы.....76
ПРИЛОЖЕНИЯ.....81

Введение

Актуальность исследования. Одни из главных проблем любого социума, волнующие его с момента возникновения, – связанные между собой проблемы доминирования и подчинения, власти и лидерства. Центральной из них является проблема лидерства. Она волновала и волнует исследователей от античных мыслителей (Аристотеля, Геродота, Платона, Плутарха) до современных философов, социологов, политологов, историков и психологов. Это позволяет говорить о ее междисциплинарности.

В западной научной мысли преобладает психологический подход к ее рассмотрению. О ее актуальности свидетельствует большое количество различных теорий лидерства, его определений и исследователей, занимающихся данной проблематикой, как за рубежом, так и на постсоветском пространстве. Один из исследователей лидерства Шейкелтон (1995) отмечал, что только за последние пятьдесят лет было предложено более 65 систем классификаций определения лидерства. Как считает Г. Оллпорт (Gordon Willard Allport), для характеристики лидера можно использовать почти каждое из 17 тысяч определений, используемых в английском языке для описания человека. М.Г. Ярошевский (1978) выделяет отдельную область психологии под названием «лидерология».

На всех этапах становления и развития социума остро стояла и стоит проблема соотношения роли личности и масс в истории, «героя и толпы». С момента объединения первобытного человека в группу, в первую очередь для того, чтобы выжить в окружающем его мире, остро встал вопрос о том, кто возглавит группу, кто будет координировать и управлять этой борьбой за выживание.

Таким субъектом становится вождь племени – лидер. Лидерство, доминирование и подчинение обусловлены, с одной стороны, иерархической структурой любой организованной системы, будь это стая приматов (вожак стаи, альфасамец), или человеческое сообщество (лидер, вождь, отец нации,

отец народов….), а с другой, является ее основным условием (признаком), одновременно выступая механизмом сохранения этой системы.

Раньше в роли руководителей всегда выступали мужчины, т.к. женщины имели ограниченные права. Но сейчас все меняется: женщины как и мужчины работают, зарабатывают деньги (иногда даже больше мужчин), имеют те же права, водят автомобиль и т.д., что заставляет задуматься – действительно ли роль лидера присуща только мужской половине человечества? Возможно, лидерскими способностями может обладать и женщина, хоть это и разрушает сложившийся исключительный образ мужчины-босса.

Степень разработанности темы. Данная тема является достаточно изученной. В ходе исследования были выделены несколько теорий лидерских качеств. Среди приверженцев идеи «фабрики лидерства» можно отметить таких исследователей, как О. Тид, Э. Вигэм, Ф. Вудс, Дж. Доуд, К. Бэрд, Р. Стогдилл, Р. Манн, Э. Боргатта, Р. Кеттел и Г. Стайс, Д. Майерс, У. Беннис, Р. Чапмэн. Среди представителей противоположной теории – харизматической концепции лидерства стоит назвать: М. Вебер, К. Фридрих, Д. Эммет, С. Московичи, Ж. Блондель, Э. Вилнер, У. Фридланд, Э. Фромм, Т. Адорно, Р. Глассман, И. Бенсман, М. Гайвант, К. Лёвенштейн, Я. Кершоу, А. Айви. Среди современных авторов проблемам формирования лидерских качеств посвяти свои труды следующие: Агабаева М.А., Анищева Л. И., Бендас Т.В., Губанова А.В., Егорова Е.В., Лимонова О. О., Лихтанская О. И., Панкова Л. Н., Реттих А.А. и др.

Объект исследования – явление лидерства.

Предмет исследования – лидерские качества у женщин-руководителей.

Целью исследования является теоретическое обоснование и эмпирическое исследование лидерских качеств у женщин-руководителей, а так же разработка рекомендаций по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин- руководителей в рамках организации.

Задачи исследования:

- изучить явление лидерства в отечественных и зарубежных исследованиях;

- выделить особенности формирования и проявления лидерских качеств у женщин- руководителей;

- рассмотреть современные теории взаимозависимости лидерских качеств и имиджа руководителя;

- эмпирически исследовать лидерские качества у женщин-руководителей;

- выявить взаимосвязь лидерских качеств женщин-руководителей и собственной позиции как основы построения и коррекции своего имиджа;

- проанализировать применяемые технологии формирования лидерских качеств у женщин- руководителей;

- разработать рекомендации по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин- руководителей в рамках организации.

Гипотезы исследования:

- ведущее значение в структуре лидерских качеств женщин-руководителей имеют такие волевые качества, как решительность, настойчивость и целеустремленность;

- существует взаимосвязь лидерских качеств женщин-руководителей и собственной позиции как основы построения и коррекции своего имиджа.

Методологическую основу данного исследования составили труды ведущих отечественных и зарубежных специалистов, раскрывающие психологические характеристики современных лидеров, теоретико-методологические и методические основы прикладных исследований лидеров, а именно: Асеева В. Г., Деркача Л. Л. , Дордуковой О.В., Дурдыевой Д.А., Зазыкина В. Г., Кричевского Р. Л., Мухарлямовой А.Ю., Панасюка А. Ю., Посоховой А.В., Сащенко Н. П., Татариновой Н.В., Фофановой Г. А., Шарафутдиновой Н.В., Щербаковой О.И. и др.

Теоретическая значимость исследования состоит в систематизации теоретико-методологических и методических основы прикладных исследований имиджа современных лидеров.

Методы исследования. В данном исследовании приняло участие 40 респондентов женского пола в возрасте от 35 лет. Исследование проводилось в онлайн-режиме с помощью сервиса «Анкетолог». В качестве методов исследования были использованы: методика «Имидж и взаимодействие» (модификация Перелыгиной Е.Б.); опросник Платонова К.К. «Изучение структурных компонентов личности», тест «Локус контроля» Дж. Роттер; определение корреляции с помощью коэффициента корреляции Спирмена.

Практическая значимость работы состоит в выработке рекомендаций по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин- руководителей в рамках организации. Разработанные рекомендации могут быть использованы в работе конкретных учреждений, предприятий.

Структура работы представлена введением, тремя главами, заключением и списком литературы.

Глава 1. Теоретические аспекты исследования лидерских качеств у женщин- руководителей

1.1. Явление лидерства в отечественных и зарубежных исследованиях

Корнями исследование проблемы лидерства в управлении людьми и их сообществами уходит глубоко в древние времена, когда о научном подходе к управлению еще и не помышляли. Поэтому феномен лидерства объяснялся в рамках различных философских концепций, среди которых выделяется группа концепций под названием «теория великого человека». Это самые первые, еще донаучные концепции лидерства, разрабатываемые философами античного мира и Древнего Китая, такими как Лао-Цзы, Конфуций, Аристотель, Платон, Гомер и другие древние философы.

Главная идея «теории великого человека» заключалась в том, что лидером можно только родиться. Исследователи на основе своих умозрительных заключений пытались сконструировать образ «великого человека», описывая и систематизируя выдающиеся качества и черты характера, присущие лидеру, выделявшие его «из толпы». Общая особенность концепций в рамках «теории великого человека» заключалась в том, что лидерство отождествлялось в основном с управлением государством, т. е. все подходы носили политический характер[1].

Древнекитайские философы, в частности Лао-цзы и Конфуций, очень большое внимание уделяли в своих учениях лидерам-правителям, полагая, что от их качеств существенно зависит процветание или упадок империй.

Античные философы также отождествляли лидерство с государственным управлением, а личность лидеров во многом идеализировали. Постулат о том, что лидерами рождаются, а не становятся, что истинные лидеры – выдающиеся, великие личности, значительно

[1] Агабаева М.А. Лидерство как социально - психологическое явление // Наука и образование: тенденции, проблемы и перспективы развития. 2021. №4. С. 113-118.

превосходящие всех остальных людей, господствовал вплоть до конца XIX в., когда широко стали применяться научные методы изучения личности.

Господство данной теории в объяснении феномена лидерства на протяжении столь длительного периода времени обусловлено пониманием того, что одним из основных факторов, оказывающих влияние на ход исторического процесса и отдельных событий, является конкретный лидер, выдающаяся личность.

В первой половине XX в. начались масштабные и систематизированные научные изыскания представителей разных наук (психологии, социологии, управления, политологии) в области лидерства. На протяжении последних ста лет, как показывает анализ научной литературы, эволюция подходов к изучению лидерства была хронологически связана с эволюцией трактовок самого термина «лидерство»[2].

Систематизация классических научных подходов к изучению лидерства и их связь с изменением понимания лидерства представлены в приложении А.

Развитие теории «великого человека» и теорий лидерских качеств связано с господствующим в первой половине XX в. пониманием лидерства как результата проявления определенных личностных черт и качеств, а затем и как центра групповых (организационных) процессов. Когда позднее началось изучение поведенческого аспекта лидерства, данный феномен стали преимущественно трактовать как искусство достижения организационных целей и решения задач, а также согласованности действий и поведения[3].

На современном этапе, связанном с ситуационными и ценностными концепциями лидерства, наибольшую распространенность получили представления о лидерстве как об эффективном взаимодействии лидера и его последователей, умении убеждать, результате распределения ролей в группе.

---

[2] Петровский А.В. Теория деятельностного опосредования и проблема лидерства // Вопросы психологии, 1980. №2. С. 29-41.

[3] Бендас Т.В. Психология лидерства: учебное пособие. – СПб: Питер, серия «Учебное пособие», 2018. – С. 50.

Также развитие учений о лидерстве связано, как указывает С.Р. Филонович, с дуализмом понятия лидерства и акцентами, расставляемыми разными группами теорий на тех или иных аспектах данного явления.

Дуализм рассматриваемого понятия заключается в том, что, с одной стороны, лидерство представляет собой положение личности (статический аспект), а с другой – процесс вовлечения лидером последователей в определенную целенаправленную деятельность (процессный аспект).

Ограниченность целого ряда теорий лидерства обусловлена игнорированием неразделимости двух указанных аспектов. Классические теории лидерства. К самой первой по времени появления группе классических концепций лидерства относится теория лидерских качеств. Данная группа теорий лидерства исходила в своем самом глубинном понимании из концепции «великого человека» и идеи наследственного, врожденного характера лидерства, выдвинутой Ф. Гальтоном. Однако под влиянием психологической школы бихевиористов возникла идея, что лидерские качества поддаются развитию[4].

Лидерство – сложный комплекс социально-психологического взаимодействия ведущего (лидера) и ведомых (последователей, единомышленников).

Лидер воздействует на последователей, последние в свою очередь оказывают соответствующее воздействие на лидера. Лидерство – специфическая форма власти, это власть авторитета, а не авторитет власти[5].

Лидерство основано на принципе добровольности подчинения, а не насилии.

Лидер приходит к власти, демонстрируя социометрическую ее мотивацию («дайте мне власть и я смогу эффективно решить ваши проблемы»), но со временем, чем дольше он находится у власти, на уровне

---

[4] Hinton B.L., Barrow J.C. Personality correlates of the reinforcement propensities of leaders // Personnel psychology. Vol. 29. №1. 1976, pp. 61-66.

[5] Лихтанская О. И. Лидерство в организации. Гендерный подход / О. И. Лихтанская, Т. М. Левченко, Л. К. Логачева // Экономика XXI века. - 2021. – С. 328-333.

подсознания происходит смещение к личностной мотивации (власть как самоцель), что ведет к снижению эффективности лидерства.

В результате представители теории лидерских качеств начали поиск тех универсальных качеств личности, которые присущи лидерам. Исследователи полагали, что все действительно эффективные лидеры обладают неким набором общих черт характера и личностных качеств, благодаря которым они смогли занять лидерские позиции.

Таким образом, акцент был сделан, как отмечает С.Р. Филонович, главным образом на статическом аспекте лидерства – позиционном. Исследователи пытались составить исчерпывающий перечень абсолютных лидерских качеств, для того чтобы впоследствии на основе диагностики этих качеств еще в сравнительно раннем возрасте можно было выявлять потенциальных лидеров и целенаправленно развивать их лидерский потенциал (идея «фабрики лидерства»).

Среди приверженцев данной идеи можно отметить таких исследователей, как О. Тид, Э. Вигэм, Ф. Вудс, Дж. Доуд, К. Бэрд, Р. Стогдилл, Р. Манн, Э. Боргатта, Р. Кеттел и Г. Стайс, Д. Майерс, У. Беннис, Р. Чапмэн. Каждый из них имел свою собственную концепцию лидерских качеств (и опросники для их выявления), на основе которой изучал лидеров. Однако Р. Стогдилл в 1948 г., обобщив результаты 124 исследований в рамках теории лидерских качеств, сделал заключение о противоречивом характере существующих исследований, так как обнаружил в разных авторских концепциях в большом количестве противоположные лидерские качества. Вывод Стогдилла состоял в том, что лидером человек не становится только потому, что имеет определенный набор черт личности.

Таким образом, с течением времени исследования «зашли в тупик» в связи с тем, что, во-первых, не получилось составить исчерпывающего списка черт лидера, а во-вторых, не удалось выявить прямой тесной связи между лидерством и рассматриваемыми качествами, что затруднило практическое определение лидерства.

В результате методический подход к изучению лидерства с позиции лидерских качеств был поставлен под сомнение, хотя отдельные попытки исследований в этом направлении продолжались вплоть до 1980–1990-х гг. Подтверждением тому является очень большое количество книг по лидерству, в которых различные авторы предлагают собственные списки лидерских качеств[6].

Новое рождение теории лидерских качеств и «великого человека» получили в концепции харизматического лидерства, представители которой утверждали, что лидером человека делает всего одно качество, имеющее интегральный характер, – харизма. Харизматическая концепция лидерства ведет свое начало с трудов М. Вебера, развиваясь далее в религиозной концепции харизмы (К. Фридрих, Д. Эммет), функционально-социологической (С. Московичи, Ж. Блондель, Э. Вилнер, У. Фридланд), психологической и психоаналитической теориях харизмы (Э. Фромм, Т. Адорно), концепции искусственной харизмы (Р. Глассман, И. Бенсман, М. Гайвант, К. Лёвенштейн, Я. Кершоу, А. Айви). Все больше современных исследователей харизмы утверждают, что харизма не обязательно должна иметь врожденный характер, ее можно развивать[7].

Вклад теории лидерских качеств в управленческую науку заключался, во-первых, в понимании того, что при отборе руководителей нельзя целиком и полностью полагаться на такие критерии, как индивидуальные качества личности, однако вообще игнорировать их также нельзя, поскольку определенное влияние на общую эффективность они, безусловно, имеют. То есть наличие определенных лидерских характеристик у руководителя не гарантирует эффективности управления и высоких результатов деятельности, но является важным ресурсом, который следует развивать и использовать.

---

[6] Слинкова О.К. Эволюция взглядов на природу лидерства // Современное общество и власть. 2018. № 3 (17).

[7] Петровский А.В. Теория деятельностного опосредования и проблема лидерства // Вопросы психологии, 1980. №2. С. 29-41.

Во-вторых, неудавшиеся попытки создать портрет эффективного лидера стимулировали поиск других направлений научного обоснования лидерства, в связи с чем возникла группа поведенческих концепций лидерства. Как отмечает С.Р. Филонович, переориентация внимания ученых с качеств лидера на его поведение считается прорывом в исследовании лидерства. Прогрессивный характер теорий лидерского поведения, по мнению известного российского исследователя, можно объяснить тем, что акценты в исследованиях сместились с позиционного (статического) аспекта лидерства в большей степени на процессный.

В рамках данной группы теорий лидерство стало рассматриваться как набор образцов лидерского поведения (стилей руководства), что было обусловлено появлением трактовок понятия лидерства как искусства достижения организационных целей и решения задач, согласованности действий и поведения.

Поведенческие учения о лидерстве, в отличие от теории лидерских качеств, имеющих врожденный характер, предполагали, что лидеров можно готовить по специально разработанным программам, поскольку лидерство представляет собой форму поведения (стиль руководства), поддающуюся освоению тем индивидом, который хочет стать лидером. В этом направлении многочисленными исследователями был предложен целый ряд подходов к классификации и описанию стилей руководства, или лидерства, под которыми следует понимать привычную манеру поведения руководителя по отношению к подчиненным, направленную на воздействие и побуждение подчиненных к цели.

Одними из первых исследования в данном направлении провели К. Левин и Р. Уайт еще накануне Второй мировой войны, руководствуясь идеей, что существует наиболее эффективный стиль руководства, т. е. поведения лидера по отношению к последователям, который позволит добиваться самых высоких результатов.

В ходе поиска наилучшего стиля руководства К. Левин и Р. Уайт изучили, к какому эффекту приводит применение в коллективе (организации) таких стилей, как авторитарный, демократический и либеральный. Ученые получили неожиданный для себя результат: ожидая наибольшей эффективности от применения демократического стиля лидерства, исследователи столкнулись с тем фактом, что данный стиль поведения лидера во многих случаях не приводит к самой высокой результативности, обеспечить которую позволяет авторитарный стиль[8].

Однако при применении авторитарной модели управления ухудшаются отношения в коллективе (группе), а также снижается креативность его членов. На базе модели К. Левина было создано много других поведенческих теорий, суть которых так или иначе сводилась к нахождению промежуточных вариантов поведения лидера в континууме между двумя крайностями – авторитарным и демократическим стилями. При этом был сформирован двухмерный подход к изучению лидерского поведения, где в качестве основных параметров использовались ориентация на работу (результат деятельности) и ориентация на работников и отношения между ними[9].

Среди наиболее известных и значимых работ в рамках данного направления можно отметить исследования ученых Мичиганского университета, в первую очередь Р. Лайкерта, и ученых университета штата Огайо под руководством Р. Стогдилла, модель «управленческой решетки» Р. Блейка и Дж. Моутон. Указанные поведенческие модели лидерства показали, что двух параметров для описания такого сложного явления недостаточно. И в 1970 г. канадский исследователь У. Реддин разработал трехмерную модель стилей руководства, где в качестве третьего параметра был добавлен

---

[8] Хьелл Л. Теории личности: основные положения, исследования и применение / учеб. пособие для психол. фак., психол. дисциплин гуманитар. фак. вузов РФ / Пер. с англ. Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб.: Питер-пресс, серия «Мастера психологии», 1997. – 606 с.

[9] Губанова А.В. Анализ предпосылок и направлений развития учений о лидерстве в менеджменте // Экономические системы. 2020. № 4. С. 91-101.

показатель эффективности, под которым следует понимать способность лидера (менеджера) достичь поставленной организационной цели.

Исследования У. Реддина привели его к выводу, что новый параметр – эффективность – не зависит от двух других – ориентации на производственные задачи и ориентации на отношения.

Таким образом, исследователи в принципе подошли к идее ситуационного лидерства. Помимо собственно поведенческих теорий, понимание лидерства как набора образцов поведения лидера характерно для теорий «ожидания – взаимодействия», атрибутивных теорий, теорий обмена, трансактного анализа и трансформационного лидерства, мотивационных концепций[10]. Поведенческий подход к лидерству хотя и не позволил получить ответ на вопрос о тесной связи лидерского поведения с результатами выполнения работы в силу наличия широкого спектра измерений поведения лидера и его многочисленных трактовок, но акцентировал внимание организаций на процессах развития у руководителей эффективных форм поведения во взаимодействии с работниками, что привело к разработке разных программ подготовки менеджеров, развивающих лидерские умения и навыки[11].

Теории лидерских качеств и лидерского поведения не учитывали тот социальный контекст, в котором функционирует лидер и протекает процесс лидерства, а потому и не смогли найти однозначного решения проблемы эффективного лидерства. В отличие от этого ситуационные учения о лидерстве акцентировали внимание на изучении условий, в которых осуществляется лидерство.

Основная идея ситуационного подхода – лидерское поведение должно различаться в зависимости от ситуации. Авторы ситуационных моделей – Р. Танненбаум, У. Шмидт, Ф. Фидлер, Р. Хауз, Т. Митчел, П. Херси и К.

---

[10] Петровский А.В. Теория деятельностного опосредования и проблема лидерства // Вопросы психологии, 1980. №2. С. 29-41.

[11] Полищук Д.С. Типы имиджа в политике // Образование и наука в современных реалиях. 2021. С. 149-152.

Бланшар, В. Врум и Ф. Йеттон и ряд других – занимались поиском тех факторов, которые характеризуют ситуацию взаимодействия между лидером и последователями и определяют оптимальное поведение лидера в конкретной ситуации.

Важным направлением развития ситуационных концепций лидерства стали личностно-ситуационные теории, являющиеся результатом слияния противоположных подходов к изучению лидерства – персоналистического и ситуационного. Также следует отметить теорию «кредита доверия» Е. Холландера, которая фокусирует внимание на определении степени свободы лидера в инициировании им изменений в группе[12].

Многообразие подходов к объяснению феномена лидерства в определенный момент времени спровоцировало неожиданную реакцию, нашедшую отражение в 1978 г. в теории заменителей лидерства С. Керра и Дж. Джермайера, определивших, что лидерство не является обязательным условием эффективной деятельности в организации. Существуют определенные факторы, которые могут сделать лидерство совершенно ненужным, так называемые заменители лидерства. Эти факторы могут быть связаны со спецификой организации, в первую очередь с уровнем ее организационного окружения, структурой и содержанием задач, а также с личностными качествами последователей[13].

Существуют такие ситуации, когда воздействие лидера будет даже вредить организации. В конце 1970 – начале 1980-х гг. появилась новая группа концепций лидерства, получивших название ценностных теорий.

Наиболее известными представителями этого направления являются Р. Гринлиф, К. Ходжкинсон, Г. Фейрхольм, Т. и С. Кучмарские. В конце 1990 – начале 2000-х гг. теоретические разработки в области лидерства во многом поменяли направление, сосредоточившись на личности лидера, а также

---

[12] Егорова Е.В. Новейшие исследования личности политических лидеров в американской политической психологии//Психологический журнал. 1983. Т. 4. – С. 146-152.

[13] Бендас Т.В. Психология лидерства: учебное пособие. – СПб: Питер, серия «Учебное пособие», 2009. – С. 50.

возможностях его саморазвития и самосовершенствования для более эффективного лидерства. Этому способствовал, как отмечают исследователи, системный кризис в бизнесе в развитых странах, наблюдавшийся на рубеже XX–XXI вв., а также глобальные проблемы современности – возрастающая конкуренция, усиление социальной ответственности бизнеса, борьба за ресурсы, глобализация бизнеса. Направления развития современных концепций лидерства[14].

Современные концепции лидерства в основном разработаны американскими исследователями, интерес которых к данной проблематике был спровоцирован и усилен громкими корпоративными скандалами в крупнейших американских компаниях в конце XX – начале XXI в. Среди наиболее известных теорий лидерства последних 20–30 лет можно выделить: ценностные теории Г. Фейрхольма (1995 г.), Т. и С. Кучмарских (1996 г.), теорию эмоционального интеллекта Д. Голмана (середина 1990-х гг.), теорию опосредованного лидерства Р. Фишера и А. Шарпа (1998 г.), концепцию «распределенного» или «разделяемого» лидерства Д. Брэдфорда и А. Коэна (1998 г.), теорию связующего лидерства и концепцию «горячих групп» Дж. Липмана-Блюмена (1997–2000 гг.), теорию «двигателя лидерства» Н. Тичи (1997–2002 гг.), теорию «внутреннего стимулирования» лидерства К. Кэшмана (2001 г.), концепцию «первичного» лидерства Д. Голмана и Р. Бояциса (2002 г.), теорию лидерства посредством управления парадоксами Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпден-Тернера (2002 г.).

Современные учения о лидерстве так или иначе развивают основные направления изучения лидеров и лидерства, заданные классическими концепциями. Так, трансформационное лидерство и построенные на его основе теория эмоционального интеллекта, концепции «двигателя лидерства» и «первичного» лидерства во многом являются продолжением

[14] Белов Д. Ю. Исследование связи нарциссических черт и лидерских качеств личности / Д. Ю. Белов // Научно-исследовательский центр "Technical Innovations". – 2021. – № 7. – С. 23-31.

теории личных качеств, а отчасти и развитием поведенческого подхода. Теория связующего лидерства, наряду с концепцией «горячих групп», развивает поведенческий подход к лидерству[15].

Теория «внутреннего стимулирования» лидерства является синтетической концепцией, объединяющей личностный и поведенческий подходы к лидерству. Концепция «распределенного» лидерства может быть отнесена к группе личностно-ситуационных теорий. Теории опосредованного лидерства и лидерства как управления парадоксами продолжают ситуационный анализ поведения лидера. Появление все новых и новых моделей лидерства обусловлено переосмыслением восприятия и понимания мира как динамичного, постоянно меняющегося, рискованного и сложного, а также синтетической природой самого феномена лидерства. В силу этого лидерство, по словам С.Р. Филоновича, «синтезирует в себе практически все изменения, происходящие как на уровне личности, так и на уровне общества»[16].

Таким образом, на современном этапе, связанном с ситуационными и ценностными концепциями лидерства, наибольшую распространенность получили представления о лидерстве как об эффективном взаимодействии лидера и его последователей, умении убеждать, результате распределения ролей в группе.

1.2. Особенности формирования и проявления лидерский качеств у женщин- руководителей

Основные разработки по гендерным исследованиям руководства и лидерства, представленных различными теориями, концепциями,

[15] Анисимов О. С. Основы общей и управленческий акмеологии / О. С. Анисимов, А. А. Деркач. Учебное пособие. — М.: Изд-во РАГС, 2017. – С. 54.

[16] Мажоров, Д. А. Критерии оценки эффективности имиджа и имиджеобразующих текстов / Д. А. Мажоров // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. – 2018. – № 26 (60). – С.167–171.

постулатами, можно сгруппировать следующим образом: те, в которых делается акцент на преимуществах гендерного фактора над лидерской ролью; такие, что рассматривают преимущества лидерства над гендером; и, наконец, те, которые основаны на принципе равнозначности гендерного фактора и лидерской роли[17].

Следует отметить, что на сегодняшний день, хотя уже и стали появляться отечественные исследования по гендерным вопросам, в том числе и в руководстве, но подавляющее большинство из них связано с зарубежными разработками и опирается на такое основание; отечественные исследования ведутся медленными темпами, зарубежные же ученые продолжают плодотворно работать над исследованиями в данном направлении. Так, в зарубежной научной мысли среди первой группы теоретических разработок, то есть таких, где преобладающим является гендер, можно выделить следующие.

Наиболее четко эти теоретические положения изложены Б. Гутек в концепции, получившей название гендерного потока (gender-role spill-over), согласно которой в зависимости от пола руководителя происходит его восприятие со стороны окружающих, то есть основной упор делается на гендерном факторе, как наиболее значимым среди других по отношению к восприятию конкретного индивидуума.

Концепция Р. Кентер названием токенизма (tokenism), объясняет частичную, символическую представленность женщин в мужском бизнес-мире, связанной с приписыванием женщинам ролей, которые не дают им возможность занять достойные лидерские позиции[18].

В зависимости от того, какого пола руководитель, такие и требования к нему будут предъявлены со стороны коллег, то есть имеется в виду тот факт, что женщинам нужно демонстрировать более высокую осведомленность в

---

[17] Агабаева М.А. Лидерство как социально - психологическое явление // Наука и образование: тенденции, проблемы и перспективы развития. 2021. С. 113-118.

[18] Kanter R.M. Men and woman of the corporation. – New York: Basic books, 2017. – 244 p.

профессиональных вопросах по сравнению с мужчинами, чтобы достичь таких же результатов в должностном продвижении и оправдать стереотипные представления по отношению к своей личности со стороны окружающих. Такое мнение в научном мире получило название теории гендерного отбора менеджеров.

Доминирование гендерного фактора над лидерской ролью часто связывалось с понятием андрогинии, которое в теории андрогинного менеджмента, которое было предложено А. Серджентом, рассматривалось как наиболее удачное сочетание мужских (т.е. маскулинных) и женских (т.е. феминных) черт, которыми должен обладать эффективный руководитель[19].

В противовес первой группе теорий, ко второй группе можно отнести те научные достижения, которые имеют целью продемонстрировать преобладающую роль лидерства над гендерным фактором. Одной из самых ярких демонстраций факта превалирования лидерства является ситуационно-должностной подход, согласно которому независимо от пола руководители являются равнозначными, если они выполняют одинаковые функции и занимают одинаковые должности, конечно же, если при этом не учитывать различные ситуативные факторы[20].

Примером теорий, на первое место ставят лидерскую характеристику по сравнению с полом, может быть также вероятностная модель лидерства Ф. Фидлера, согласно которой разница в эффективности выполнения лидерских функций представителями каждого пола будет наблюдаться только в том случае, если ими в ходе работы будут использованы разные стили лидерства. Наконец, среди теорий, основанных на идее равнозначности гендера и лидерства, можно выделить социально-ролевую теорию гендерных различий лидеров Э. Игли.

---

[19] Фарбер, А. В. Особенности гендерных характеристик женщин-руководителей / А. В. Фарбер // Человеческий капитал. – 2020. – № 9(141). – С. 115-123.

[20] Лихтанская О. И. Лидерство в организации. Гендерный подход / О. И. Лихтанская, Т. М. Левченко, Л. К. Логачева // Экономика XXI века. - 2021. – С. 328-333.

Основная суть данной теории заключается в том, что общество рассматривает руководителей-лидеров каждого пола в соответствии с существующими стереотипными представлениями об их поведении, то есть мужчины-лидеры и женщины-лидеры должны вести себя в соответствии со своей гендерной ролью.

Традиционно же (по стереотипному мышлению) роль лидера является маскулинной, а, следовательно, возникают препятствия в деятельности женщин-лидеров, которые выражаются через их внутренние конфликты между обеими ролями: лидерской и гендерной. Поэтому, по мнению Э. Игли, именно сглаживание таких ролевых конфликтов с помощью различных методик сможет привести к успешной деятельности женщины-лидера.

Как уже отмечалось, наиболее важной проблемой, которая возникает у женщин, стремящихся к карьерному росту, является существование определенного явления под названием «стеклянный потолок» (glass ceiling), то есть невидимая преграда, мешающая женщинам в продвижении по службе.

Данный термин, введенный в употребление Л. Мартин, по ее мнению, определяется как «искусственно созданные барьеры, основанные на предрассудках, существующих внутри организаций, которые не дают возможности квалифицированным работникам продвигаться по службе и занимать руководящие должности в своих организациях квалифицированные женщины ... часто оказываются под этим потолком и могут лишь наблюдать оттуда, как другие продвигаются по служебной лестнице».

Существование негативного явления («стеклянного потолка»), которое является невидимым барьером для осуществления женщинами карьерного роста, упоминается во многих исследованиях[21].

[21] Кадыров К. Б. Влияние эмоционального интеллекта на проявление лидерских качеств личности / К. Б. Кадыров // Psixologiya. – 2020. – № 1. – С. 78-90.

Основными и наиболее распространенными объяснениями причин, по поводу которых женщины занимают менее престижные должности, можно считать следующие:

- женщины, в отличие от мужчин, делают меньший вклад в работу организации, что отображается и в меньшей заработной плате, и медленном продвижении по службе;

- женщины не в состоянии осуществить такое же эффективное управление, как их коллеги-мужчины (основой данного объяснения является следующее: хотя женщины и обладают определенными качествами руководителя, но в них очень часто отсутствуют качества, которыми должен обладать настоящий лидер);

- стереотипные представления, существующие в обществе, являются причиной того, что женщин не воспринимают как достойных руководящей и лидерской ролей (причем важным фактом является наличие стереотипного восприятия не только со стороны окружающих, но и со стороны внутренних убеждений самих женщин)[22];

- в пределах организаций существуют так называемые «неписаные» нормы или правила, согласно которым на высокие, престижные должности лучше назначать мужчин;

- в ходе своей работы в организациях женщины не приобретают опыт, который необходим для карьерного роста (причиной чего служит такой факт, как отсутствие в служебных полномочиях женщин таких задач, которые дали бы им возможность приобрести определенный опыт и проявить себя в качестве потенциального кандидата на занятие руководящей должности);

- семейные и домашние обязанности женщин мешают их служебному продвижению (что является фактом большей загруженности женщин по

[22] Лихтанская О. И. Лидерские качества руководителя как фактор успешной управленческой деятельности на предприятиях сферы услуг / О. И. Лихтанская, В. В. Салий, Н. В. Шаланов // Вестник Академии знаний. – 2022. – № 48(1). – С. 165-169.

сравнению с мужчинами, ведь им нужно быть хорошей хозяйкой, матерью и работником одновременно);

- общепринятый взгляд на основные обязанности женщины (семья и дом), которые являются препятствием для ее карьеры (имея такие подсознательно укоренившиеся представления, работодатель воспринимает женщину, как менее эффективного работника, чем мужчина и таким образом, пытается признать ее достижения; в силу этого женщины постоянно вынуждены доказывать свой успех и верность делу)[23].

Причинами неэффективного карьерного продвижения женщин в образовании, науке, социуме, как правило, является гендерно-стереотипная политика общества, субъективные жизненные ситуации и обстоятельства, выраженные в гендерных предубеждениях противодействующие независимой оценке лидерского и профессионального потенциала женщин, планомерно пребывающих в исторически сложившейся гендерной парадигме управления. Гипотеза была подтверждена практически: существует зависимость между гендерным фактором и статусной позицией индивида. Расхождение статусов мужчин и женщин обостряется в обществах с переходной экономикой. Влияние гендерного фактора на определение социальной позиции индивида опосредуется влиянием других факторов: возрастом, уровнем образования, личной активностью, направленной на улучшение своего положения обществе и пр. Самооценка социального статуса имеет гендерную специфику. Влияние социального потенциала (возраста, установки на активную жизненную позицию, уровня образования) на жизненные шансы индивида имеет гендерную специфику и характеризуется проявлением гендерного неравенства[24].

---

[23] Фурин И. О. Признаки лидерского поведения / И. О. Фуин // Конкурс молодых учёных. - 2022. – С. 289-291.

[24] Багирова, З. К. Социально-психологический тренинг как средство формирования лидерских качеств / З. К. Багирова, М. Г. Омарова // Уральский научный вестник. – 2022. – Т. 1. – № 7. – С. 68-72.

Таким образом, доминирование гендерного фактора над лидерской ролью часто связывалось с понятием андрогинии, которое в теории андрогинного менеджмента, рассматривалось как наиболее удачное сочетание мужских и женских черт, которыми должен обладать эффективный руководитель.

В противовес первой группе теорий, ко второй группе можно отнести те научные достижения, которые имеют целью продемонстрировать преобладающую роль лидерства над гендерным фактором.

1.3. Современные теории взаимозависимости лидерских качеств и имиджа руководителя

Особый интерес к проблеме формирования имиджа вызван феноменом «смены имиджа» и процессом формирования нового образа человека. Практический интерес к данной проблематике повлек за собой развитие относительно новой науки — имиджелогии.

Ранее было упомянуто о развитии рыночных отношений, вследствие чего современный социум требует новых решений в вопросах продвижения имиджевых объектов. Общество потребления характеризуется приоритетностью рыночных отношений между субъектами таких отношений с высоким уровнем конкуренции.

Исследование одного из прикладных аспектов имиджа, конкретнее — персонального имиджа, менее всего развито в контексте социальной психологии. Применяется весь спектр подходов к изучению, начиная от рассмотрения имиджа как возможности саморазвития субъекта до изучения персонального имиджа в качестве знаковой характеристики личности[25].

Прежде чем анализировать существующие подходы к определению имиджа лидера, необходимо указать историческую хронологию изучения

[25] Лимонова О. О. Становление лидера и лидерских качеств // Актуальные проблемы науки и образования в условиях современных вызовов. - 2022. – С. 107-110.

данной проблематики. Важно заметить, что изучение имиджа ведется достаточно давно, однако в научную дисциплину исследование феномена имиджа оформилось относительно недавно[26].

Н. Макиавелли в своей известной книге «Государь» давал следующее определение имиджа лидера: ««Личина» (имидж) – внешний облик правителя, под которым скрывается его сиюминутное настроение и состояние здоровья».

К. Юнг ввел понятие «персона» для обозначения имиджа — это маска или облик, который берет на себя человек — то, как он представляет себя внешнему миру (социальные роли, самовыражение, стиль одежды). М. Люшер вводит понятие «сигналы личности» — манера поведения человека, система знаков, сигналов.

Роль — оценка собственной личности человека, воображаемая самооценка. Имидж изучался на стыке психологии (R. Arnheim, M. Horowitz), социологии (W. Lippman), социальной психологии (A. Sullivan), экономики (J. Powing) и политологии. 1956 г. К. Боулдинг издал первую классическую работу по изучению имиджа в Америке. Имидж в электоральном процессе изучали представители политической социологии выборов (R.O. Shultze, P. Lazarsfeld, A. Campbell, B. Berelson, D.E. Butler and P. Stokes), политического маркетинга (P. David, S.L. Popkin, A. Downs) и теоретиками рационального выбора (M.Z. Shapiro, P. Ordeshook, K.J. Arrow). D. Lazarsfeld, основатель школы прикладной социологии, считал, что выбор избирателя определяется его социальным статусом. Ученый при этом не учитывал политические факторы. Можно говорить о ряде толкований к понятию имиджа политического лидера.

Самопрезентация — осознаваемое поведение, которое ставит своей целью сформировать определенное мнение у окружающих людей. Как видно,

[26] Лаптева Е. В. К вопросу о лидерстве и оценке лидерских качеств / Е. В. Лаптева, А. А. Попов // Лидерство и менеджмент. – 2022. – Т. 9. – № 1. – С. 23-36.

в вышеуказанных подходах играют роль особенности человека (его внешние качества) — первый подход.

Во втором подходе имидж рассматривается как совокупность свойств, которые относят к товару или политику. Политика сравнивают с товаром, который продают максимальному количеству электората. В третьем подходе делается акцент на воспринимающем субъекте, т.е. электорате, у которого есть определенный образ руководителя[27].

Наиболее близким к социальной психологии является третий подход, при котором имидж — образ политика, сложившийся у электората, где механизмы межличностного восприятия отличаются от механизмов познания. Здесь исследователи сходятся на следующем определении имиджа политического лидера: впечатление, возникающее в сознании избирателей, набор качеств, который избиратели ассоциируют с определенной личностью[28].

И.Б. Гасанов и М.А. Устюгов предлагают следующее определение персонального имиджа политического лидера, которое объединило в себе все три указанных выше подхода: «сформированный у избирателей образ, являющийся результатом восприятия реальных личностных качеств политика, его политической деятельности и намеренно приписываемых политику СМИ и политической рекламой качеств и свойств».

Имидж лидера — образ руководителя в восприятии подчиненных, соответствующий его ожиданиям. Согласно данной точке зрения, имидж — целенаправленно формируемый образ, который призван оказать эмоционально-психологическое воздействие. Имидж — особый вид психического образа.

Изучение феномена имиджа в психологии основывается на изучении психологии образа в общей психологии. Исследованиями в этой сфере

---

[27] Киреев А. С. Развитие лидерских качеств менеджера среднего звена / А. С. Киреев, Н. Б. Фатеева, Л. Н. Петрова // Молодежь и наука. – 2022. – № 2. – С. 85.

[28] Ярошенко Г.В., Карапетян Г.Т., Шилова О.В. Понятие лидерства в государственном управлении // Лучшие студенческие исследования. 2021. С. 260-263.

занимались такие ученые, как: С.Д. Смирнов, В.П. Зинченко, Б.Ф. Ломов, С.Л. Рубинштейн, Б.Г. Ананьев, А.Н. Леонтьев, Д.А. Ошанин, П.Н. Шихирев, Г.Г. Дилигенский, Б.Д. Парыгин, Т. Шибутани и др. Предметное и объектное поле изучения политического имиджа в социальной и политической психологии — психологические аспекты и закономерности функционирования грамотного политического имиджа. Исследования имиджа касаются ряда направлений. В первом направлении изучается имидж политического лидера, психологические модели и технологии формирования эффективного имиджа политического лидера (Г.Г. Почепцов, Е.В. Егорова-Гантман, В.Г. Зазыкин, Р.Ф. Фурс, В.М. Шепель и др.).

В этом направлении были созданы психологические модели политических имиджей для политических лидеров. Второе направление занималось рассмотрением различных аспектов имиджа политической системы в философском, политологическом, социологическом анализе (О.П. Березкина, С.Е. Ананьева и др.). В третьем направлении велось изучение технологий формирования имиджа политической партии, движений в выборном процессе (З.М. Зотова, Г.Г. Почепцов и др.)[29].

Социально-когнитивное направление определяет имидж, как совокупность трех компонентов. Двух когнитивных: политическую компетентность, репутацию партии; политическую компетентность, репутацию кандидата. Третий, аффективный компонент: чувства по отношению к партии или кандидату со стороны электората (W.M. Rahn, J.H. Aldrich, E. Bordiga, J.L. Sallivan, 1990).

Представители социо-когнитивного направления социологии выборов определили имидж, как совокупность двух когнитивных компонентов (с одной стороны: политическая компетентность, репутация партии; с другой:

[29] Юшаева Р. С. Э. Лидерские качества и характеристики / Р. С. Э. Юшаева, Д. С. Саралинова // Теория и практика эффективности государственного и муниципального управления : Сборник научных статей 4-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Курск, 13 мая 2022 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 391-393.

политическая компетентность, репутация кандидата) и одного аффективного компонента (чувств избирателей по отношению к партии или кандидату (W. Rahn, Z., J. Aldrich, E. Bordiga, A. Sullivan, 1990).

Политологические школы (Школа рационального выбора – K. Arrow, 1951; A. Downs, 1957; P. Ordeshook, 1993) изучали имидж, экономические основы демократии и др. В Школе маркетинга (J. Schumpeter, 1976) считали, что избиратель – потребитель, который подвергается манипуляции со стороны создателя имиджа. А. Ковлер, О. Гордеева, А.Н. Жмыриков, Е. Егорова-Гантман считали, что воздействие на избирателя, которое ориентирует его на выбор партии или кандидата представляет собой целую систему методов организации предвыборных кампаний по созданию политического имиджа партии или кандидата.

R. Arnheim (1969) и M.J. Horowitz (1971) представляют имидж как ментальный образ, который мы можем вызвать в своей памяти в любой момент. A. Sullivan (1965) считал имидж частной функцией общественных отношений.

D. Boorstin (1962) считал, что «имидж» происходит от лат. «imitary» или «imago» – «имитировать» – искусственная имитация, репрезентация внешних форм объекта (индивида). Характеристики имиджей искусственные, правдоподобные, пассивные, яркие (живые), упрощенные, двусмысленные.93 Поль Лазарсфельд сформулировал «индекс политических предпочтений» Index of political predisposition (IPP). «Мы думаем политически настолько, насколько мы социальны (Lazarsfeld P., 1949)[30].

В XX веке окончательно сформировалось искусство создания имиджа лидера, управления впечатлением в политике при помощи средств политической агитации. Это мы можем наблюдать на примере Германии и СССР. Раскрытие культа личности Сталина, например, никак не повлияло на имидж этого политика в глазах людей старшего поколения, его

[30] Fleming E.G. A factor analysis of the personality of high school leaders//Journal of Applied Psychology. Vol.19. 1935, pp. 595-605.

приверженцев. В наше время произошел рост научного интереса к проблеме имиджа. Понятие имиджа вошло в научный понятийный аппарат психологии, философии, политологии, социологии, культурологии и др. В вузах стали появляться новые кафедры и факультеты имиджелогии. Первые научные разработки в этой области в отечественной науке были связаны с имиджем политических лидеров (Д.В. Ольшанский, Г.Г. Почепцов и др.).

Исследования шли по трем направлениям:

1. Раскрытие психологических проблем имиджа лидера (В.М. Шепель, Р.Ф. Фурс, Г.Г. Почепцов, В.Г. Зазыкин, Е.В. Егорова, О.В. Иванникова и др.);

2. Имидж политических организаций, движение, системы, государства (С.Е. Захарова, Г.Г. Почепцов и др.);

3. Изучение взаимосвязи между первым и вторым направлением (С.Е. Захарова, В.Г. Зазыкин и др.).

Жан Блондель — известный французский политолог, профессор Европейского института во Флоренции в своей книге «Политическое лидерство: путь к всеобъемлющему анализу» — рассматривал феномен лидерства, его роли в прошлом и настоящем, вопросы влияния политических лидеров, личностных черт на само политическое лидерство, институтов и будущее исследований в этом направлении. Он особенно выделял тот факт, что из всех аспектов лидерства именно лидерство является важнейшим элементом общественной жизни. Р. Стогдилл возмущался тем, что «феномен лидерства в одних сегментах населения (студенты, военные и бизнесмены) интенсивно изучался, в то время как в других (политики, рабочие лидеры и лидеры преступного мира) подвергался относительному забвению»[31].

С середины 1970-х гг. началось пробуждение интереса к процессу лидерства; такие политологи как Дж. Пейдж, Мак-Грегор Бернс, Б. Келлерман, М. Риджей и Р. Такер отмечали тот факт, что исследования в

[31] Слинкова О.К. Эволюция взглядов на природу лидерства // Современное общество и власть. 2018. № 3 (17).

этой области весьма немногочисленны. Ж. Блондель также пишет о том, что нет общепринятого определения политического лидерства, так же, как и характеристики лидерства в целом. Это подтверждается работами Пейджа, Мак-Грегора, Бернса и Келлермана.

Проведя сравнительный анализ существующих подходов к определению имиджа, теорий лидерства, существующих подходов к определению политического лидера, рассмотрев различные точки зрения на феномен лидерства, имидж лидера, К.А. Аржанова уточнила, а также сформулировала собственное оригинальное определение имиджа политического лидера. В известных определениях мы столкнулись со следующими характеристиками имиджа: «эмоционально окрашенный образ политика», «феномен массового сознания», «инструмент власти» и др. Наиболее точным нам показалось определение И.Б. Гасанова и М.А. Устюгова, которые охарактеризовали персональный имидж политического лидера как «сформированный у избирателей образ, являющийся результатом восприятия реальных личностных качеств политика, его политической деятельности и намеренно приписываемых политику СМИ и политической рекламой качеств и свойств»[32].

В представлении К.А. Аржановой, имидж лидера — это социально-психологическое комплексное образование индивидуального, группового или массового сознания, создающее в нем представление о мнимых характеристиках политического лидера, основанное на субъективном восприятии, возникшее в результате действия социально-психологических механизмов и формируемое деятельностью СМИ, политической рекламой, общественным мнением и другими факторами.

Таким образом, проанализировав множество подходов к понятию имидж лидера, стоит выделить наиболее комплексный подход: имидж лидера представляет собой образ руководителя в восприятии подчиненных,

[32] Лимонова О. О. Становление лидера и лидерских качеств // Актуальные проблемы науки и образования в условиях современных вызовов. - 2022. – С. 107-110.

соответствующий его ожиданиям; целенаправленно формируемый образ, который призван оказать эмоционально-психологическое воздействие.

Выводы по главе 1

На современном этапе, связанном с ситуационными и ценностными концепциями лидерства, наибольшую распространенность получили представления о лидерстве как об эффективном взаимодействии лидера и его последователей, умении убеждать, результате распределения ролей в группе.

Доминирование гендерного фактора над лидерской ролью часто связывалось с понятием андрогинии, которое в теории андрогинного менеджмента, рассматривалось как наиболее удачное сочетание мужских и женских черт, которыми должен обладать эффективный руководитель.

В противовес первой группе теорий, ко второй группе можно отнести те научные достижения, которые имеют целью продемонстрировать преобладающую роль лидерства над гендерным фактором. Одной из самых ярких демонстраций факта превалирования лидерства является ситуационно-должностной подход, согласно которому независимо от пола руководители являются равнозначными, если они выполняют одинаковые функции и занимают одинаковые должности, конечно же, если при этом не учитывать различные ситуативные факторы.

Имидж лидера представляет собой образ руководителя в восприятии подчиненных, соответствующий его ожиданиям; целенаправленно формируемый образ, который призван оказать эмоционально-психологическое воздействие.

Глава 2. Эмпирическое исследование лидерских качеств у женщин-руководителей

2.1. Организация и методы исследования

Эмпирическое исследование лидерских качеств у женщин-руководителей проводилось на базе компании в период с 01.05.2022 по 31.08.2022 год.

Объект исследования – явление лидерства.

Предмет исследования – лидерские качества у женщин-руководителей.

Целью исследования является теоретическое обоснование и эмпирическое исследование лидерских качеств у женщин-руководителей, а так же разработка рекомендаций по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин- руководителей в рамках организации.

Задачи исследования:

- изучить явление лидерства в отечественных и зарубежных исследованиях;

- выделить особенности формирования и проявления лидерских качеств у женщин- руководителей;

- рассмотреть современные теории взаимозависимости лидерских качеств и имиджа руководителя;

- эмпирически исследовать лидерские качества у женщин-руководителей;

- выявить взаимосвязь лидерских качеств женщин-руководителей и собственной позиции как основы построения и коррекции своего имиджа;

- проанализировать применяемые технологии формирования лидерских качеств у женщин- руководителей;

- разработать рекомендации по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин- руководителей в рамках организации.

Гипотезы исследования:

- ведущее значение в структуре лидерских качеств женщин-руководителей имеют такие волевые качества, как решительность, настойчивость и целеустремленность;

- существует взаимосвязь лидерских качеств женщин-руководителей и собственной позиции как основы построения и коррекции своего имиджа.

Метод исследования:

- опросник Платонова К.К. «Изучение структурных компонентов личности»;

- тест «Локус контроля по Дж. Роттеру»;

- методика «Имидж и взаимодействие» (модификация Перелыгиной Е.Б.).

Рассмотрим более подробно каждую из методик.

Опросник Платонова К.К. представляет собой карту личности, составленную применительно к концепции динамической функциональной структуры личности.

В соответствии с опросником Платонова К.К. структура личности включает 4 основных подструктуры. Карта личности представляет собой описание структурных характеристик личности, которые дополняются биографическими данными обследуемого.

Опрос проводился в режиме онлайн с помощью портала «Анкетолог». Вопросы с вариантами ответа заносились в редактор, после чего для опроса порталом привлекались сотрудники компании.

Заполнению карты личности предшествует изучение инструкции по заполнению:

Каждая черта личности, содержащаяся в карте личности, определяется по уровню выраженности от 0 до 5 баллов:

0 баллов – данная черта личности отсутствует;

1 балл – противоположная указанной черте личности проявляется гораздо чаще, является чертой характера;

2 балла – чаще проявляется противоположная указанной черты личности;

3 балла – данная черта и противоположная ей проявляются с одинаковой периодичностью, выражены не резко;

4 балла – достаточно заметно выражена черта характера, то есть проявляется не постоянно, но при этом противоположная ей черта проявляется крайне редко;

5 баллов – указанная черта личности развита очень хорошо, то есть ярко выражено проявляется в различных направлениях деятельности, представляет черту характера.

Структура опросника Платонова К.К. представлена в приложении Б.

Тест «Локус контроля» по Дж.Роттеру представляет собой перечень вопросов, каждый из которых имеет 2 варианта ответа (а и б). Тестируемому предлагается выбрать только 1 вариант ответа.

Обработка результатов осуществляется по ключу в соответствии с двумя основными измерениями локуса контроля личности:

№ 1. Экстернальность: 2а, 3б; 4б, 5б, 6а, 7а, 9а, 10б, 11б, 12б, 13б, 15б, 16а, 17а, 18а, 20а, 21а, 22б, 23а, 25а, 26б, 28б, 29а.

№ 2. Интернальность: 2б, 3а, 4а, 5а, 6б, 7б, 9б, 10а, 11а, 12а, 13а, 15а, 16б, 17б, 18б, 20б, 21б, 22а, 23б, 25б, 26а, 28а, 29б.

Исходя из числа совпадений, определяется приверженность тестируемого к одной из характеристик.

Экстернальность характеризуется защитным поведением. Экстернал убежден, что основная причина неудач состоит в невезении, стечении обстоятельств. Одобрение и поддержка таким людям весьма необходимы, иначе они работают все хуже. Однако особой признательности за сочувствие от экстерналов не приходится ожидать.

Интернальность характеризуется целеустремленностью, настойчивостью, подвижностью. Интернал уверен, что все успехи или неудачи определяются только его собственными способностями и знаниями.

Вследствие большей когнитивной активности интерналы имеют более широкие временные перспективы, охватывающие значительное множество событии как будущего, так и прошлого. При этом их поведение направлено на последовательное достижение успеха путем развития навыков и более глубокой обработки информации, постановки все возрастающих по своей сложности задач.

Методика «Имидж и взаимодействие» (модификация Перелыгиной Е.Б.): выявляет оценку личностью возможностей своего имиджа. Методика состоит из двух частей. Первая часть включает в себя 10 вопросов о степени влияния определенных факторов на имидж. Ответы делятся по степени влияния: «существенное влияние», «среднее» и «вообще не влияет». И вторая часть включает в себя один вопрос о наиболее значимом факторе влияния: мнении окружающих, собственной позиции или взаимосвязи этих двух составляющих.

Этапы исследования:

1. Подготовительный этап (изучение темы, разработка программы и инструментов).

2. Сбор информации.

3. Обработка собранной информации.

4. Анализ собранной информации, подготовка отчета.

Выборочная совокупность: в данном исследовании приняло участие 40 респондентов женского пола в возрасте от 35 до 55 лет.

Исследование проводилось в онлайн-режиме с помощью сервиса «Анкетолог». Для участия в исследовании респонденты отбирались по следующим признакам: занимает ведущую должность в компании (на последней должности опыт составляет не менее 3 лет).

2.2. Результаты исследования лидерских качеств у женщин-руководителей

В результате опроса респондентов и обработки полученной информации, было оформлено графическое представление психологической информации.

Рассмотрим результаты опроса по карточке личности Платонова К.К. отдельно по каждой подструктуре в разрезе пола респондентов. Первичные обработанные результаты опроса представлены в приложении Б.

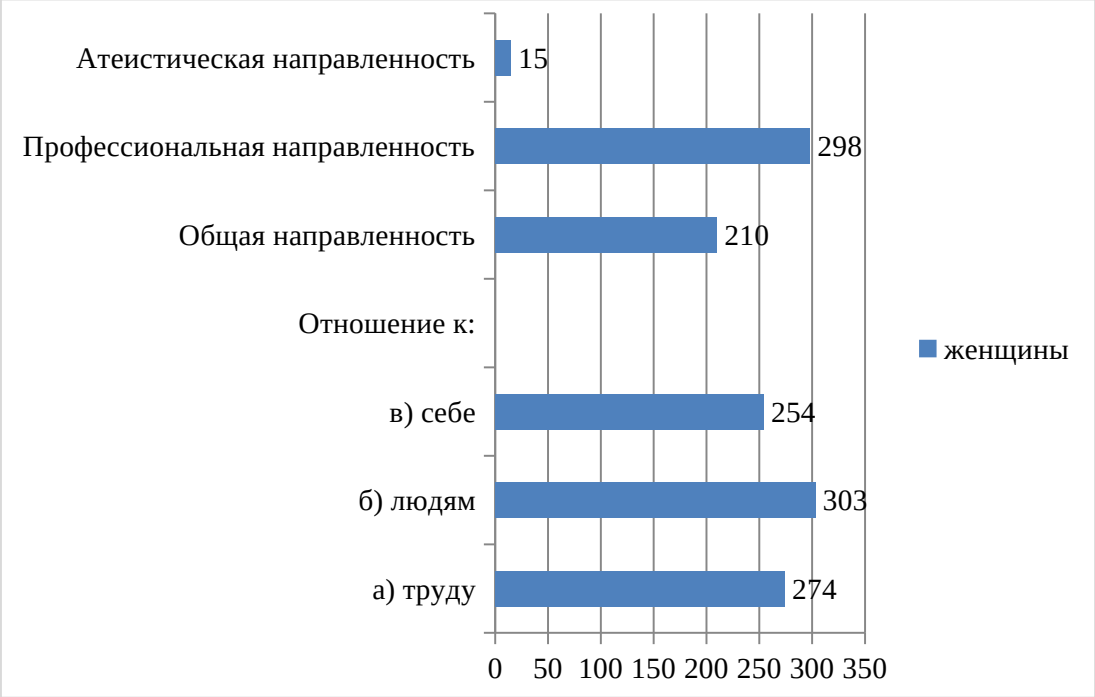


Рисунок 1. Результаты опроса по социально-обусловленной подструктуре опросника Платонова К.К., балл

Как показывают приведенные результаты на рисунке 1, в социально-обусловленной подструктуре наибольшее значение среди респондентов женского пола было обращено на отношение к себе, в первую очередь – это 210 баллов: максимальное число баллов по данному вопросу отметили 9 женщин-респондентов.

Среди опрошенных женщин-руководителей была выявлена следующая тенденция: максимальное число баллов – 298 – было отмечено по вопросу профессиональной направленности.

Таким образом, можно сделать вывод, что своей деятельности женщины в первую очередь видят выгоду для себя в виде возможности самореализоваться, применить свои профессиональные навыки.



Рисунок 2. Результаты опроса по подструктуре опыта опросника Платонова К.К., балл

Данные рисунка 2 наглядно отображают следующие результаты: 187 баллов получено по результатам опроса женщин в отношении психомоторной профессиональной подготовленности. 26 женщин-руководителей отметили данный вопрос максимальным количеством баллов.

Женщины (20 респондентов отметили это максимальным баллом, еще 8 поставили 4 балла) отметили поведение в качестве достаточно важного критерия в подструктуре опыта – выбор профессиональной подготовленности в направлении поведения.

Далее рассмотрим результаты опроса по биологически-обусловленной подструктуре (см. рисунок 3).

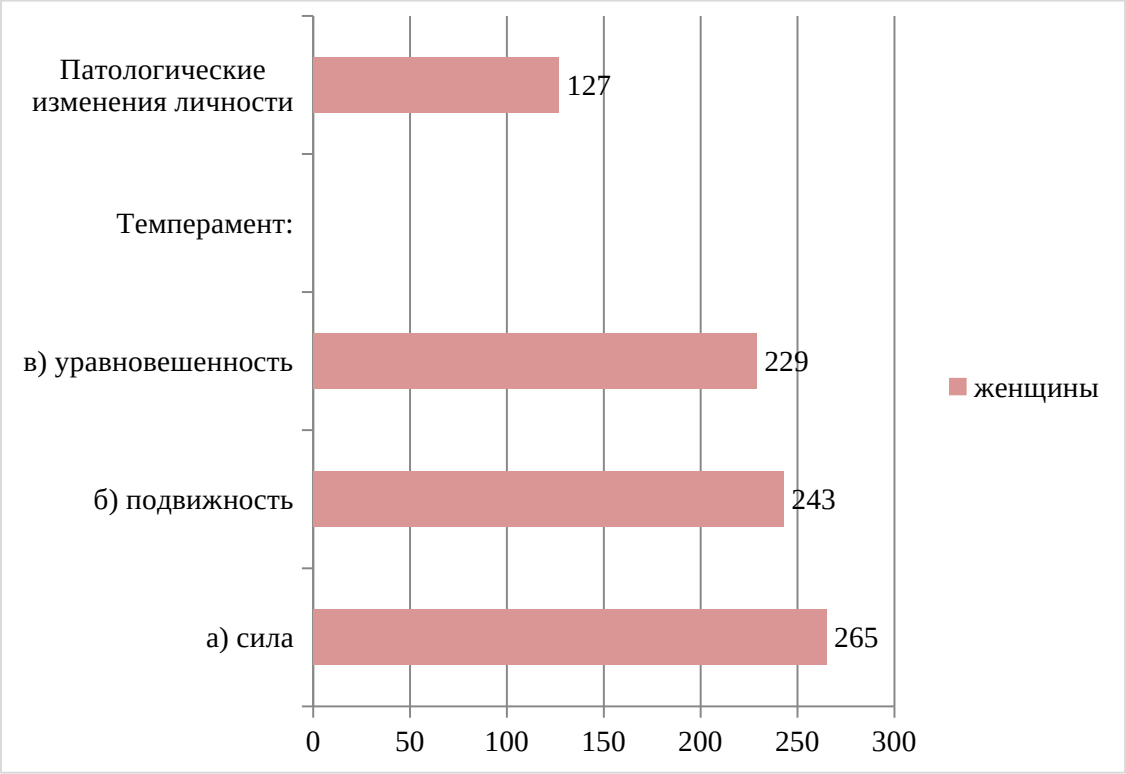


Рисунок 3. Результаты опроса по биологически обусловленной подструктуре опросника Платонова К.К., балл

Исходя из приведенных выше результатов опроса, стоит сделать вывод, что среди показателей темперамента женщины отметили силу в качестве важнейшей характеристики. Среди женщин-руководителей максимальное количество баллов по данной характеристике отметили 16 опрошенных. Исходя из этого, можно сделать вывод, что опрошенные руководители считают наличие силы необходимым фактором в осуществлении деятельности, приносящей доход. Так же достаточно высокие показатели отмечаются и по характеристике – подвижность и уравновешенность. Необходимость патологических изменений личности в связи с занятием руководящей деятельностью отметили 5 женщин.

На рисунке 4 представлены результаты опроса по подструктуре индивидуальных особенностей психических процессов.

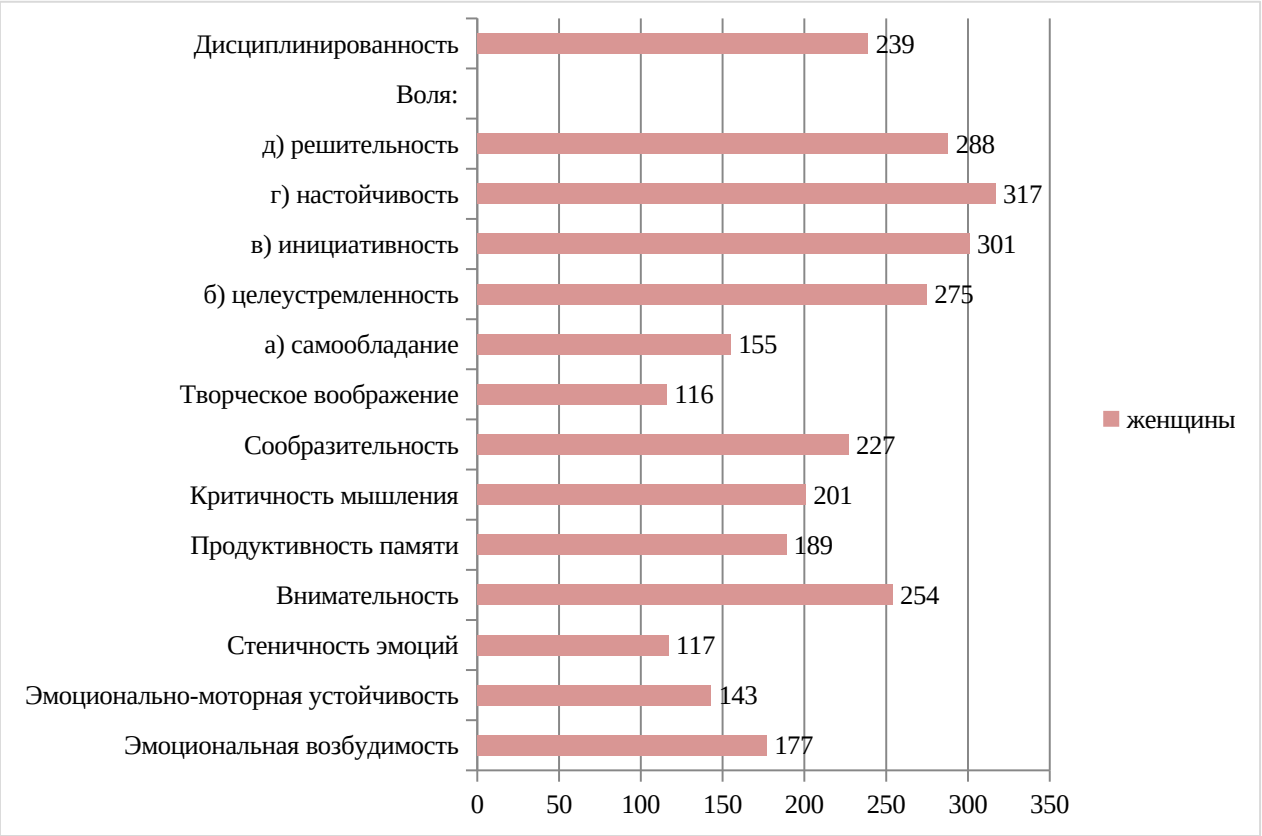


Рисунок 4. Результаты опроса по подструктуре индивидуальных особенностей психических процессов опросника Платонова К.К., балл

Результаты анализа показали, что среди индивидуальных особенностей женщин-руководителей наибольшее значение имеет настойчивость: 317 баллов отметили опрошенные женщины-респонденты (29 опрошенных отметили максимальный балл). По мнению респондентов именно настойчивость играет роль в начале реализации коммерческой деятельности, а так же данным качеством должен отличаться каждый руководитель в процессе управленческой деятельности. Так же немаловажную роль играют такие индивидуальные характеристики, как: решительность, инициативность и целеустремленность.

Таким образом, в качестве основных характеристик, характеризующих женщин-лидеров, выделены: психомоторная профессиональная подготовленность и настойчивость как индивидуальная особенность психических процессов.

Так же как было указано выше, в рамках данного исследования был проведен тест «Локус контроля по Дж. Роттеру». Результаты тестирования представлены ниже и в приложении В.

Таблица 1

Результаты теста «Локус контроля по Дж. Роттеру»

Измерение	Максимальное совпадение	менее 20 совпадений из 23	менее 10 совпадений из 23	Совпадений не обнаружено
Экстернальность, %	22	31	25	2
Интернальность, %	88	69	75	98

Данные таблицы 1 показывают, что исследуемым в большей степени присуща интернальность, то есть убеждение руководителей в не случайности своих успехов, а так же прямой зависимости всех достижений от целеустремленности и уровня способностей.

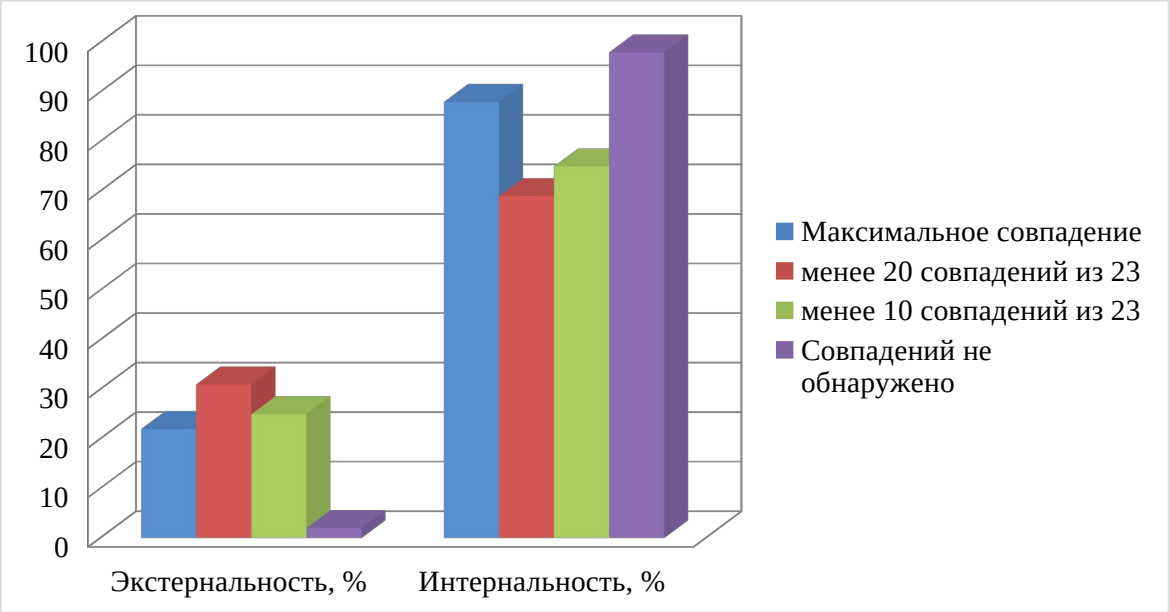


Рисунок 5. Результаты тестирования «Локус контроля по Дж. Роттеру», чел

Так, по результатам тестирования у 22 человек отмечено полное совпадение с ключом соответствия. То есть у более 70% прошедших тестирование отмечается интернальность.

Представляют интерес данные по методике «Имидж и взаимодействие». Средние значения по шкалам методики «Имидж и взаимодействие» приведены в таблице 2.

Таблица 2

Средние значения по шкалам методики «Имидж и взаимодействие» среди женщин на констатирующем этапе

Факторы взаимодействия	Степень влияния					
	Существенное влияние		Среднее		Вообще не влияет	
	Кол-во	%	Кол-во	%	Кол-во	%
1.Реакция окружающих	20	28,6	30	64,3	10	7,1
2.Реакция коллег по работе	20	28,6	40	71,4	0	0
3.Изменения поведения близких людей	70	50	60	42,9	10	7,1
4.Моя собственная позиция	40	85,7	20	14,3	0	0
5.Мое желание увидеть прежние реакции окружающих, которые меня удовлетворяли	0	0	35	64,3	25	35,7
6.Изменение характера поведения руководителя в отношении меня	25	35,7	25	57,2	10	7,1
7.Собственное изменение определенных черт в образе и характере взаимодействия с целью достичь положительной реакции окружающих	35	64,3	25	21,4	10	14,3
8. Мое стремление выглядеть и вести себя так, чтобы я был «на хорошем счету» у знакомых мне людей	20	28,6	30	57,1	10	14,3
9.Специальные усилия профессионала – имиджмейкера	20	28,6	30	57,1	10	14,3
10.Целенаправленное изменение своего имиджа для достижения	30	50	20	35,7	10	14,3
11.Нужных реакций и действий партнеров	15	35,7	45	64,3	0	0

Существенное влияние на развитие имиджа у лидеров оказывает

собственная позиция, которую отметили более 85,7% респондентов-женщин.

Результаты детерминант имиджа представлены на рисунке 6.

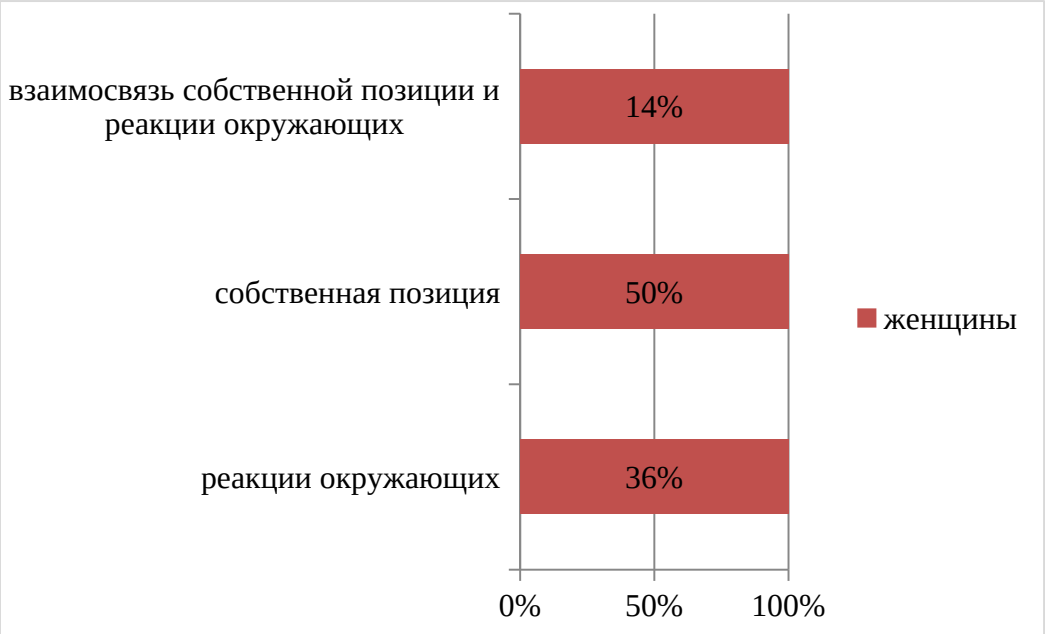


Рисунок 6. Результаты исследования детерминант современных лидеров по методике «Имидж и взаимодействие»

Результаты исследования показали, что лидеры связывают зависимость имиджа от взаимосвязи собственной позиции и реакции окружающих, на что указало более 28,6% респондентов.

Рассмотрим зависимость между этими психологическими характеристиками у женщин с помощью коэффициента корреляции (см. таблицу 3).

Таблица 3

Корреляционная зависимость между психологическими характеристиками

Группа	Психомоторная профессиональная подготовленность	Настойчивость как индивидуальная особенность психических процессов
Женщины	187	317
Коэффициент корреляции	1	

Данные корреляционного анализа показывают наличие прямой зависимости между выявленными основными характеристиками современных женщин-лидеров.

Так же рассмотрим зависимость между интернальностью и целеустремленность респондентов с помощью коэффициента корреляции (см. таблицу 4).

Таблица 4

Корреляционная зависимость между интернальностью и целеустремленностью

Группа	Интернальноссть	Целеустремленность
Женщины	52	231
Коэффициент корреляции	0,32	

Полученное значение коэффициента показывает наличие слабой зависимости между показателем целеустремленности и интернальности. Исходя из этого, можно сделать вывод, что определяющим фактором в эффективности деятельности женщин-лидеров выступает не только желание, но и уровень знаний, настойчивость.

Нами были обозначены гипотезы, что основными психологическими характеристиками лидера должны быть решительность и настойчивость. Такое качество как решительность должно присутствовать как в начале деятельности, так и сопровождать субъекта во всей деятельности: при принятии управленческих решений. Кроме того, нами была подтверждена гипотеза о более высоком уровне дисциплинированности женщин. Женщины выделяют поведение в качестве одной из главных характеристик профессиональной подготовленности.

Выводы по главе 2

Таким образом, проведенный анализ позволяет выделить основные психологические характеристики современной женщины-лидера: психомоторная профессиональная подготовленность (как обязательное условие противостоянию стрессов и проблем, возникающих в процессе организации управления). Среди важнейших характеристик темперамента руководителя необходимо выделить силу и подвижность. Необходимыми индивидуальными особенностями психических процессов лидера являются решительность, настойчивость и инициативность.

Анализ полученных результатов по подструктуре опросника Платонова К.К. показал, что в социально-обусловленной подструктуре наибольшее значение среди респондентов женского пола было обращено на отношение к себе.

Оценка полученных данных по подструктуре опыта опросника Платонова К.К. позволила прийти к выводу, что максимальное количество баллов было получено по результатам опроса женщин в отношении психомоторной профессиональной подготовленности.

Результаты диагностики по подструктуре индивидуальных особенностей психических процессов опросника показали, что среди индивидуальных особенностей женщин-руководителей наибольшее значение имеет настойчивость. По мнению респондентов именно настойчивость играет роль в начале реализации коммерческой деятельности, а так же данным качеством должен отличаться каждый руководитель в процессе управленческой деятельности.

Такое качество как решительность должно присутствовать как в начале деятельности, так и сопровождать руководителя во всей деятельности: при принятии управленческих решений. Кроме того, нами была подтверждена гипотеза о более высоком уровне дисциплинированности женщин. Женщины выделяют поведение в качестве одной из главных характеристик профессиональной подготовленности.

Проведение тестирования по методике «Локус контроля по Дж. Роттеру» показало интернальность у большинства тестируемых, то есть убежденность женщин-лидеров в том, что успех их деятельности во многом определен такими качествами, как целеустремленность и уровень способностей.

Полученные по методике «Имидж и взаимодействие» показали, что лидеры связывают зависимость имиджа от взаимосвязи собственной позиции и реакции окружающих, на что указало более 28,6% респондентов.

Глава 3. Рекомендации по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин- руководителей

3.1. Анализ применяемых технологий формирования лидерских качеств у женщин- руководителей

В современном мире процессы глобализации и многомерное развитие общества накладывают и существенно преображают информационный обмен между обликом личности и кругом потребителей.

Данное исследование сфокусируем на изучение проблем конструирования лидеров с помощью современных средств взаимодействия и влияния на группы общественности, применения новых технологий коммуникации, а также динамично развивающихся методов, с их неотъемлемой частью специалистов, профессионально работающих с этими методами.

Среди них можно выделить SERM-специалистов, которые работают именно с вышеупомянутыми системными, прикладными программными обеспечениями и приложениями. С помощью подчиненного этой цели современного софта, который основывается на сборе и эксплуатации уникальных знаний, они занимаются управлением репутацией в поисковых машинах, то есть в поисковой выдаче. А также редактируют и изменяют процесс выведения веб-ресурсов на главные блоки в лендинге в поисковиках интернета по репутационным запросам[33].

Реализуется эта задача благодаря экспертному анализу, программной обработке информации, автоматизации коммуникаций. Главная цель SERM – отследить, откорректировать, поднять на требуемый уровень и удовлетворить спрос потребительской массы в нужном направлении. Стоит

[33] Недыхалов Л.А. Оценка эффективности serm-технологий в формировании имиджа и репутации (на примере губернатора Краснодарского края В.И. Кондратьева) // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2021. Т. 1. № 1 (34). С. 170-179.

обратить внимание, что репутация важна всегда, во все времена и каждому человеку.

Каждому руководителю необходимо уметь определять средства, за счет которых он будет достигать цели и методы контроля при достижениях целей, а так же уметь ставить задачи. От того, насколько эффективно руководитель умеет управлять мнением коллектива, зависит его успешное руководство. Концепция атрибутивного лидерства опирается на теорию атрибуции, объясняющую причинно-следственную связь между тем, что произошло, и тем, что люди считают причиной происшедшего[34].

Атрибутивный подход к лидерству исходит из того, что выводы лидера в равной мере, как и поведение последователей, обусловлено реакцией лидера на поведение последних. Наблюдая за работой подчиненных, лидер получает информацию о том, как она выполняется. В зависимости от этого он делает свои выводы о поведении каждого из работников и выбирает стиль своего поведения таким образом, чтобы адекватно реагировать на поведение подчиненного. Рассматриваемый подход предполагает, что знание причин, создавших ситуацию, усиливает лидерское понимание и способность предсказать реакцию людей на ситуацию. При этом учитывается то, что в большинстве случаев лидер не имеет возможности непосредственно наблюдать за работой подчиненного. Он ведет поиск информационных подсказок, помогающих ему ответить на вопрос, почему-то или иное происходит. Найденное таким образом объяснение причин направляет его лидерское поведение. В модели атрибутивного лидерства имеются две важные связки. Первая связка отражает стремление лидера определить причины плохой работы. Этот поиск регулируется тремя типами информации о поведении подчиненного: отличительные особенности, последовательность и степень уникальности.

[34] Румянцева В.И. Социальная психология лидерства в спорте: автореферат дис. ... доктора психологических наук: 19.00.05 / ЛГУ. – Ленинград, 1989. – 47 с.

Вторая связка отражает ответное лидерское поведение, являющееся следствием того, что, по мнению лидера, является причиной плохой работы. Взаимосвязь между установленными лидером причинами результатов работы и его последующим поведением определяется тем, кто, по мнению лидера должен нести ответственность за происшедшее. Если лидер считает, что причины носят внутренний характер, то ответственность, по его мнению, должен, нести подчиненный, и к нему принимаются соответствующие меры. Исследования показали, что в рамках данной модели, скорее всего, происходит не воздействие лидера на поведение подчиненного, а взаимодействие между лидером и подчиненным, то есть подчиненный своей реакцией на меры руководителя оказывает влияние на последующее поведение последнего.

Концепция харизматического лидерства. Харизма является формой влияния на других посредством личностной привлекательности, вызывающей поддержку и признание лидерства, что обеспечивает обладателю харизмы власть над последователями. Лидеры этого типа испытывают высокую потребность во власти, имеют сильную потребность в деятельности и убеждены в моральной правоте того, во что они верят. Потребность во власти мотивирует их в стремлении стать лидерами. Их вера в свою правоту деятельным передает людям чувство того, что он способен быть лидером. Эти качества развивают такие черты харизматического поведения, как моделирование роли, создание образа, упрощение целей «фокуса простые и драматического характера цели», упор на большие ожидания, проявление доверительности у последователей импульса к действиям.

Исследования свидетельствуют, что у харизмы есть негативная сторона, связанная с узурпацией личной власти или полным фокусом лидера на самого себя, и позитивная - связанная с упором на разделяемую власть и тенденцией к делегированию части ее последователям. Модели

харизматического лидерства различаются количеством стадий развития самой харизмы и отношений с последователями.

Считается, что вначале необходимо развить чувствительность к обнаружению проблемы, на которую можно было бы обрушиться с критикой. Затем необходимо развить в себе видение идеализированных путей решения этой проблемы. В видение должно быть включено что-то новое, ранее ни кем не предлагавшееся и относительно которого кажется, что оно может немедленно продвинуть решение проблемы. Следующий шаг связан со способностью лидера передать значение своего видения посредством межличностной коммуникации «публикации, речь, жесты, позы и т.п.» последователям таким образом, чтобы это произвело на них сильное впечатление и стимулировало к действиям. Далее лидеру для сплочения последователей вокруг себя важно развить отношения доверия с ними, проявляя такие качества, как знание дела, умение добиваться успеха, принятия на себя риска и совершение неординарных действий или поступков[35].

На заключительном этапе лидер обязан продемонстрировать способность к реализации своего видения через делегирование полномочий последователям (ставя последователям напряженные и значимые задачи, привлекая их к участию в управлении, вознаграждая их за результаты соответствующим образом). Изучение проблем лидерства является особо важной потому, что отечественные компании, в последнее время, часто сталкиваются с иностранными конкурентами, как на российском, так и на зарубежных рынках. А как известно, у иностранных компаний есть главное преимущество – отличные навыки и знания в области функционального менеджмента, и то, что за плечами у них еще и многолетний опыт развития лидерского потенциала. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод,

[35] Румянцева В.И. Социальная психология лидерства в спорте: автореферат дис. ... доктора психологических наук: 19.00.05 / ЛГУ. – Ленинград, 1989. – 47 с.

что отечественным организациям, которые желают сохранить и укрепить свою конкурентоспособность на рынке, нужно начинать развивать лидерство.

Концепция преобразующего лидерства. Понятие преобразующего или реформаторского лидерства имеет много общего с харизматическим лидерством. Лидер-реформатор мотивирует последователей путем повышения уровня их сознательности в восприятии важности и ценности поставленной цели, предоставление им возможности совместить свои личные интересы с общей целью, создания атмосферы доверительности и убеждения последователей в необходимости саморазвития.

Модель преобразующего или реформаторского лидерства предполагает наличие у лидера и последователей определенного поведения, пригодного для творческого решения проблемы в кризисной ситуации. Модель имеет ряд отличительных моментов.

Во-первых, признается необходимым для лидера влиять на последователей через привлечение их к участию в управлении, быть самому частью группы/организации, а не «стоять над ней», с энтузиазмом поддерживать совместные усилия. От последователей требуется не слепое следование за лидером, а критическая оценка предоставляемых возможностей и осознанный подход к своим действиям, уменьшение влияние эмоций и увеличение значимости рациональности в поведении[36].

Во-вторых, поскольку атмосфера доверия развивает сильную взаимозависимость между лидером и последователями, то возникает опасность того, что руководитель окружит себя соглашателями, либо же наоборот, руководитель пойдет на поводу у подчиненных. Эти два традиционных подхода не пригодны для лидера-преобразователя. Можно сделать вывод, что проблемы руководства и лидерства в современной

[36] Хьелл Л. Теории личности: основные положения, исследования и применение / учеб. пособие для психол. фак., психол. дисциплин гуманитар. фак. вузов РФ / Пер. с англ. Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб.: Питер-пресс, серия «Мастера психологии», 1997. – 606 с.

организации на данный момент стоят довольно остро, и поэтому следует уделять большое внимание изучению аспектов руководства и лидерства.

Таким образом, анализ применяемых технологий формирования лидерских качеств у женщин- руководителей показал, что на практике применяются несколько подходов к формированию лидерских качества: атрибутивный подход; концепция харизматического лидерства; делегирование полномочий последователям и концепция преобразующего лидерства.

Как известно, любые масштабные теоретические и эмпирические исследования после проведенного анализа полученных результатов должны заканчиваться их систематизацией и обобщением. Именно этим во многом определяется их значимость. В психологических и акмеологических исследованиях последнего времени, связанных с разработкой крупных научно-практических проблем продуктивного личностно-профессионального развития, связанного с большими профессиональными и иными достижениями, наиболее конструктивной формой обобщения признаны концепции. Поэтому важной составляющей таких исследований является, собственно, разработка психологических и акмеологических концепций[37].

Главной психологической проблемой имиджа отечественных лидеров является весьма распространенная низкая оценка их нравственных качеств (за исключением самооценки). К сожалению, для этого имеются веские основания. Целевые социально-психологические исследования нравственных качеств отечественных лидеров подтвердили эти данные. В частности, них особенно отмечалось, что если речь идет о большой выгоде, то у предпринимателей проявляется низкий уровень ответственности, ненадежность, неразборчивость в средствах достижения поставленных целей.

В то же время психологами отмечены новые тенденции, связанные с формированием лидерских качеств современных руководителей. Они

[37] Анисимов О. С. Основы общей и управленческий акмеологии / О. С. Анисимов, А. А. Деркач. Учебное пособие. — М.: Изд-во РАГС, 2018. – С. 54.

связаны с оценкой их профессиональной успешности и конкурентоспособности. Проведенные психологические исследования показали, что если руководитель обладает высокой конкурентоспособностью и общеизвестно, что его деятельность осуществляется в условиях экономической конкуренции, то его имидж отличается не только позитивными оценками по отдельным показателям, но гармоничностью оценок по всем психологическим составляющим. Иными словами, высоко оцениваются его личностно-деловые и нравственные качества, а так же отношения, причем разными социальными и профессиональными группами.

Важно подчеркнуть, что в последнее время наметилось существенное сближение психологии и акмеологии в разработке некоторых комплексных проблем. Одной из таких проблем является проблема профессионализма и высших профессиональных достижений, которые находятся в исследовательском пространстве психологии труда, психологии развития и акмеологии[38]. В связи с этим весьма актуальной стала проблема разработки собственно психолого-акмеологических концепций или психологических концепций, имеющих и акмеологическое содержание, которые отражали бы результаты исследований на стыке этих наук. Заметим, что подобные концепции на стыке акмеологии с другими психологическими науками уже разрабатываются, примером могут служить следующие из них:

- психолого-акмеологическая концепция профессионализма деятельности в особых и экстремальных условиях;

- психолого-акмеологическая концепция инвариантов профессионализма;

- психолого-акмеологическая концепция развития профессионала;

- психолого-акмеологическая концепция принятия и реализации управленческих решений, представляющая собой качественно строгое

[38] Анисимов С. А. Методы акмеологических исследований/ С. А. Анисимов, А. А. Деркач, Н. И. Конюхов, Б. С. Павлов. - М.: Изд-во РАГС, 2019. – С. 43.

системное описание сущностных психологических характеристик процесса принятия и реализации управленческих решений в диалоговом режиме.

В акмеологии были разработаны и другие подобные концепции, в частности, акмеологической культуры, духовного и нравственного развития личности, культуры мышления, профессионального творчества, акмеологического тренинга программно-целевой направленности, профессионального становления государственных служащих и многие другие[39].

Исходным положением таких концепций является постулат, констатирующий присущее многим субъектам профессиональной деятельности стремление к совершенству в данной профессиональной сфере, к личностно-профессиональному развитию, позволяющему достичь наивысших результатов. Иными словами, такой постулат концепции связан с вершинными достижениями в профессии, которые значительно выходят за рамки принятых стандартов эффективности деятельности, причем эти достижения обусловлены в первую очередь высочайшим уровнем личностно-профессионального развития, высочайшей «интенсивностью бытия»[40]. Эти достижения - не просто плод высочайшей результативности деятельности, главное, они должны иметь высокую общественную значимость, гуманистический характер, отвергающий «успех за счет других», не ущемляющий кого-либо. В силу этого вершины в профессии обладают большой привлекательностью для субъекта, являются своеобразным образом-целью деятельности и личностно-профессионального развития. Такова общая формулировка постулата психолого-акмеологический концепции. Данный постулат должен конкретизироваться в зависимости от профессиональной сферы.

---

[39] Кузьмина Н. В. Акмеологическая теория фундаментального образования. СПб.: Смольный институт РАО, 2018. – С. 33.

[40]Зазыкин В. Г. Основы акмеологической теории профессионализма в управлении. М.: МААН, 2018. – С. 76.

Следует отметить, что логика психолого-акмеологической концепции должна быть ориентирована на аргументированность и обоснованность построения обобщающего знания. В «стыковых» психологических и акмеологических исследований такая обоснованность связывается с достижением профессионализма. В связи с этим идея высокого профессионализма должна стать логическим стержнем любой психологической концепции, имеющей и акмеологическое содержание.

Убедительность концепции обеспечивается не только уровнем и логикой обобщения, но и наличием фактологической базы. Концепция должна базироваться на фактах, а не только умозаключениях. Фактологическая база психологической концепции должна содержать результаты комплексных теоретических и эмпирических исследований по проблеме, связанной с концепцией как в психологии, так и акмеологии[41].

В то же время следует отметить, что разработанные психолого-акмеологические концепции отличались друг от друга по объему, содержанию, форме представления результатов, уровню доказательности и обобщения. Отсюда их значимость и ценность не всегда убедительны.

Если лидер не отличается конкурентоспособностью, то формируется негативный имидж. Однако процесс формирования такого имиджа отличается важной психологической особенностью, отражающей наличие противоречий. Она была определена в процессе анализа социологической ипсихологической информации по проблеме отношения к предпринимателям, а так же с помощью метода экспертного оценивания, в котором приняли участие одиннадцать экспертов, разрабатывающих проблему психологии предпринимательства. Удалось установить, что имидж неконкурентоспособного предпринимателя формируется в условиях дефицита достоверной информации о лидере, на основе «логических»

[41]Зазыкин В. Г. Психологические воздействия в деловом общении / В. Г. Зазыкин. - М., 2018. – С. 66.

построений, которые являются стереотипными оценками[42]. В частности, подвергаются сомнению его личностно-профессиональные и личностно-деловые качества, атак же психологическая готовность к предпринимательской деятельности («не умеет работать», не обладает «соответствующими способностями и качествами», отсутствует «деловая хватка» и пр.). Весьма часто высказываются мнения о «недостаточном профессиональном интеллекте», неумении выстроить «хорошие деловые отношения». При этом следует подчеркнуть, что во многих случаях общие интеллектуальные и нравственные качества неконкурентоспособного предпринимателя могут оцениваться весьма высоко[43]. Это связано с тем, что немало людей полагают, что отечественная рыночная экономика «далека от совершенства», в ней «преобладает протекционизм и взяточничество», «мало честной конкуренции из-за теневых схем» и пр. Из этого следует вывод, что честному и порядочному предпринимателю трудно преуспеть в таких экономических условиях, «пусть, если он даже отличается высоким интеллектом». Иными словами, имидж неконкурентоспособного предпринимателя отличается неоднозначностью. Можно утверждать, что существует несколько имиджей неконкурентоспособных предпринимателей, здесь многое зависит от уровня информированности тех, кто высказывает свое мнение относительно конкурентоспособности предпринимателей. Очевидно, что эти имиджи персонифицированы.

Сказанное лишний раз подчеркивает необходимость целенаправленной и постоянной работы по формированию предпринимателями своего персонального имиджа как конкурентоспособного субъекта профессиональной деятельности.

Правильный выбор модели поведения лидера осуществляется на основании следующих критериев:

---

[42]Анищева Л. И. Акмеологическая концепция развития инновационной профессионально-образовательной системы. М: МААН, ВГУ, 2018. – С. 87.

[43]Жировских О.А. Имидж и его составляющие, - Мн.: Веды, 2018. – С. 92.

1. Нравственная безупречность (в обществе существуют общепринятые подходы к объяснению таких понятий, как честность, справедливость и совесть);

2. Учет конкретной ситуации, в которой личность действует или оказалась по стечению обстоятельств;

3. Цель, которую ставит перед собой личность;

4. Самокритичная оценка существенных возможностей использования конкретной модели поведения.

При изменении собственного делового имиджа первоначально следует поставить себе вопрос: «Как бы я хотел измениться?».

Затем необходимо составить мысленный сценарий поведения в новой роли и претворить принятый сценарий в жизнь, что является испытанием избранной роли на практике.

Например, если по желаемому сценарию нужно проявлять к людям дружелюбие, то в общении со своими сотрудниками, надо вести себя согласно образу внимательного и отзывчивого человека. Если сценарий предписывает проявлять твердость в общении, особенно при принятии решений, надо идти по шаблонной твердости и решительности.

Но, стоит помнить, что имидж возникает только тогда, когда объект-носитель становиться «публичным», т.е. когда есть субъекты его непосредственного или опосредованного восприятия.

Российские лидеры обладают харизматическими и лидерскими качествами, коммуникабельны, интеллектуальны, хорошо ориентируются в экстремальных ситуациях и многие уделяют большое внимание своей внешней атрибутике. Но, российские бизнесмены не достаточно внимательны к другим предпринимателям, своей семье и к работникам, обществу в целом. Также, необходимо отметить существенное изменение в стороне духовности: упадок христианской религии, идеалистических философий и возрождение научно-материалистической идеологии. В разных формах и в различной степени это происходит как в России, так и на Западе,

особенно в период развертывания в мире научно-технической и цифровой революции.

Если говорить об идеальном имидже лидера, то помимо внешнего вида, его можно представить как систему качеств личности:

1. Професссионлизм.

Речь идет об умении многосторонне рассматривать деловую ситуацию. Это умение основано обычно на способности специалиста принимать существенные характеристики объекта в постоянном изменении, что особенно касается ситуации на рынках сырья и сбыта, на финансовом рынке, в сфере технологий.

В интеллекте предпринимателя-профессионала должны быть интегрированы научные знания с действительностью и принятыми в обществе нравственно-духовными нормами.

2. Максимум мастерства.

Сущность это пункта заключается в том, что в любой своей деятельности лидер должен получать максимум эффекта при минимуме затрат и непредвиденных последствий.

3. Деятельное предвидение.

Содержание данного предвидения — в умении поставить правильный диагноз возникшей ситуации, предвидеть возможные изменения и предотвратить нежелательные преобразования объекта. Причем, такое предвидение должно быть основано в большей степени на научном прогнозе.

4. Экстремальное творчество.

Специфика его прежде всего в том, что ярче всего оно проявляется в критических ситуациях, когда другие специалисты теряются и сдаются. Развитая у лидера способность принимать рискованные решения служит источником его успеха.

5. Практичность.

Это качество лидера означает умение использовать новые, свежие, специальные и социальные знания в развитии бизнеса, поэтому такой

бизнесмен будет всегда вести актуальную деятельность и, с легкостью, подстраиваться под окружающую среду.

6. Нравственная гармоничность.

Предприниматель порой ставится практической жизнью в такие условия, когда обычное решение проблемы кажется безнравственным. В такой ситуации особенно четко обнаруживается гуманность - воспитанность личности, уровень и характер которой определяют действительную индивидуальность человека. Большую важность она имеет, конечно же, и при создании имиджа.

Формирование эффективного персонального имиджа конкурентоспособного лидера следует осуществлять по следующим направлениям:

– ориентация на социальные ожидания (какие личностно-профессиональные качества и отношения наиболее ценимы людьми, они должны стать чертами имиджа);

– следование основным требованиям (черты победителя, стереотипная многоплановость, видимая доступность и др.);

– ориентация на психологические модели эффективного имиджа, адекватные ситуации (например, четырехлучевую: «лидерские качества – интеллект – нравственные качества – потенциал» или трехлучевую: «личность – деятельность – отношения» и др.);

– учет гендерных, национальных и возрастных особенностей тех, для кого формируется имидж;

– ролевое поведение, соответствующее данным требованиям и моделям.

В этом случае персональный имидж конкурентоспособного руководителя будет обязательно позитивным, а при серьезной индивидуальной работе весьма эффективным.

3.2. Разработка рекомендаций по формированию и продвижению лидерских качеств у женщин-руководителей в рамках организации

Далее формирования и продвижения лидерских качеств у женщин-руководителей в рамках организации предложена реализация следующих мероприятий:

1. Провести обучение для сотрудников из категории административного персонала по формированию лидерских качеств.

Коллектив является одной большой семьей, в рамках которой сотрудниками выполняются определенные действия. И, в том случае, когда все хорошо, дела идут аналогично в положительном направлении. Но, если в границах этого рабочего инструмента произошел сбой, то итог не может радовать. Приоритетная задача рабочего механизма – объединить сотрудников.

Каждый работник имеет индивидуальный характер и личную точку зрения, а в зависимости от этого, людьми воспринимается рабочий механизм по-разному. Для того, чтобы эффективно работать и предпринимать взаимодействие сотрудников, определяющим служит не личные достижения и возможности, а коммуникация в группе.

Ниже предлагаем этапы обучения штата сотрудников.



Рисунок 7 - Этапы внедрения и реализации системы обучения сотрудников из категории административного персонала

Тренинги предполагают форму:

- деловых игр коллектива;
- спортивных соревнований;
- тимбилдинг;
- совместная работа по презентации арт-объектов, материалов в идеоформате, салонов с творческим уклоном и пр.
- Задача руководителя - создать комфортную атмосферу, которая направлена на то, чтобы адаптировать и внедрить все индивидуальные свойства работников в рамки единого рабочего механизма.

Есть список упражнений, которые могут быть применены руководителями для того, чтобы объединить коллектив.

1. Занятие «По порядку, рассчитайсь».

Здесь цель: распределение ролей внутри команды, выявление общих черт и способов взаимодействия между участниками.

Время: 10 – 15 минут.

Правила занятия: игроки становятся по росту на одном уровне. В процессе упражнения запрещено переговариваться. С каждым последующим действием все становится сложнее– люди строятся по датам рождения, по цвету волос, или по пятой букве фамилии.

Итог: все лучше узнают что-то новое о коллегах, учатся практичному взаимодействию в коллективе.

Завершение: обязательно обсуждаются детали:

1) В чем содержалась сложность данного упражнения?

2) Кому и какая роль досталась?

3) Какая система понадобилась для выполнения упражнения?

2. Занятие «На старт, внимание, марш!»

Цель: объединение сотрудников и развитие командного духа.

Время: 10-15 минут.

Правила занятия: при общем участии, группа должна как можно быстрее, а главное, молча, создать несколько различных фигур: квадрат, треугольник, ромб, букву, птичий косяк.

Итог: согласованность действий, общая координация, распределение ролей между участниками.

Завершение: по окончанию упражнения нужно обсудить следующие вопросы:

1) В чем заключалось сложность выполнения упражнения?

2) Какое решение помогло его выполнить?

Эти простые и короткие упражнения помогут в сжатые сроки сплотить коллектив и создать атмосферу взаимопонимания

Больший результат может быть достигнут путем прохождения тренингов, направленных на то, чтобы сплотить коллектив в рамках специальной тренинговой компании. Команда профессиональных бизнес - тренеров поможет в:

- оптимизации отношений в рамках коллектива;
- грамотном выходе из конфликтных ситуаций
- донесении своей точки зрения так, чтобы ею не было вызвано сопротивления
- понимании истинных мотивов поведения члена своей команды
- сплочении работников;
- развитии умения действия сообща;
- разработке антистрессовой программы для решения текущих проблем в коллективе.

Первый блок тренингов будет направлен на то, чтобы создать у участников позитивную мотивацию на игру и коммуникативный разогрев.

Второй блок составляют командные задания и направлен на эмоциональное сплочение коллектива и поднятие корпоративного духа. В игровой форме происходит отработка основных навыков командного

взаимодействия. Сначала была проведена предтренинговая диагностика.

В зависимости от количества участников для проведения программы требуется разное количество инструкторов и ведущих. В среднем один инструктор координирует работу команды из 7-10 человек.

Задание на проведение тренингов представлено в таблице 5.

Таблица 5

Задание на проведение тренингов для работников

Описание задание	Проведение тренингов
Задачи задания	Задачи: - повышение сплоченности работников; - улучшение отношений между работниками; - повышение производительности труда.
Целевая группа	Работники из категории административного персонала
Количество работников	Административный персонал
Частота семинаров	Тренинги актуальны для всех работников. 1 раз в месяц в течение года (будет проведено 10 тренингов).
Какая информация должна обязательно быть представлена для реализации проекта	График и расчет стоимости тренингов, программа
Сроки утверждения программы	До 10 дней

План-график обучения управляющих сотрудников рассчитан на один месяц и включает в себя этапы, показанные в таблице 6.

Обучению подлежат сотрудники со стажем работы не более 5-х лет – 18 человек.

Таблица 6

План-график обучения специалистов в 2023 году

Этапы обучения	Форма обучения	Сроки
1. Ознакомление с миссией, целями и задачами организации	Наставничество	01-02.07
2. Изучение должностной инструкции	Наставничество	03-04.07
3. Изучение инновационных технологии	Дистанционная форма	05-25.07
4. Проведение открытых	Наставничество,	26-30.07

занятий	интерактивная форма в аудитории	
5. Подведение итогов	-	31.07

Как показывает таблица 6, процесс обучения состоит из 5 этапов, которые предполагается реализовать с 1 июля по 31 июля 2023 года.

Диаграмма Ганта представлена на рисунке 8.

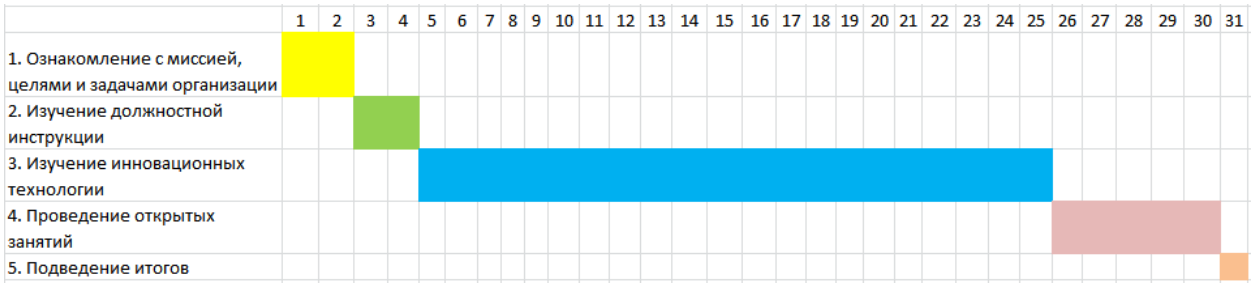


Рисунок 8 – Диаграмма Ганта на июль 2023

Так же процесс обучения предполагает сочетания различных форм обучения: наставничество, дистанционная форма обучения, а так же интерактивная форма в аудитории.

Для выявления персонала, который подлежит обучению, повышения качества услуг и роста профессионализма персонала предлагается также внедрить систему аттестации персонала.

Проект проведения аттестации персонала представлен на рисунке 9.

Как показывает рисунок 9, процесс внедрения системы аттестации предполагает 3 направления:

- разработка системы оценки;

- разработка нормативной базы;

- расчет экономической эффективности проекта.

Так же схема показывает, что в рамках реализации данного проекта выбрано 2 исполнителя: специалист по кадрам и бухгалтер. В качестве контролирующего лица – заместитель директора организации.

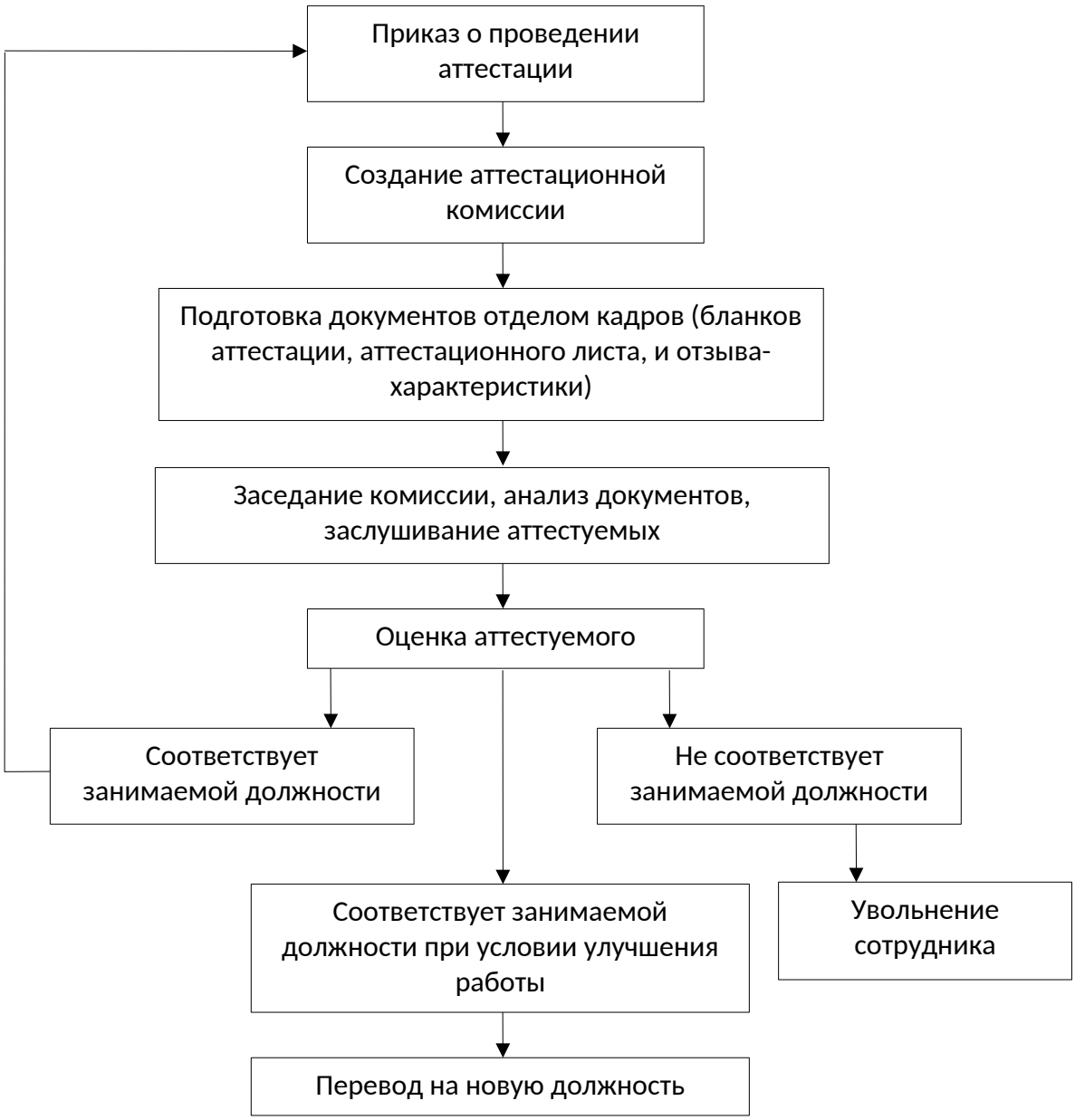


Рисунок 9 - Проект проведения аттестации в АО «ОЭМК им. А.А. Угарова»

План обучения на второе полугодие 2023 года показан в таблице 7.

Итак, план обучения сотрудников должен включать в себя 3 основных этапа-направления:

- мероприятия по снижению текучести кадров путем организации их обучения в коллективе;

- совершенствование системы аттестации персонала;

- разработка программы внутреннего обучения основного производственного персонала.

Диаграмма Ганта представлена на рисунке 10.

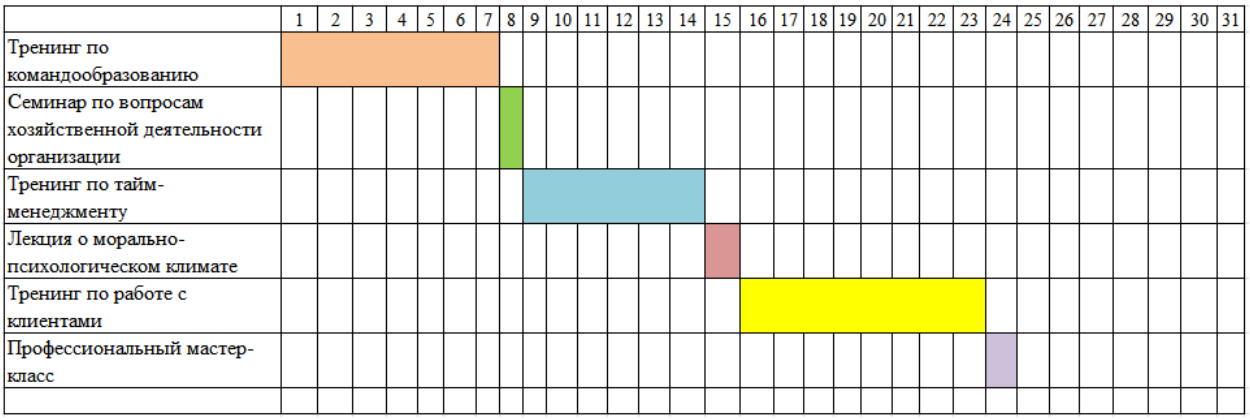


Рисунок 10 – Диаграмма Ганта на август 2023 года

На рисунке 11 представлен сетевой график проекта.



Рисунок 11 – Сетевой графк проекта

Как показывают данные рисунка 11, формирование команды возможно 4 различными вариантами. Наиболее оптимальным вариантом является разработка и внедрение ПВС.

Для определения уровня готовности организации к переменам был использован опросник «Оценка готовности организации к переменам» Х. Рамперсада.

Выявлено, что 16,8% сотрудников считают, что организация не готова к изменениям; 38,9% считают, что готовность организации удовлетворительная; 28,4% — готовность высокая и 15,8% — крайне высокая (см. рисунок 12).

В ходе проведения исследования были проведены экспертные опросы, в результате которых выделены методы и технологии, которые необходимо использовать при разработке и реализации изменений в организациях, в том числе при сопротивлении персонала.

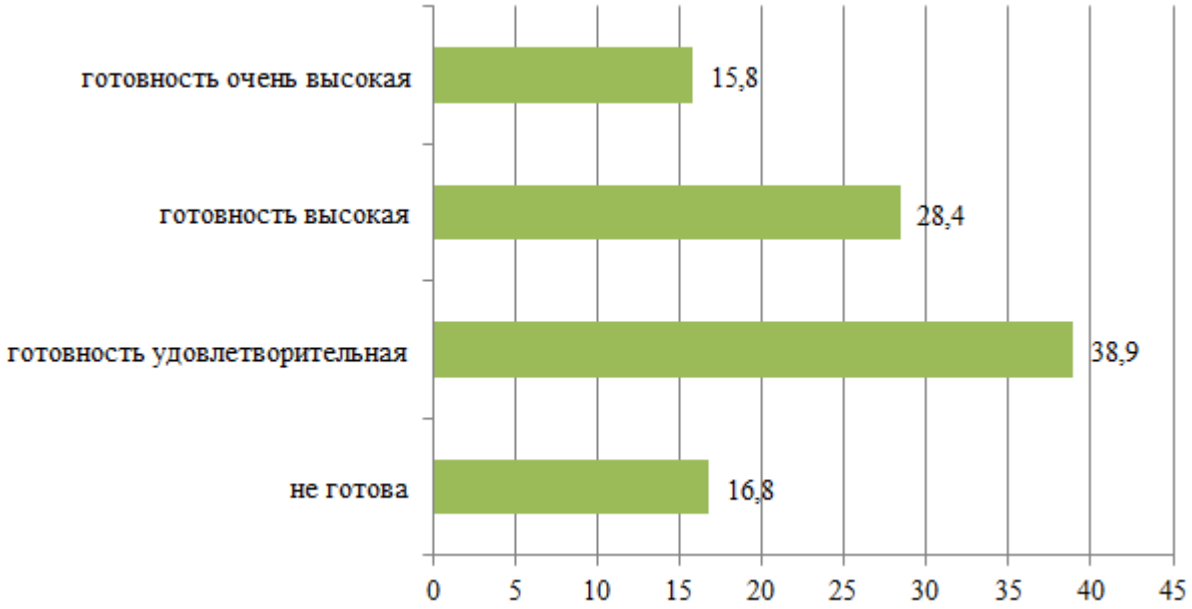


Рисунок 12 — Готовность организации к изменениям

Эксперты отнесли к ним следующие: постоянное, пошаговое информирование сотрудников; вовлечение сотрудников в процесс принятия решений; поддержка сотрудников; личные беседы; переговоры; маневрирование и мягкое манипулирование; активное вовлечение

сотрудников в модернизацию; контроль психологического климата в коллективе; контроль уровня вовлеченности персонала; проведение консультационных мероприятий психологического и организационного характера.

В организации на наставничество в 2021 году потратили: 78*1580=123240 руб., где:

- 78- сотрудники проходящие адаптацию;

- 1580 руб.- добавка к зарплате руб.

Теперь мы видим, что в 2021 году на наставничества потрачено 123240 рублей, не считая времени, которое было потрачено коллективом на процедуру вхождения в организацию.

Так же отметить, что из 78 работников успешно прошло всего 63 человека, значит, организация потеряла 23700 руб.

Теперь мы покажем затраты на разработанные мероприятия в таблице 7.

Таблица 7

Затраты

Мероприятия	**Затраты, руб**	**Примечание**
Нормализация института наставничества	3500	Ежемесячная доплата наставникам за каждого адаптанта.
Внедрение системы повышения квалификации	2000	Затраты на бумагу и канцелярские принадлежности при печати необходимого перечня информации.
Разработка плана выполнения работы и заданий от наставника для вновь принятых работников (ежедневник)	150	Затраты за печать 1 экземпляра ежедневника для работника

Допустим если организация в год примет 20 новых работников, с помощью предложенных мероприятий организация потратит:

20*3500 = 70 тысяч рублей;

20*150 = 3 тысячи рублей.

Итого, затраты на реализацию разработанных мероприятий составят:

70 + 2 + 3 = 75 тысяч рублей.

В качестве метода определения социально-экономической эффективности проекта выбран метод экспертной оценки.

В состав экспертов входит 7 человек:

- Директор;
- Заместитель директора;
- Главный бухгалтер;
- Начальник отдела кадровой службы;
- Начальник отдела внутреннего контроля;
- Начальник отдела экономики и планирования;
- Специалист отдела кадровой службы.

Экспертные социальные показатели, которые будут улучшены в результате реализации проекта:

1 – улучшение выполнения сотрудниками своих функциональных обязанностей;

2 - нормализация института наставничества;

3 – эффективность системы обучения лидерству;

4 - повышение уровня интенсивности труда.

Таблица 8

Результаты экспертного ранжирования

Результаты экспертного ранжирования							
Ранжируемые показатели	**NN экспертов**						
	1	2	3	4	5	6	7
1	1	2	1	1	3	1	2
2	3	3	3	3	1	3	3
3	2	1	4	2	4	4	4
4	4	4	2	4	2	2	1

Для нахождения согласованной оценки группы экспертов определяется сумма весов оценок по каждому показателю. Это отображено в таблице 9.

Таблица 9

Расчет сумм весов оценок экспертных оценок

Результаты экспертного ранжирования								Сумма
Ранжируемые показатели	NN экспертов							
	1	2	3	4	5	6	7	
1	1	2	1	1	3	1	2	11
2	3	3	3	3	1	3	3	19
3	2	4	4	2	4	4	4	24
4	4	1	2	4	2	2	1	16

Результат ранжирования, который представляет согласованную оценку экспертов:

1 - улучшение выполнения сотрудниками своих функциональных обязанностей;

4 - повышение уровня интенсивности труда

2 - нормализация института наставничества;

3 - эффективность системы обучения лидерству.

Таблица 10

Определение согласованного ранжирования

Согласованная оценка экспертов	NN экспертов							Ранжированные суммы по возрастанию
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	
1	1	2	1	1	3	1	2	11
4	4	1	2	4	2	2	1	16
2	3	3	3	3	1	3	3	19
3	2	4	4	2	4	4	4	24

Наивысшую оценку получил показатель «эффективность системы обучения лидерству», а наименьшую – «улучшение выполнения сотрудниками своих функциональных обязанностей».

Произведем оценку степени согласованности мнений экспертов.

Данная оценка свидетельствует о значимости данных показателей и производится путем вычисления коэффициента конкордации (согласования) по формуле (1) и (2):

$$W = X^2 / (m * (n-1)) \quad (1)$$

$$X^2 = 12S / ((m*n)*(n+1)) – 3m*(n+1) \quad (2)$$

где, X-квадрат;

m – количество экспертов;

n – количество эффектов;

S – сумма квадратов весов оценок.

Полученный коэффициент *W* оценивается по шкале от 0 до 1.

$$X^2 = (12*1314)/(7*4*(4+1)) – 3*7*(4+1) = (15768/140) – 105 = 7,63$$

$$W = 7.63/ (7*(4-1) = 0.21$$

Полученное значение выше 0, что означает положительную согласованность мнений экспертов и согласованное ранжирование реализуемо на практике. Величина коэффициента согласования *W=0,21* указывает на положительное согласование мнений группы экспертов.

Полученное согласованное ранжирование устойчивое, что свидетельствует о социально-экономической эффективности предлагаемых проектных мероприятий.

Выводы по главе 3

Анализ применяемых технологий формирования лидерских качеств у женщин- руководителей показал, что на практике применяются несколько подходов к формированию лидерских качества: атрибутивный подход;

концепция харизматического лидерства; делегирование полномочий последователям и концепция преобразующего лидерства.

В качестве психолого-акмеологических условий улучшения лидерских качеств российских современных женщин-лидеров были предложены следующие направления: ориентация на социальные ожидания (какие личностно-профессиональные качества и отношения наиболее ценимы людьми, они должны стать чертами имиджа); следование основным требованиям (черты победителя, стереотипная многоплановость, видимая доступность и др.); ориентация на психологические модели эффективного имиджа, адекватные ситуации (например, четырехлучевую: «лидерские качества – интеллект – нравственные качества – потенциал» или трехлучевую: «личность – деятельность – отношения» и др.); учет гендерных, национальных и возрастных особенностей тех, для кого формируется имидж; - ролевое поведение, соответствующее данным требованиям и моделям.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На современном этапе, связанном с ситуационными и ценностными концепциями лидерства, наибольшую распространенность получили представления о лидерстве как об эффективном взаимодействии лидера и его последователей, умении убеждать, результате распределения ролей в группе.

Доминирование гендерного фактора над лидерской ролью часто связывалось с понятием андрогинии, которое в теории андрогинного менеджмента, рассматривалось как наиболее удачное сочетание мужских и женских черт, которыми должен обладать эффективный руководитель.

В противовес первой группе теорий, ко второй группе можно отнести те научные достижения, которые имеют целью продемонстрировать преобладающую роль лидерства над гендерным фактором. Одной из самых ярких демонстраций факта превалирования лидерства является ситуационно-должностной подход, согласно которому независимо от пола руководители являются равнозначными, если они выполняют одинаковые функции и занимают одинаковые должности, конечно же, если при этом не учитывать различные ситуативные факторы.

Имидж лидера представляет собой образ руководителя в восприятии подчиненных, соответствующий его ожиданиям; целенаправленно формируемый образ, который призван оказать эмоционально-психологическое воздействие.

Эмпирическое исследование лидерских качеств у женщин-руководителей проводилось с участием 40 респондентов женского пола в возрасте от 35 лет. Исследование проводилось в онлайн-режиме с помощью сервиса «Анкетолог». В качестве методов исследования был использованы: методика «Имидж и взаимодействие» (модификация Перелыгиной Е.Б.); опросник Платонова К.К. «Изучение структурных компонентов личности», тест «Локус контроля» Дж. Роттер; определение корреляции с помощью коэффициента корреляции.

Проведенный анализ позволяет выделить основные психологические характеристики современной женщины-лидера: психомоторная профессиональная подготовленность (как обязательное условие противостоянию стрессов и проблем, возникающих в процессе организации управления). Среди важнейших характеристик темперамента руководителя необходимо выделить силу и подвижность. Необходимыми индивидуальными особенностями психических процессов лидера являются решительность, настойчивость и инициативность.

Анализ полученных результатов по подструктуре опросника Платонова К.К. показал, что в социально-обусловленной подструктуре наибольшее значение среди респондентов женского пола было обращено на отношение к себе.

Оценка полученных данных по подструктуре опыта опросника Платонова К.К. позволила прийти к выводу, что максимальное количество баллов было получено по результатам опроса женщин в отношении психомоторной профессиональной подготовленности.

Результаты диагностики по подструктуре индивидуальных особенностей психических процессов опросника показали, что среди индивидуальных особенностей женщин-руководителей наибольшее значение имеет настойчивость. По мнению респондентов именно настойчивость играет роль в начале реализации коммерческой деятельности, а так же данным качеством должен отличаться каждый руководитель в процессе управленческой деятельности.

Такое качество как решительность должно присутствовать как в начале деятельности, так и сопровождать руководителя во всей деятельности: при принятии управленческих решений. Кроме того, нами была подтверждена гипотеза о более высоком уровне дисциплинированности женщин. Женщины выделяют поведение в качестве одной из главных характеристик профессиональной подготовленности.

Проведение тестирования по методике «Локус контроля по Дж. Роттеру» показало интернальность у большинства тестируемых, то есть убежденность женщин-лидеров в том, что успех их деятельности во многом определен такими качествами, как целеустремленность и уровень способностей.

Полученные по методике «Имидж и взаимодействие» показали, что лидеры связывают зависимость имиджа от взаимосвязи собственной позиции и реакции окружающих, на что указало более 28,6% респондентов.

В качестве психолого-акмеологических условий улучшения лидерских качеств российских современных женщин-лидеров были предложены следующие направления: ориентация на социальные ожидания (какие личностно-профессиональные качества и отношения наиболее ценимы людьми, они должны стать чертами имиджа); следование основным требованиям (черты победителя, стереотипная многоплановость, видимая доступность и др.); ориентация на психологические модели эффективного имиджа, адекватные ситуации (например, четырехлучевую: «лидерские качества – интеллект – нравственные качества – потенциал» или трехлучевую: «личность – деятельность – отношения» и др.); учет гендерных, национальных и возрастных особенностей тех, для кого формируется имидж; - ролевое поведение, соответствующее данным требованиям и моделям.

Анализ применяемых технологий формирования лидерских качеств у женщин- руководителей показал, что на практике применяются несколько подходов к формированию лидерских качества: атрибутивный подход; концепция харизматического лидерства; делегирование полномочий последователям и концепция преобразующего лидерства.

В качестве перспективного направления для дальнейшего исследования возможно изучение характера воздействия лидерских качеств женщин-руководителей с точки зрения подчиненных с последующим применением результатов для разработки рекомендаций по поведению женщины-лидера.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агабаева М.А. Лидерство как социально - психологическое явление // Наука и образование: тенденции, проблемы и перспективы развития. 2021. С. 113-118.
2. Альберт М., Хедоури Ф., Мескон М. Основы менеджмента/Пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – С. 433-562.
3. Анисимов О. С. Основы общей и управленческий акмеологии / О. С. Анисимов, А. А. Деркач. Учебное пособие. — М.: Изд-во РАГС, 2018. – С. 54.
4. Анищева Л. И. Акмеологическая концепция развития инновационной профессионально-образовательной системы. М: МААН, ВГУ, 2018. – С. 87.
5. Аржанова К.А., Довжик Г. В. Социально-психологические механизмы формирования имиджа: Монография / К.А. Аржанова, Г.В. Довжик. – М. : Издательство «ОнтоПринт», 2021. – 184 с.
6. Багирова З. К. Социально-психологический тренинг как средство формирования лидерских качеств / З. К. Багирова, М. Г. Омарова // Уральский научный вестник. – 2022. – Т. 1. – № 7. – С. 68-72.
7. Белов Д. Ю. Исследование связи нарциссических черт и лидерских качеств личности / Д. Ю. Белов // Научно-исследовательский центр "Technical Innovations". – 2021. – № 7. – С. 23-31.
8. Бендас Т.В. Психология лидерства: учебное пособие. – СПб: Питер, серия «Учебное пособие», 2018. – С. 50.
9. Губанова А.В. Анализ предпосылок и направлений развития учений о лидерстве в менеджменте // Экономические системы. 2020. № 4. С. 91-101.
10. Дубов И.Г., Пантилеев С.Р. Восприятие личности политического лидера//Психологический журнал. 1992. Т. 13. №4. – С. 25-34.

11. Жировских О.А. Имидж и его составляющие, - Мн.: Веды, 2018. – С. 92.

12. Зазыкин В. Г. Основы акмеологической теории профессионализма в управлении. М.: МААН, 2018. – С. 76.

13. Кадыров К. Б. Влияние эмоционального интеллекта на проявление лидерских качеств личности / К. Б. Кадыров // Psixologiya. – 2020. – № 1. – С. 78-90.

14. Карабущенко Н.Б., Штырев М.М. Психологические особенности мотивационных установок личности молодежного лидера // Ярославская психологическая школа: история, современность, перспективы. 2020. С. 509-513.

15. Киреев А. С. Развитие лидерских качеств менеджера среднего звена / А. С. Киреев, Н. Б. Фатеева, Л. Н. Петрова // Молодежь и наука. – 2022. – № 2. – С. 85.

16. Кузьмина Н. В. Акмеологическая теория фундаментального образования. СПб.: Смольный институт РАО, 2018. – С. 33.

17. Куркемова Э.Т. Стратегии формирования и трансляции имиджа политиков в сети интернет // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2021. № 1 (66). С. 84-89.

18. Лаптева Е. В. К вопросу о лидерстве и оценке лидерских качеств / Е. В. Лаптева, А. А. Попов // Лидерство и менеджмент. – 2022. – Т. 9. – № 1. – С. 23-36.

19. Лимонова О. О. Становление лидера и лидерских качеств // Актуальные проблемы науки и образования в условиях современных вызовов. - 2022. – С. 107-110.

20. Лихтанская О. И. Лидерство в организации. Гендерный подход / О. И. Лихтанская, Т. М. Левченко, Л. К. Логачева // Экономика XXI века. - 2021. – С. 328-333.

21. Лихтанская О. И. Лидерские качества руководителя как фактор успешной управленческой деятельности на предприятиях сферы услуг / О. И.

Лихтанская, В. В. Салий, Н. В. Шаланов // Вестник Академии знаний. – 2022. – № 48(1). – С. 165-169.

22. Мажоров, Д. А. Критерии оценки эффективности имиджа и имиджеобразующих текстов / Д. А. Мажоров // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. – 2018. – № 26 (60). – С.167–171.

23. Недыхалов Л.А. Оценка эффективности serm-технологий в формировании имиджа и репутации (на примере губернатора Краснодарского края В.И. Кондратьева) // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2021. Т. 1. № 1 (34). С. 170-179.

24. Панкова Л. Н. Женское лидерство, как тренд развития глобальной экономики / Л. Н. Панкова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2018. – № 10А. – С. 183-188.

25. Полищук Д.С. Типы имиджа в политике // Образование и наука в современных реалиях. 2021. С. 149-152.

26. Реттих А.А. Лидерство как социально-психологический феномен // Научные достижения студентов и учащихся. 2021. С. 93-97.

27. Сидорова Д.В., Кондрашова Я.К. Сущность политического лидерства: понятие и теории // Форум молодых ученых. 2021. № 1 (53). С. 301-303.

28. Слинкова О.К. Эволюция взглядов на природу лидерства // Современное общество и власть. 2018. № 3 (17). С. 87.

29. Фарбер, А. В. Особенности гендерных характеристик женщин-руководителей / А. В. Фарбер // Человеческий капитал. – 2020. – № 9(141). – С. 115-123.

30. Фрейд З. Томас Вудро Вильсон: двадцать восьмой президент США. Психологическое исследование / пер. с англ. В. В. Старовойтова; общ. ред. Е. Н. Царева; предисл. В.В. Старовойтова, Е.Н. Царева. – Москва: Прогресс: Универс, 1992. – 285 с.

31. Фурин И. О. Признаки лидерского поведения / И. О. Фуин // Конкурс молодых учёных. - 2022. – С. 289-291.

32. Хьелл Л. Теории личности: основные положения, исследования и применение / учеб. пособие для психол. фак., психол. дисциплин гуманитар. фак. вузов РФ / Пер. с англ. Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб.: Питер-пресс, серия «Мастера психологии», 1997. – 606 с.

33. Юшаева Р. С. Э. Лидерские качества и характеристики / Р. С. Э. Юшаева, Д. С. Саралинова // Теория и практика эффективности государственного и муниципального управления : Сборник научных статей 4-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Курск, 13 мая 2022 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 391-393.

34. Ярошенко Г.В., Карапетян Г.Т., Шилова О.В. Понятие лидерства в государственном управлении // Лучшие студенческие исследования. 2021. С. 260-263.

35. Christie R., Geis F.L. Studies in Machiavellianism. San Diego: Academic Press. 1970, p. 415.

36. Clifford C., Coch T.J. The relationship between leadership leadership and personality attributes perceived by followers//Journal of social psychology. 1976. Vol. 64 №1. P. 57-64.

37. Fleming E.G. A factor analysis of the personality of high school leaders//Journal of Applied Psychology. Vol.19. 1935, pp. 595-605.

38. Gibb C.A. Leadership / Handbook of social psychology / G. Lindzey, E. Aronson (eds.). 2-d ed. Vol 4. 1969, pp. 205-282.

39. Green S.G., Nebeker D.M., Boni M.A. Personality and situational effects on leader behavior//Academy of management journal. 1976. Vol. 19. №2. P. 184-194.

40. Hinton B.L., Barrow J.C. Personality correlates of the reinforcement propensities of leaders // Personnel psychology. Vol. 29. №1. 1976, pp. 61-66.

41. Kanter R.M. Men and woman of the corporation. – New York: Basic books, 2017. – 244 p.

42. Long T.J., Schultz E.W. Empathy: a quality of an effective group leader // Psychological reports. Vol. 32. №3. Pt. I., 1973, pp. 699-705.

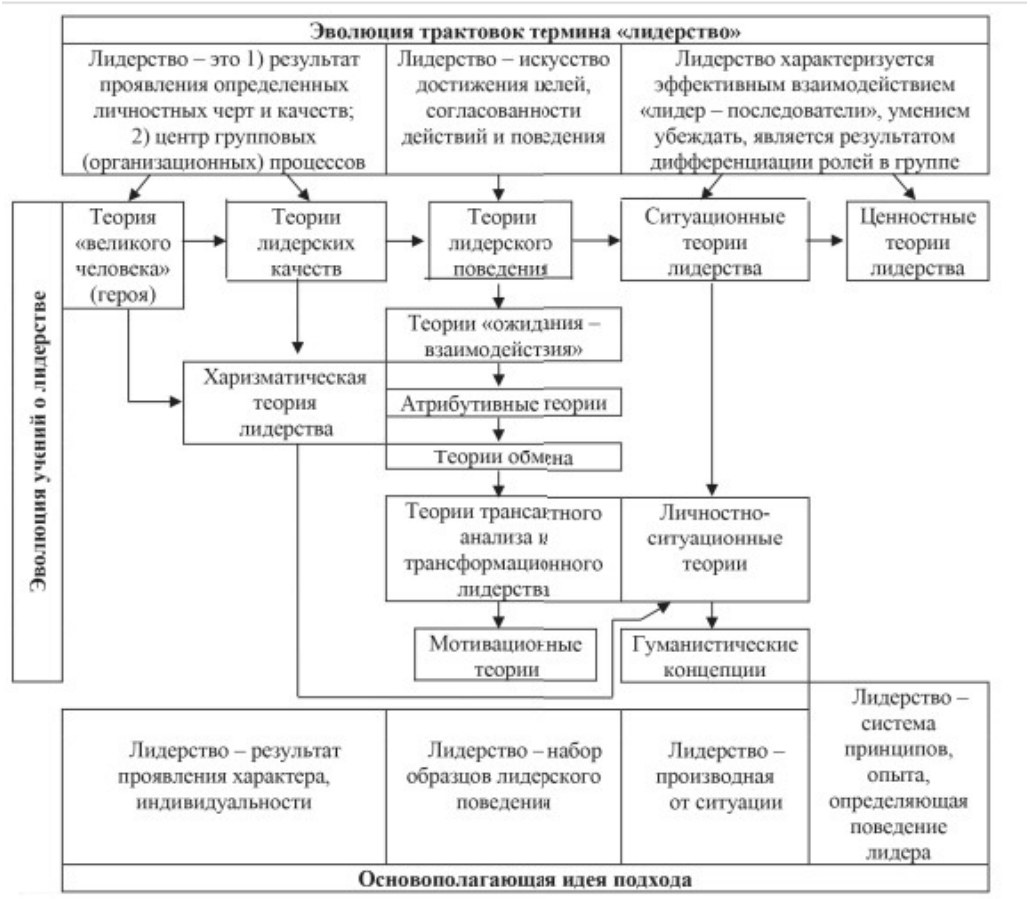
43. Stogdill R.M. Handbook of leadership: a survey of theory and research. N.Y.: Free Press. 1974, p. 581.

44. Психологические характеристики имиджа российских предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.dissercat.com/content/psikhologicheskie-kharakteristiki-imidzha-rossiiskikh-predprinimatelei

45. Образ российского предпринимателя: прошлое и настоящее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://old.nasledie.ru/oboz/N10_98/10_15.HTM

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Система классических научных подходов к изучению лидерства в менеджменте



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Первичные результаты опросника Платонова К.К.

	Баллы
1. Социально-обусловленная подструктура	
а) труду	274
б) людям	303
в) себе	254
Отношение к:	
Общая направленность	210
Профессиональная направленность	298
Атеистическая направленность	15
2. Подструктура опыта	
Профессиональная подготовленность	
а) психомоторная	187
б) музыкальная	32
в) театральная	56
г) художественная	22
д) литературная	76
е) поведения	167
Профессиональная подготовленность	
3. Биологически обусловленная подструктура	
а) сила	265
б) подвижность	243
в) уравновешенность	229
Темперамент:	
Патологические изменения личности	127
4. Подструктура индивидуальных особенностей психических процессов	
Эмоциональная возбудимость	177
Эмоционально-моторная устойчивость	143
Стеничность эмоций	117
Внимательность	254
Продуктивность памяти	189
Критичность мышления	201
Сообразительность	227
Творческое воображение	116
а) самообладание	155
б) целеустремленность	275
в) инициативность	301

г) настойчивость	317
д) решительность	288
Воля:	
Дисциплинированность	239

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Первичные результаты теста «Локус контроля по Дж. Роттеру»

№ (п/п)	Ф.И.О.	Экстернальность	Интернальность	Готовность к риску
1	Т.А.Л.	18	5	-6
2	И.О.Н.	9	14	-9
3	И.А.А.	11	12	15
4	Т.В.И.	12	11	14
5	С.М.И.	13	10	5
6	К.Н.Н.	14	9	-5
7	В.В.И.	14	9	-9
8	Г.И.В.	16	7	6
9	А.А.Л.	9	14	-1
10	К.Н.В.	10	13	-12
11	С.Л.А.	16	16	-14
12	М.Л.С.	15	8	-23
13	М.П.В.	20	3	-13
14	М.Л.А.	17	6	-21
15	И.Н.К.	15	8	-14
16	К.Е.А.	16	7	5
17	К.С.А.	18	5	14
18	Б.Д.Е.	9	14	6
19	К.Т.Г.	16	7	0
20	Т.О.А.	14	9	-9

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Eror
Экстернальность	20	9,00	20,00	14,1000	3,24281	-,223	,512
Интернальность	20	3,00	16,00	9,3500	3,57292	,212	,512
Готовность к риску	20	-23,00	15,00	-3,5500	11,39471	,132	,512
Valid N (listwise)	20						

	Kurtosis	
	Statistic	Std. Eror
Экстернальность	-,780	,992
Интернальность	-,809	,992
Готовность к риску	-,921	,992
Valid N (listwise)		

		Экстернальность	Интернальность	Готовность к риску
Экстернальность	Pearson Correlation	1	-,830**	-,221
	Sig. (2-tailed)		-,000	,350
	N	20	20	20
Интернальность	Pearson Correlation	-,830**	1	,079
	Sig. (2-tailed)	-,000		,742
	N	20	20	20
Готовность к риску	Pearson Correlation	-,221	,079	1
	Sig. (2-tailed)	,350	,742	
	N	20	20	20

Выпускная квалификационная работа выполнена мной совершенно самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

_____ / Осканова Луиза Джабраиловна /

подпись *(Ф.И.О.)*

Дата сдачи готовой выпускной квалификационной работы в деканат

«___» _____ 202__ г.