

НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ ГЕНДЕРНЫХ АСПЕКТОВ ЛИДЕРСТВА

Вержибок Г.В. - канд.псих. наук, доцент,

Минский государственный лингвистический университет, Р.Беларусь

В статье раскрывается феномен лидерства, уточняются направления исследований гендерного контекста, обоснованы теоретико-методологические положения по основным вопросам проблемы.

Ключевые слова: *лидерство, гендерная психология лидерства.*

The article reveals the phenomenon of leadership, it clarifies the research areas of gender context, grounded theoretical and methodological positions on the main issues of the problem.

Keywords: *leadership, gender psychology of leadership.*

В число наиболее востребованных и профессионально значимых характеристик личности выдвигается лидерство, рассматриваемое сегодня как совокупность качеств, отражающих степень целенаправленной активности субъекта, преобразующего действительность и самого себя. Феномен лидерства встречается на любом уровне социальной организации общества, существует везде, где есть коллективная деятельность и организация. Лидерство – один из способов дифференциации группы в результате деятельности, общения и взаимодействия ее членов, это явление групповое, поскольку в одиночку лидер немислим и изучение данного вопроса относится к динамическим процессам малой группы. В условиях возрастающей бизнес-конкуренции и роста требований к качеству работы административно-управленческого персонала повышается значимость лидерства и лидерских умений менеджеров, обеспечивающих умелое и

эффективное управления рабочей группой или командой, ставится вопрос выявления и подготовки кадрового резерва [1].

Уникальность феномена «лидерство» обусловила появление многочисленных теоретических концепций: теории черт (М. Вебер Е. Богардус, Г. Оппорт), ситуационной теории (Р. Стогдилс, Ф. Фидлер, Э. Фромм, А. Портер, М. Грегор), поведенческой теории (П. Херси, К. Бланшар), теории принятия ролей (Р. Бейлз, Ф. Слеттер), системной теории (Г. Хоманс) и др. В отечественной науке этот вопрос рассматривался в русле управления, личностных качеств руководителя, формирования актива общественных организаций, неформального лидерства (Б.З. Вульфов, Е.М. Дубовская, А.Л. Ершов, Р.Л. Кричевский, Б.Д. Парыгин, А.В. Петровский, В.П. Румянцева, В.В. Шпалинский). Проблема лидерства достаточно полно изучена в философско-историческом (В.Ю. Большаков, Е.В. Осипова, В.В. Мшвениеридзе и др.), политическом (Г.А. Авцинова, Б.И. Кретов, Е.В. Кудряшова, Н.С. Фомичева и др.), социально-психологическом (Т.А. Бендас, Д.В. Беспалов, А.Л. Ершов, А.В. Петровский, И.А. Урмина и др.), экономическом (П. Друкер, Б. Гриффин, А.Т. Зуб, О.В. Лукашова, Д.У. Хант и др.) и технологическом (Дж. Адаир, А.Г. Золотова, О.Г. Сударева и др.) аспектах (Т.Н. Шевченко, 2008). Однако гендерный аспект остается достаточно неразработанным вопросом в современной психологической науке и практике, возникла необходимость сравнительного исследования лидеров обоего пола.

Хотя первые исследования в гендерной психологии лидерства были проведены в США еще в 1945 г. Уайтом и Харвелом (1953), эта область активно начала формироваться лишь в 70-е гг. XX в. под влиянием феминизма, и, прежде всего, американскими, австралийскими и западно-европейскими учеными (А. Erhard, 1972; С. Jacklin, Е. Maccoby, 1974; S. Bem, 1975; G. Graen, 1976; А. Eagly, 1987; А. Feingold, 1994; Н. Bowmen, 1996; G.

Berger, 1998 и др). Как научное направление гендерная психология лидерства интенсивно формировалась под влиянием феминистского движения. Появление большого числа женщин на менеджерских должностях в организациях, стремительное увеличение их доли за короткое время (с 16% в 70-х годах до 40% всего управленческого персонала США в 90-х гг.) привлекло внимание исследователей [2]. Хотя и было установлено (J. Jorstad, 1996), что лидерство не входит в систему жизненных ценностей многих женщин.

Современные исследования в области гендерных аспектов лидерства представлены различными направлениями. Однако все зарубежные теории, объясняющие причины гендерной диспропорции лидерства, можно разделить на три основных вида:

1. считается главным и первостепенным «гендерный эффект» – пол наиболее значим, чем другие факторы (концепции токенизма и гендерного потока, теория гендерного отбора лидеров, идеи сторонников фрейдизма или андрогинии, впечатляющий менеджмент);

2. отдается предпочтение лидерской позиции (ситуационно-должностной подход, статусная теория, модель обмена или вероятностная модель);

3. оба фактора рассматривают как равноценные (теория схемы или концепция информационной обработки, социально-ролевая теория) [3].

Первое направление гендерных аспектов лидерства.

Концепция гендерного потока – «gender-role spill-over» (Б. Гутек с соавт., и др.): восприятие лидера и его эффективности зависит, прежде всего, от его половой принадлежности и возникает «гендерный эффект» – пол становится более значимым, чем все остальные факторы. Ряд исследователей (1993) подчеркивают, что женщины могут восприниматься как менее

компетентные лидеры, особенно если эксперты-подчиненные являются приверженцами традиционных (патриархатных) взглядов на лидерство.

Теория гендерного отбора лидеров (Дж. Боумэн, С. Саттон с соавт., и др.): люди вообще (и в организациях, в частности) предъявляют различные требования по отношению к лидерам разного пола. По отношению к женщинам эти требования несколько выше, следовательно, для получения одной и той же должности, женщина должна продемонстрировать более высокий по сравнению с мужчиной уровень компетентности, чтобы снять предубеждения против нее. Подобные мнения лишают многих женщин возможности занять лидерскую позицию в семье и в организации, последствием чего является половая диспропорция среди лидеров.

Концепция токенизма – «tokenizm» (Р. Кэнтер и др.): на групповую динамику оказывает непосредственное влияние пропорция представителей различных культурных категорий в группе. В асимметричной группе ее члены, составляющие большинство по какому-либо из указанных признаков, представляются как доминанты, а те, кто количественно лишь символически представлен группе («токены» – символы), которые из-за своей малочисленности более заметны, более стереотипно воспринимаются, их характеристики преувеличиваются по сравнению с доминантами. Женщины в мужской группе и женщины-лидеры в мужском деловом мире выступают в качестве токенов, играя одну из четырех неформальных ролей («матери», «соблазнительницы», «игрушки, талисман», «железная леди»). Все эти роли мешают женщинам занять положение равных доминантов в группе, снижают их возможности служебного роста, и изменить эту ситуацию может лишь увеличение их числа среди лидеров.

Впечатляющий менеджмент – «impression management» и его проявление как инграцияция – «ingratiation» (Е. Джоунс, Р. Кэнтер, Р. Лайден, Т. Митчелл, и др.): способ повлиять на других людей, сформировать

у них впечатление о себе с помощью слов, действий, взглядов. Свое неблагоприятное положение в группе токены могут компенсировать, используя впечатляющий менеджмент в виде инграциации – способности человека быть привлекательным для других людей, добиваться их симпатии и любви. Человека, который вызывает такое отношение окружающих, называют инграциатором, а объект инграциации – мишенью. Инграциаторами могут быть и лидеры, и последователи. Инграциация может помочь женщинам-лидерам уравнивать свои шансы с мужчинами, например, в установлении хороших взаимоотношений с подчиненными, тем более что роль инграциатора, согласно существующим полоролевым стереотипам, больше подходит женщинам, чем мужчинам.

Идея андрогинии (Дж. Спенс, С.Л. Бем, А. Серджент и др.): с этой позиции рассматриваются причины отсутствия различий между лидерами разного пола, где андрогинность выступает как баланс между категориями маскулинности и фемининности или как сочетание показателей высокой маскулинности и высокой фемининности, либо утверждается, что эффективный лидер должен перенимать лучшее, что есть в качествах другого пола, интегрируя мужские и женские характеристики. Однако благополучие оказалось связанным с преобладанием маскулинных черт, а не андрогинных или фемининных. В американском обществе маскулинность дает больше преимуществ индивиду, чем фемининность, поэтому, возможно, ряд женщин подражает маскулинному лидерскому стилю, особенно если они занимают должности в традиционно мужских областях деятельности.

Сторонники фрейдизма (Я. Джорстад, М. Уолш и др.): традиционно негативно относятся к женскому лидерству, связывая его сугубо с маскулинной гендерной ролью. Указывается, что лидеры-женщины обладают нездоровой гендерной идентичностью (М. Walsh, 1987), а их стремление к лидерству рассматривается как проявление неполноценности женщин

(типичная «фаллическая» тенденция), завидующих мужчинам (S. Chehrari, 1987). В последнее время можно наблюдать некоторое смягчение психоаналитических взглядов на женское лидерство.

Второе направление гендерных аспектов лидерства.

Ситуационно-должностной подход (Р. Хауз, Дж. Хант и др.): на ведущее место ставится позиция человека в официальной структуре, должность, которую он занимает, а не половой аспект; ситуативные переменные способствуют тому, что пол становится значимым фактором. Речь женщин (как и мужчин-подчиненных) – с их меньшей властью, влиянием и ресурсами, это «речь безвластных», а женщины, занимающие должность, дающую им формальную власть, будут говорить подобно мужчинам, подражая их доминантности. Происходит действие формальной позиции на вербальное, а гендера – на невербальное поведение (К. Джонсон), при том утверждается, что этот подход недооценивает роль стереотипов в восприятии лидеров разного пола (Э. Игли).

Статусная теория или теория ранговых ожиданий (Дж. Бергер с соавт., К. Холл и др.): поведение человека в деловых ситуациях в малых группах объясняется его статусом в больших группах и обществе в целом: если статус в обществе не равен для разных полов и рас, то и в деловом мире мужчина изначально воспринимается как высокостатусный индивид, а женщина как низкостатусный (учитывает только традиционные стереотипы). Чтобы стать лидером в группе, женщине приходится преодолевать больше препятствий по сравнению с мужчиной, даже если она обладает большими знаниями и способностями, чем кто-либо еще в группе. Будучи низкостатусными, женщины вынуждены демонстрировать с помощью экспрессивного поведения, поддержки и согласия с вышестоящими индивидами, что они не стремятся к власти (Э. Мэккоби, К. Джаклин). Повышение статуса (благодаря своей компетентности или официальной должности) позволяет женщине-

лидеру проявить поведение индивида с более высоким статусом (в частности, стиль, ориентированный на задачу). Однако теория не способна объяснить различия в социальном поведении за пределами деловых групп либо почему женщины демонстрируют более ярко выраженное социо-эмоциональное поведение в чисто женских группах по сравнению с группами смешанного полового состава.

Бихевиористская динамическая модель обмена в диаде «лидер – последователь» – «leader – member exchange» (Г. Граен с соавт., Б. Басс и др.): лидер формирует уникальные взаимоотношения с каждым последователем (как систему обменов), которые могут быть хорошими (с взаимным доверием и поддержкой, высокой эффективностью деятельности и удовлетворенностью последователей), средними и плохими (LMX). Считается, что женщинам-лидерам с высокой LMX труднее формировать отношения с мужчинами, чем их коллегам противоположного пола, поскольку симпатия возникает скорее между индивидами, имеющими сходство между собой. Но исследования показали, что такие женщины способны устанавливать отношения высокого LMX, в частности, с мужчинами-подчиненными.

Вероятностная модель лидерства (Ф. Фидлер, К. Шнейер и др.): женщины и мужчины будут отличаться по лидерской эффективности лишь в том случае, если будут использовать различный лидерский стиль. При этом в исследованиях (К. Шнейер) у лидеров не обнаружены гендерные различия по стилю – все они были значительно более ориентированы на задачу, чем рядовые члены группы.

Третье направление гендерных аспектов лидерства.

Концепция информационной обработки и теория схемы разрабатывается в рамках когнитивного подхода (Д. Гамильтон, С. Тейлор, Дж. Крокер, К. Бэртол, Д. Мартин и др.). Согласно этой концепции человек

стремится упорядочить свои знания об окружающем мире и прибегает при этом к схемам стереотипизации (личностным, ситуационным, ролевым), что позволяет достаточно быстро опознать стимул, категоризировать новый объект и предсказать поведение. Так рождаются стереотипы о восприятии окружающих – о том, как должны вести себя мужчины и женщины (гендерный стереотип), и о том, каким должен быть лидер (лидерский стереотип). Функцией стереотипов в восприятии является упорядочение людьми знаний об окружающем мире. При изучении влияния стереотипов на восприятие различных аспектов поведения мужчин и женщин в роли лидеров выявлено, что они не соответствуют только гендерному или только лидерскому стереотипу. Объясняется это тем, что в лабораторных условиях проявляется гендерная схема: женщина считается непригодной для роли лидера и сама отказывается от этой роли в присутствии мужчин. В организациях (реальных условиях) в отношении женщины-лидера действует скорее лидерская, чем гендерная, схема и окружающие оценивают ее одинаково с мужчиной.

Социально-ролевая теория гендерных различий (Э. Игли и соавт., и др.): чтобы быть принятым обществом, мужчины-лидеры и женщины-лидеры должны вести себя сообразно их гендерной роли и в своем поведении, мотивации должны соответствовать гендерному стереотипу. Негативные предубеждения против женщин-лидеров, конфликт между половой и лидерской ролями (эта роль традиционно считается маскулинной) могут вызывать у них снижение самооценки, неуверенность в себе и, соответственно, ухудшение продуктивности работы. Э. Игли считает такой конфликт не абсолютным и может быть преодолен через компромисс. Мужчины получают преимущество при сравнении их с женщинами в роли лидера, так как подобных барьеров для них не существует. Ослаблению ролевого конфликта у женщин может способствовать демонстрация

фемининного лидерского стиля (демократического и ориентированного на взаимоотношения), выбор ими той области занятий и должности в тех организациях, где лидерская роль по стереотипу не слишком маскулинизирована, а, скорее, андрогинна (руководитель детского образовательного учреждения), их реальные успехи. Но нельзя, при этом, объяснить те результаты, когда женщины и мужчины ведут себя одинаково, занимая одни и те же лидерские позиции.

Концепция «гендерного менеджмента» рассматривает защитные стратегии и техники осуществления лидерства, связанные с недостатком власти и дефицит лидерства у женщин. Среди основных элементов выделяются:

- сверхусидчивость и сверхфункционирование на работе (по времени и усилиям), повышенная работоспособность;

- использование женских уловок, специфически женских способов при проведении деловых переговоров (коккетство, принижение своих способностей);

- применение «масок» – сокрытие от окружающих своих эмоций и личной жизни, чтобы не получить «ярлык» неэффективных работников и пр. стереотипных и дискриминирующих высказываний, что может составлять угрозу их психическому здоровью.

Считается, что две из вышеперечисленных ранее теорий – статусная и социально-ролевая – являются наиболее перспективными в области исследований гендерной психологии лидерства [1; 2; 3].

Исследования лидеров в отечественных разработках с позиций полового диморфизма проводились в русле позиций ананьевской школы, начиная с 60-х годов XX в. В настоящее время развитие данной проблемы продолжается, что подтверждается рядом эмпирических исследований гендерной специфики лидерства в разных социальных группах (В.В.

Абраменкова, 1987; С.А. Алифанов, 1998; Ж.Б. Аллаярова, 2011; Л.В. Бабаева, 2002; К.Т. Базарова, 2008; Т.В. Бендас, 2000, 2004; Н.В. Ключева, 2008; А.С. Кочарян, 1998, 2001; И.Н. Логвинов, 1996; Е.С. Соколова, 2003; И.В. Ходырева, 2002 и др.). В основном, практически все работы сфокусированы на выявлении гендерных различий в разных сферах и характеристиках проявлений лидерства. Наличие существенных психологических различий между мужчинами и женщинами само по себе ни у кого не вызывает сомнений. Однако эмпирические данные на этот счет, несмотря на огромное число исследований, недостаточны и часто противоречивы [1]. Необходимо уже сейчас устранить смещение акцентов и изучать не только гендерную роль женщин-лидеров, но и мужчин. Возможно, гендерный эффект найдет свое место среди других феноменов лидерства, и в этом плане эта область имеет большой исследовательский потенциал: многие эксперименты, повторенные при учете пола, могут дать другие результаты и стимулировать новые теории [3].

Литература

1. Вержибок, Г.В. Лидерство в социальном и образовательном пространстве: учеб.-метод. пособие / Г. В. Вержибок, В. И. Шупляк. – Минск: РИВШ, 2012. – 362 с.
2. Бендас, Т.В. Психология лидерства: учеб. пособие / Т. В. Бендас. – СПб.: Питер, 2009. – 431 с.
3. Бендас, Т.В. Гендерные исследования лидерства / Т. В.Бендас // Вопросы психологии. – 2000. – № 1. – С. 87-95.