

10. Solomin V. P., Mihajlov L. A., Shatrovoj O. V., Malikova T. V. Psihologicheskaia bezopasnost': Uchebnoe posobie. M.: Drofa, 2008. 288 s.

11. Fljajsher K. Strategicheskiy i konkurentnyj analiz. Metody i sredstva konkurentnogo analiza v biznese / Fljajsher K., Bensussan B. M.: BINOM, Laboratorija znaniy, 2005. 541 s.

12. Florida State Dept. of Education T, Southeastern Regional Vision for Education (SERVE) T. Voices from the Field: Working Together for Safe and Secure Schools. Summary of Findings from Florida Education Commissioner Charlie Crist's School Safety and Security Summits. [serial online]. October 1, 2002; Available from: ERIC, Ipswich, MA. Accessed June 1, 2011.

A. H. Занковский

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ЛИДЕРСТВО В ПРОСТРАНСТВЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Доказывается, что доминирующие в настоящее время подходы к лидерству эффективны только на низших уровнях организационной иерархии. На более высоких уровнях управления лидерство в большей степени детерминировано не поведенческими, а личностными факторами. Предложена, обоснована и эмпирически верифицирована новая модель организационного лидерства, ключевым измерением которой выступает культурно-ценностное измерение, определяющее этическую направленность поведения лидера и выбираемых им общих целей организации. Новая типология лидерского поведения, разработанная на основе предложенной модели, позволила дифференцировать не только поведенческие, но и мотивационно-ценностные параметры лидерства. Рассмотрение организационного лидерства в пространстве корпоративной культуры выявило и обосновало основные типы взаимодействия лидерства и культуры.

Ключевые слова: группа, организация, лидерство в группе, организационное лидерство, корпоративная культура, культурно-ценностное измерение, стили лидерства, ценностные ориентации.

A. Zankovsky

Organizational Leadership in the Space of Corporate Culture

The paper argues that traditional approaches to leadership dominating today are effective only at the lowest level of organizational hierarchy. At the higher levels of management leadership is determined mainly not by behavioural, but by personality characteristics of the leader. A new model of organizational leadership has been suggested, theoretically grounded and empirically verified. The key dimension of this model is value/cultural dimension that determines ethical aspects of leader's behaviour and goal setting. A new typology of leadership styles based on the model that has been suggested allows to differentiate motivational and value-laden parameters of leadership behaviour. The study of organizational leadership within the space of corporate culture has revealed the basic interaction types between leadership and culture.

Keywords: group, organization, group leadership, organizational leadership, corporate culture, value/cultural dimension, leadership styles, value orientations.

История психологических исследований лидерства и обобщение достижений современной психологии в этой области показы-

вают, что наибольшую популярность у исследователей и практиков имеет поведенческий подход. Именно в рамках поведенче-

ского подхода сформировалось понятие стиля лидерства, под которым подразумевается совокупность приемов и методов, применяемых лидером с целью оказания воздействия на находящиеся в его подчинении люди.

Исследователи смогли выявить независимые факторы поведения лидера, сведя более чем тысячу переменных в два фактора, которые достаточно полно описывали лидерское поведение: первый — связывает воедино те действия, посредством которых лидер обеспечивает достижение целей группы; второй — акцентирует усилия лидера, направленные на формирование гармоничных межличностных отношений в группе.

Степень актуализации указанных факторов позволяет выделять различные стили поведения лидера, при этом большинство исследователей сошлись во мнении, что стиль лидерства, при котором оба фактора выражены максимально, является наиболее эффективным. Вплоть до настоящего времени двухфакторная модель доминирует в исследованиях лидерства [1; 3; 4; 6; 7]. Исключительная ценность этого подхода состоит в том, что, предложив теоретическую модель, он, в отличие от других, оказался чрезвычайно продуктивным для создания целого ряда практикоориентированных ме-

тодов, реально работающих в современных организациях.

На основании многолетних исследований нами было обнаружено, что разница между уровнями выраженности двух указанных факторов в эффективных подразделениях на низовом, среднем и высшем уровнях управления была статистически значимой (табл. 1 и 2). Иными словами, для того чтобы быть лидером на среднем или высшем уровнях управления, требуется проявлять поведенческие функции в значительно меньшей степени, чем на низовом, то есть на групповом уровне. Иными словами, поведенческие факторы способны в полной мере описать лидерское поведение только на низовом (групповом) уровне.

На этом основании была сформулирована гипотеза о существовании неизвестной переменной, которая, помимо выделенных факторов, обуславливает эффективность лидерства на организационном уровне.

Было выдвинуто предположение, что такой переменной могут выступать ценности труда, которые в социальных науках рассматриваются как чрезвычайно важный фактор человеческой истории, обусловивший не только экономическое развитие различных обществ, но и определивший расцвет и закат целых цивилизаций [10].

Таблица 1

Расчет разницы (t-критерия для независимых выборок) между уровнями выраженности фактора I «Ориентация на результат» в деятельности эффективных лидеров на низовом, среднем и высшем уровнях управления

№ пары	Фактор I	Средняя разность	Стандартное отклонение	Средняя погрешность	95%-ный доверительный интервал		t-критерий	Степени свободы	Статистическая значимость t-критерия
					нижний	верхний			
1	Низовой и средний уровни управления	-,720	,784	,111	-,943	-,497	-6,498	49	,000
2	Средний и высший уровни управления	-1,340	,823	,116	-1,57	-1,10	-11,508	49	,000
3	Низовой и высший уровни управления	-,620	,855	,121	-,863	-,377	-5,130	49	,000

**Расчет разницы (t-критерия для парных выборок)
между уровнями выраженности фактора II «Ориентация на людей» в деятельности
эффективных лидеров на низовом, среднем и высшем уровнях управления**

№ пары	Фактор II	Средняя разность	Стандартное отклонение	Средняя погрешность	95%-ный доверительный интервал		t-критерий	Степени свободы	Статистическая значимость t-критерия
					нижний	верхний			
1	Низовой и средний уровни управления	–,560	,929	,131	–,824	–,296	–4,261	49	,000
2	Средний и высший уровни управления	–1,220	1,183	,167	–1,556	–,884	–7,292	49	,000
3	Низовой и высший уровни управления	–,660	,961	,136	–,933	–,387	–4,858	49	,000

На этом основании была сформулирована гипотеза о существовании неизвестной переменной, которая, помимо выделенных факторов, обуславливает эффективность лидерства на организационном уровне.

Было выдвинуто предположение, что такой переменной могут выступать ценности труда, которые в социальных науках рассматриваются как чрезвычайно важный фактор человеческой истории, обусловивший не только экономическое развитие различных обществ, но и определивший расцвет и закат целых цивилизаций [10].

Было решено выяснить, как ценности труда связаны с эффективностью лидерского поведения и карьерным ростом менеджеров. В проведенном нами исследовании приняли участие 104 менеджера из четырех компаний (средний возраст — 37,5 лет, 60 мужчин и 44 женщины). На основании результатов диагностики стилей лидерства менеджеры были разделены на группы со слабо и ярко выраженными лидерскими качествами. Численность групп составила соответственно 49 и 55 человек. На низовом уровне в группу менеджеров с ярко выраженными лидерскими качествами вошли 32 человека (средний возраст — 27 лет, 14 мужчин и 18 женщин), которым был предложен опросник протестантской трудовой

этики Х. Мирел и Дж. Гаррет [9]. В группе была обнаружена довольно высокая корреляция ценностей труда с высокими поведенческими факторами ($r = 0,581$, $p < 0,004$). В течение трех последующих лет 23 менеджера (72%) из этой группы получили повышение в организационной иерархии, при этом из них у 13 человек были высокие показатели трудовой этики, а у 10 — умеренно-низкие. Через год оценка эффективности лидерского поведения выявила, что именно менеджеры с высокими показателями этики труда сохраняли свои лидерские позиции на более высоких должностях, в то время как остальные в значительной степени утрачивали свой лидерский потенциал.

В последние десятилетия организационно-психологическая среда лидерства изменилась кардинальным образом. Глобализация, непрерывные технологические изменения, высокая динамика и труднопрогнозируемость политических и экономических процессов, ориентация на изменчивый потребительский спрос и т. д. — существенно изменили контекст лидерства. Исходя из того, что главной детерминантой лидерства является организационный контекст, в котором это явление возникает и функционирует, его необходимо рассматривать не в контексте абстрактных общечеловеческих цен-

ностей, а в контексте ценностей организации, что непосредственно связывает лидерство с корпоративной культурой организации [5; 8]. В контексте корпоративной культуры вектор ценностного измерения лидерского поведения должен задаваться или, по крайней мере, соотноситься с базовыми координатами культуры. Иными словами, мы предположили, что третьим, дополнительным фактором лидерского поведения является не просто ценностное измерение, а ценностное измерение, соотносимое с ценностями корпоративной культуры, т. е. культурно-ценностное измерение.

Таким образом, были выдвинуты гипотеза о том, что эффективное лидерство на организационном уровне может быть описано моделью, в которой ключевым измерением выступает система ценностных ориентаций лидера, совпадающая или близкая к ценностям идеальной корпоративной культуры.

Для проверки гипотез были использованы следующие методы: опросник лидерских стилей Дж. Мисуми [2; 3], разработанный нами опросник трехфакторного лидерства, оценивающий как два традиционных измерения лидерского поведения, так и культурно-ценностное измерение; стандартизированная процедура экспертной оценки эффективности деятельности лидера; шкала ценностей труда Х. Мирел и Дж. Гаррета, а также методы статистического анализа (SPSS, версия 17.0).

Наиболее сложную задачу представляла разработка опросника лидерства, включающего культурно-ценностное измерение. Были изучены основные подходы к изучению и диагностике лидерских стилей и корпоративной культуры, а также корпоративные кодексы крупнейших транснациональных компаний и юридические документы, предписывающие создание подобных кодексов.

Был проведен анализ следующих документов, определяющих принципиальные аспекты формирования корпоративной культуры организации: Принципы бизнеса

Круглого стола Ко, Директивы по организации транснациональных корпораций ОЭСР, Глобальный договор ООН, Принципы глобальной корпоративной ответственности Межконфессионального центра корпоративной ответственности и Глобальная инициатива по представлению отчетности. Анализ показал, что, несмотря на кажущееся разнообразие, большинство из них во многом перекликается с общепринятыми стандартами стиля управления и этическими нормами, прежде всего — с нормами трудовой этики. Выбранные документы, во-первых, являются универсальными для всех компаний, независимо от специфики бизнеса и сектора рынка. Во-вторых, документы охватывают более широкий спектр корпоративной деятельности, а не отдельную проблему, функцию или группу. В-третьих, проанализированные своды директив носят глобальный характер. С этих же позиций были изучены корпоративные кодексы крупнейших мировых компаний из списка, опубликованного Financial Times, а также крупнейших компаний Китая, Индии и России.

Все рассмотренные кодексы содержат условия, имеющие непосредственное отношение к шести группам заинтересованных лиц: потребители, сотрудники, инвесторы, конкуренты, поставщики (партнеры) и население в целом. Директивы в отношении потребительской группы носят наиболее универсальный характер, так как повсеместно качество продукции компании призвано соответствовать требованиям потребителей, нормам здравоохранения и безопасности. Особое внимание уделяется сохранению конфиденциальности информации о потребителях. В отношении сотрудников также существует ряд правил, предписывающих строгое соблюдение стандартов охраны труда и здоровья на рабочем месте, запрещающих проявление дискриминации по какому бы то ни было признаку. Компании также обязаны обеспечивать равные условия приема на работу, уважать челове-

ческое достоинство и соблюдать права человека. Более того, кодекс запрещает караящие меры в случае нарушения сотрудником корпоративной этики.

Были выделены семь базовых принципов, которым должна соответствовать идеальная корпоративная культура компании: 1. Доверие (сотрудники наделены определенной степенью доверия со стороны компании и призваны оправдывать это доверие); 2. Признание прав собственности (уважение к принципу собственности во всех его проявлениях); 3. Надежность (приверженность компаний однажды провозглашенным правилам и безусловное соблюдение взятых ими на себя обязательств); 4. Прозрачность организационных целей, процессов и отношений (соблюдение правил полного и своевременного предоставления информации); 5. Справедливость; 6. Социальная ответственность (соблюдение существующих государственных правовых и административных актов); 7. Обратная связь (совместная работа компании со всеми заинтересованными в результатах ее труда сторонами).

Эти семь принципов корпоративной культуры легли в основу культурно-ценностной субшкалы опросника, позволяющей оценивать соответствие ценностных ориентаций лидера базовым координатам корпоративной культуры. Две другие субшкалы: «Ориентация на результат» и «Ориентация на людей» по содержанию были близки к факторам, традиционно выделяемым в двухфакторных моделях. Было сформулировано избыточное количество утверждений по каждому фактору. После этого на основании экспертных оценок менеджеров из этих утверждений (пунктов) были отобраны 63 (по 21 утверждению на каждый из факторов). Сформированный таким образом опросник был предложен выборке менеджеров, состоявшей из 41 человека. Респондентам предлагалось оценить по 5-балльной шкале, в какой мере пункты опросника описывают их собственное поведение или условия, в которых оно реализу-

ется. Шкала варьировалась от 1 («категорически не согласен») до 5 («полностью согласен»). После соответствующей корректировки пунктов опросник был сокращен до 38 пунктов. Общая надежность опросника составила $\alpha = 0,87$.

В основу стандартизированной процедуры экспертной оценки были выбраны следующие критерии: 1) действенность (effectiveness), 2) экономичность (efficiency), 3) качество деятельности (quality), 4) своевременность (timing), 5) текучесть кадров (turnover), 6) удовлетворенность трудом (job satisfaction), 7) внедрение новшеств (innovation) и 8) гибкость (flexibility). Каждому из них было дано операциональное определение, на основе которого была создана соответствующая субшкала. Деятельность каждого конкретного подразделения или организации в целом оценивалась внутриорганизационными экспертами. Содержательная валидность методики определялась процедурой разработки пунктов опросника: их формулировки уточнялись и обсуждались с менеджерами-практиками, выступавшими в роли экспертов.

В исследовании приняли участие 467 менеджеров из 18 российских и иностранных компаний — 305 мужчин и 162 женщины. Средний возраст участвовавших в исследовании составил 37 лет. Менеджеры представляли три уровня организационной иерархии: низовой (253 чел.), средний (165 чел.) и высший (49 чел.). Средний стаж работы в организации составлял около 6 лет. Кроме того, 84 менеджера из 467 приняли участие в исследовании вместе со своими непосредственными подчиненными (direct reports), общее число которых составило 717 человек, т. е. норма управляемости составила в среднем 8,5 человека.

Результаты, полученные с помощью опросника 3-факторного лидерства, были исследованы на надежность: α -Кронбаха для всего опросника и каждой шкалы в отдельности, корреляции каждого пункта с суммарными данными, а также изменения

α -Кронбаха при последовательном исключении каждого пункта. Надежность опросника и отдельных шкал (α -Кронбаха) варьировалась в диапазоне от 0,78 до 0,89. Затем результаты были подвергнуты факторному анализу с целью проверки на соответствие теоретической модели. В факторе I доминирующие нагрузки имели пункты, оценивающие ориентацию на людей, в факторе II ведущими оказались нагрузки по пунктам, отражавшим ориентацию на результат и, наконец, в факторе III было представлено культурно-ценностное измерение. Выявленные факторы объясняли 77,8% дисперсии. Корреляционный анализ, проведенный между выявленными факторами, продемонстрировал следующие закономерности. Минимальная корреляция наблюдалась между факторами «ориентация на людей» и «ориентация на результат» ($r = 0,15$, $p > 0,05$), максимальная — между факторами «ориентация на людей» и «культурно-ценностная ориентация» ($r = 0,47$, $p < 0,001$). Корреляция между факторами «культурно-ценностная ориентация» и «ориентация на результат» составила $r = 0,39$ ($p < 0,01$).

Эти результаты свидетельствуют о том, что традиционно выделяемые факторы лидерского поведения, по-видимому, являются самостоятельными, а культурно-ценностное измерение выступает неким объединяющим, интегрирующим фактором. Корреляционный анализ между выявленными факторами и интегральными показателями деятельности подразделений, которыми руководили менеджеры, выявил наибольшую положительную корреляцию с фактором III ($r = 0,517$; $p < 0,001$) и наименьшую с фактором I ($r = 0,321$; $p < 0,01$). Корреляция с фактором II составила $r = 0,49$ ($p < 0,001$). Таким образом, была подтверждена критериальная валидность каждого из выделенных факторов, а также взаимосвязанность факторов, которые способны только при совместном проявлении обеспечивать эффективное лидерство.

По показателям эффективности выборка из 467 человек была разбита на три группы: эффективные лидеры (140 чел.), среднеэффективные (198 чел.) и низкоэффективные (129 чел.). Когда результаты успешных менеджеров были распределены по уровням организационной иерархии (низовой уровень — 76 чел.; средний — 49 чел. и высший — 15 чел.), выяснилось, что в их деятельности изучаемые факторы проявляются по-разному. Сравнение средних разностей выраженности факторов лидерского поведения на разных уровнях организационной иерархии с помощью теста Scheffe не выявило статистически значимых различий (табл. 2), что, по-видимому, обусловлено различиями в размерах выборок на каждом из уровней. Тем не менее полученные данные в достаточной мере убедительно обнаруживают доминирующую тенденцию: возрастающую по мере карьерного роста роль культурно-ценностного фактора и, наоборот, снижение показателей фактора «ориентация на результат».

Для того чтобы разбить всю выборку на группы с разными показателями по исследуемым факторам, была проведена кластеризация результатов. По каждой из трех шкал выборка была разделена на три группы: 1) менеджеры, чьи результаты по шкале превышали на 1 SD её среднее значение (+); 2) менеджеры, чьи результаты по шкале находились в диапазоне 1 SD выше или ниже её среднего значения (+-); 3) менеджеры, чьи результаты по шкале были на 1 SD ниже её среднего значения (-). Результаты указанной кластеризации позволили выделить 10 групп менеджеров с различной степенью выраженности трех исследуемых функций. Из общего числа менеджеров в указанные группы вошли 302 менеджера, т. е. 65% всей выборки. Принцип формирования групп, исходя из степени выраженности исследуемых функций, позволяет нам рассматривать выделенные группы как отдельные стили лидерства.

Таким образом, мы можем представить полученные с помощью опросника результаты в виде трехмерной модели лидерства, осями которой, помимо поведенческих факторов, выступает культурно-ценностное измерение. В связи с тем, что в опроснике была использована 5-балльная шкала, стили лидерства могут быть выражены в числовом виде, обозначающем полярные степени выраженности факторов «ориентации на результат» и «ориентации на людей», т. е. от 1 (минимальная выраженность) до 5 (максимальная). Для того чтобы не затруднять восприятие названий стилей чрезмерным количеством цифр, полярные степени выраженности культурно-ценностного содержания мы обозначили: — (минимальная выраженность) и + (максимальная). Таким образом, было выделено 10 стилей лидерства, числовые обозначения и краткие содержательные характеристики которых приведены ниже.

1) 1.1.– *Безразличный циник*. Низкая направленность на результат, низкая направленность на людей, безразличие и негативное отношение ко всему. Дистанцированность от ответственности за результаты, стремление избегать организационных проблем и вовлеченности в организационную деятельность. При давлении организационных требований — уход в защитно-агрессивную позицию, акцентирующую бесполезность и тщетность каких-либо действий. Роль в группе/организации вполне устраивает.

2) 1.1.+ *Зажатый, блокированный, не реализовавшийся*. Низкая направленность на результат, низкая направленность на людей, безразличие, интерес, скрытый за маской безразличия, нереализованное стремление внести вклад. Разочарование, связанное с невозможностью приносить ту пользу, которую мог бы принести, стремление уклониться от политических игр и конфликтов. Уход в себя. В критической ситуации, способность, отбросив страхи и сомнения, занять активную, конструктивную позицию,

направленную на выход из кризиса. Роль в группе/организации не устраивает, угнетает.

3) 1.5.– *Подхалим, «Что угодно?»*. Низкая направленность на результат, высокая направленность на людей, безразличие к работе и организации, желание всем угодить и понравиться. Стремление ладить с людьми любой ценой, подстраиваясь под ситуацию. Избегание конфликтов и трений, отсутствие искренности, льстивость и угодничество ради своих личных целей, которые самим человеком не всегда осознаются.

4) 1.5.+ *Мягкосердечный энтузиаст*. Низкая направленность на результат, высокая направленность на людей, равнодушное отношение к работе и организации, желание создать атмосферу дружбы и воодушевления. Преобладание фантазий над реальными планами и делами, прожектерство. Мотивирование сотрудников с акцентом на позитивные аспекты труда.

5) 5.1.– *Диктатор, авторитарный*. Высокая направленность на результат, низкая направленность на людей, равнодушное или даже негативное отношение к людям, которые рассматриваются как инструмент достижения результатов. Ожидание подчинения и исполнительности, тотальный контроль и постоянное давление на подчиненных. Строгое и неукоснительное следование правилам, которые обеспечивают достижение результатов.

6) 5.1.+ *Патерналист*. Высокая направленность на результат, низкая направленность на людей, равнодушное отношение к работе и организации, неравноправное отношение к людям, которые воспринимаются как не совсем зрелые и нуждающиеся в опеке. Неприятие возражений, менторство, покровительственная позиция.

7) 3.3.– *Консерватор, формалист*. Средняя направленность на результат, средняя направленность на людей, равнодушное, формальное отношение к работе и организации, боязнь изменений и новшеств. Довольствование текущим положением вещей, отстаивание привычных взглядов и подхо-

дов. Строгое и неукоснительное следование правилам и процедурам, которые обеспечивают стабильное и плавное функционирование организации.

8) 3.3.+ *Патриот организации, чтящий традиции; «становой хребет»*. Низкая направленность на результат, высокая направленность на людей, равнодушно-отстраненное отношение к работе и организации, желание создать атмосферу стабильности и надежности. Уважение и отстаивание организационных традиций и ценностей, преданность и лояльность организации.

9) 5.5.– *Опportunист*. Высокая направленность на результат, высокая направленность на людей, равнодушно-прагматичное отношение к работе и организации. Умение работать с людьми и добиваться результатов, которые обеспечивают личную выгоду, личные преимущества. Отсутствие искренности, декларативное следование высоким ценностям, манипулирование другими.

10) 5.5.+ *Идеальный, визионерный*. Высокая направленность на результат, высокая направленность на людей, равнодушно-отстраненное отношение к работе и организации, желание создать атмосферу приверженности делу и вовлеченности в работу. Признание ценности каждого сотрудника, стремление к достижению самых высоких стандартов деятельности, поиск и принятие оптимальных решений, которые поддерживаются и разделяются всеми. Стремление к развитию и совершенствованию одновременно с уважением организационных традиций и ценностей.

Был проведен анализ критериальной валидности выделенных стилей лидерства. В качестве критерия использовалась упомянутая стандартизированная процедура экспертной оценки эффективности деятельности лидера. Наиболее валидными оказались стили 5.5.+ «Идеальный, визионерный» и 5.1+ «Патерналистский» ($r=0,69$, $p<0,01$ и $r=0,57$, $p<0,05$ соответственно). В настоящее время продолжается обработка большого массива данных, полученных в других исследованиях.

Организационное лидерство реализуется в рамках целостной организационной системы при взаимодействии с реальной корпоративной культурой организации, которая представлена системой доминирующих в организации ценностей. Реальная корпоративная культура может оцениваться как сильная или слабая в зависимости от того, насколько доминирующие в организации ценности близки ценностям идеальной культуры. При этом возможны различные варианты взаимодействия ценностно-ориентированного лидерства и реальной корпоративной культуры, среди которых можно выделить четыре основных типа: 1. Аморфный тип (невыраженное ценностно-ориентированное лидерство и слабая реальная корпоративная культура); 2. Формирующий тип (выраженное ценностно-ориентированное лидерство и слабая реальная корпоративная культура); 3. Поддерживающий тип (выраженное ценностно-ориентированное лидерство и сильная реальная корпоративная культура); 4. Синергетический тип (выраженное ценностно-ориентированное лидерство и сильная реальная корпоративная культура).

Выводы

Традиционные подходы к лидерству, которые сформировались к настоящему времени, рассматривают лидерство преимущественно как технологию поведения, во многом лишенного внутреннего психического и, прежде всего, ценностного содержания. По сути дела, лидерство в организации сводится к тому, чтобы побуждать других выполнять какую-либо работу или следовать какой-либо цели, не вызывая при этом негативного отношения ни к лидеру, ни к работе, ни к поставленным целям. Но что это за цели, к которым лидер ведёт своих последователей?

Когда лидерство осуществлялось в контексте стабильной и прогнозируемой обстановки, то этот вопрос не был актуальным: привычные алгоритмы действий позволяли эффективно решать большую часть задач,

стоящих перед руководителем. Теперь, когда динамика социально-экономических изменений чрезвычайно высока, когда организации действуют в условиях жесткой конкуренции и высокой неопределенности, нередко пренебрегая нравственно-этическими нормами, нравственное содержание и природа целей, которые лидер ставит перед последователями, ценности и личностные смыслы его деятельности оказываются решающими.

Изучение лидерства в пространстве корпоративной культуры связывает между собой две во многом самостоятельно развивающиеся отрасли организационной психологии, и является чрезвычайно перспективным как с точки зрения решения прикладных задач, так и в плане развития научных представлений о групповом и организационном взаимодействии.

Разработана, теоретически обоснована и эмпирически верифицирована модель организационного лидерства, в которой, помимо традиционно выделяемых для группового лидерства поведенческих измерений — ориентации на задачу и ориентации на лю-

дей — представлено культурно-ценностное измерение, определяющее этическую направленность поведения лидера и выбираемых им общих целей организации. Для оценки лидерства в контексте новой модели был разработан диагностический опросник, позволяющий оценивать три указанных фактора. Предложенная модель легла в основу новой типологии лидерского поведения, состоящей из 10 типов и позволяющей дифференцировать не только традиционно выделяемые поведенческие аспекты лидерства, но и внутренние, мотивационно-ценностные параметры.

Включение в традиционные модели лидерского поведения дополнительного культурно-ценностного измерения позволяет приблизить исследования лидерства к реалиям сегодняшней корпоративной жизни. Использование трехфакторной модели лидерства позволило предложить новую, «объемную» типологию лидерского поведения, которая более полно описывает реальные модели лидерского поведения и может быть использована для решения задач диагностики и развития лидерских навыков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Занковский А. Н. Организационная психология. 3-е изд. М.: Форум, 2009. 648 с.
2. Занковский А. Н. Адаптация РМ-метода и его использование для изучения стратегий преодоления проблемных ситуаций в управленческой деятельности // Проблемность в профессиональной деятельности: теория и методы психологического анализа. М.: Изд-во ИПРАН. 1999. С. 233–252.
3. Мисуми Дзюдзи. Поведенческая наука лидерства (на японском языке). Токио: Юхикаку, 1984. 326 с.
4. Сидоренко Е. В. Матрица лидерства // Национальный психологический журнал: Сб. статей за 2006–2010 гг. М.: МГУ, 2010. С. 118–123.
5. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. М.: Дело, 2000. 296 с.
6. Blake R., & Mouton J. The managerial grid III: The key to leadership excellence. Houston: TX; Gulf Publ, 1985. 314 p.
7. Hersey P., & Blanchard K. H. Leadership style: Attitudes and behaviors // Training & Development Journal. 1982. № 36. P. 50–52.
8. Kilmann R., Saxton M. J. & Serpa R. Issues in Understanding and Changing Culture // California Management Review. Winter, 1986. P. 56–67.
9. Mirels H., & Garrett J. The Protestant Ethic as a personality variable // Journal of Consulting and Clinical Psychology. 1971. № 36. P. 40–44.
10. McClelland D. The achieving society. New York: Irvington Publishers, 1961.

REFERENCES

1. Zankovskij A. N. Organizatstionnaja psihologija. 3-e izd. M.: Forum, 2009. 648 C.

2. Zankovskij A. N. Adaptacija RM-metoda i ego ispol'zovanie dlja izuchenija strategij preodolenija problemnyh situatsij v upravlencheskoj dejatel'nosti // Problemnost' v professional'noj dejatel'nosti: teorija i metody psihologicheskogo analiza. M.: Izd-vo IPAN. 1999. S. 233–252.
3. Misumi Dzjudzi. Povedencheskaja nauka liderstva (na japonskom jazyke). Tokio: Juhikaku, 1984. 326 s.
4. Sidorenko E. V. Matrica liderstva // Natsional'nyj psihologicheskij zhurnal: Sbornik statej za 2006–2010 gg. M.: MGU, 2010. C. 118–123.
5. Shejn Je. Organizatsionnaja kul'tura i liderstvo. M.: Delo, 2000. 296 s.
6. Blake R., & Mouton J. The managerial grid III: The key to leadership excellence. Houston, TX, Gulf Publ. 1985. 314 p.
7. Hersey P., & Blanchard K. H. Leadership style: Attitudes and behaviors. Training & Development Journal. 1982. № 36. P. 50–52.
8. Kilmann R., Saxton M. J. & Serpa R. Issues in Understanding and Changing Culture // California Management Review. Winter, 1986. P. 56–67.
9. Mirels, H., & Garrett, J. The Protestant Ethic as a personality variable, Journal of Consulting and Clinical Psychology. 1971. № 36. P. 40–44.
10. McClelland D. The achieving society. New York: Irvington Publishers, 1961.

Ю. В. Макаров

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТРЕНИНГ КАК СОЦИОГУМАНИТАРНАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

Дан анализ основных подходов к тренингу как новой социогуманитарной технологии. Рассматриваются проблемы создания и использования гуманитарных технологий. Предлагается авторская модель использования тренинга как одной из коммуникативных социогуманитарных технологий, которые будут отвечать на разносторонние запросы личности, ориентированной на систему ценностей и потребностей современного общества.

Ключевые слова: гуманитарная технология, социально-психологический тренинг, коммуникативная технология, методологические принципы психологического тренинга.

Yu. Makarov

Social Psychological Training as a Social Humanities Communicative Technology

An analysis of the basic theories of psychological training as a communicative humanities technology is presented. The article discusses the application of psychological training.

Keywords: humanities technology, social psychological training, communicative social humanities technology, methodological principles of psychological training.

В современных психологических тренингах всегда акцентируется внимание на связи специфики конкретного метода тренинговой технологии с социокультурными особенностями современного общества, изучается личность ведущих и участников тренинговых программ, их мировоззрение, которое включается в структуру данного вида психологической практики.

Все это позволяет говорить об обогащении психологических тренингов новыми направлениями. Сюда входят как внешние (формы организации, коммерциализация тренинговой деятельности), так и внутренние изменения, связанные с постоянным развитием и модификацией методов работы с участниками тренинговой группы.