



МОСКОВСКИЙ ГОРОДСКОЙ
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

В. А. Ильин

ПСИХОЛОГИЯ ЛИДЕРСТВА

УЧЕБНИК ДЛЯ БАКАЛАВРИАТА И МАГИСТРАТУРЫ

Рекомендовано Учебно-методическим отделом высшего образования в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям

**Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru**

Москва ■ Юрайт ■ 2015

УДК 159.9(075.8)

ББК 88.5я73

И46

Автор:

Ильин Валерий Александрович — профессор, доктор психологических наук, профессор кафедры психологии управления факультета социальной психологии Московского городского психолого-педагогического университета.

Рецензенты:

Забродин Ю. М. — доктор психологических наук, профессор, проректор Московского городского психолого-педагогического университета, заместитель председателя УМО по психолого-педагогическому образованию;

Шнейдер Л. Б. — доктор психологических наук, профессор, заведующий кафедрой педагогической психологии и методики преподавания психологии Московского психолого-социального университета.

Ильин, В. А.

И46 Психология лидерства : учебник для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ильин. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 311 с. — Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.

ISBN 978-5-9916-4170-8

Учебник посвящен феномену лидерства в современном мире. Проанализированы основные методологические проблемы, связанные с изучением лидерства в полидисциплинарном контексте. Изложены традиционные и инновационные подходы к исследованию лидерства в психологии и смежных гуманитарных дисциплинах. Особое внимание уделено диалектике лидерства и руководства в контексте организационного развития. Представлены алгоритмы и базовое методическое обеспечение деятельности психолога-практика, связанной с развитием лидерского потенциала управленческих кадров, обеспечением разработки и реализации программ стратегического развития организации, интеграцией функций руководства и лидерства.

Соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования четвертого поколения.

Для студентов, обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры, а также специалистов-практиков в области организационного консалтинга, бизнеса, управленческой деятельности.

УДК 159.9(075.8)

ББК 88.5я73

ISBN 978-5-9916-4170-8

© Ильин В. А., 2014

© ООО «Издательство Юрайт», 2015

Оглавление

Введение.....	6
---------------	---

Раздел I. НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ ЛИДЕРСТВА

Глава 1. Общие проблемы психологии лидерства	13
---	-----------

1.1. Феномен лидерства в междисциплинарном контексте. Природа и ключевые феноменологические проявления лидерства в различных сферах жизнедеятельности человека	13
1.2. Основные подходы к изучению лидерства в психологии, менеджменте и политологии. Достоинства и ограничения этих подходов	24
1.3. Психологическое содержание понятия «лидерство». Предмет и задачи психологии лидерства.....	42
1.4. Методологические основы психологии лидерства.....	47
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>75</i>
<i>Литература.....</i>	<i>76</i>

Глава 2. Традиционные концепции лидерства	77
--	-----------

2.1. Описательные подходы к организационному лидерству (теория черт).....	77
2.2. Поведенческие подходы к проблемам лидерства (стили лидерства).....	80
2.3. Ситуационные теории лидерства	85
2.4. Социально-психологические концепции лидерства.....	92
2.5. Харизматическое лидерство	95
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>99</i>
<i>Литература.....</i>	<i>100</i>

Глава 3. Инновационные концепции лидерства	101
---	------------

3.1. Системный подход к лидерству как средству обеспечения инновационного развития в современном мире.....	101
3.2. Концепция эмоционального интеллекта	113
3.3. Психосоциальный подход к проблеме лидерства	120
3.4. Использование типологического подхода в целях повышения эффективности лидерства.....	128
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>141</i>
<i>Литература.....</i>	<i>141</i>

Раздел II. ЛИДЕРСТВО В ОРГАНИЗАЦИИ

Глава 4. Лидерство и руководство.....	145
4.1. Диалектика руководства и лидерства в контексте организационного развития	145
4.2. Гендерные аспекты организационного руководства и лидерства	177
4.3. Феномен организационной культуры в контексте диалектической взаимосвязи лидерства и руководства.....	179
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	182
<i>Литература</i>	183
Глава 5. Социальное партнерство в организации	184
5.1. Феномен доверия как базис социального партнерства в организации. Понятие социального капитала	184
5.2. Основные факторы социального партнерства: коммуникация, мотивация, сотрудничество	191
5.3. Мотивационный менеджмент	199
5.4. Влияние управленческого стиля на качество социального капитала в организации	206
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	212
<i>Литература</i>	212
Глава 6. Лидерство и организационная власть	213
6.1. Природа и источники власти. Пять типов власти лидера.....	213
6.2. Восприятие и понимание власти. Власть и индивид: роль ведущего и ведомого	218
6.3. Власть и группа в организации. Проблема делегирования полномочий	225
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	231
<i>Литература</i>	231

Раздел III. ОЦЕНКА И РАЗВИТИЕ ЛИДЕРСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Глава 7. Комплексный подход к оценке лидерского потенциала.....	235
7.1. Функциональные компетенции лидера	235
7.2. Психолого-акмеологические компетенции лидера.....	238
7.3. Социально-психологические компетенции лидера	240
7.4. Имидж лидера	242
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	246
<i>Литература</i>	247

Глава 8. Методы развития лидерского потенциала и повышения социально-психологической компетентности руководителя	248
8.1. Коучинг: виды, цели, базовые техники	248
8.2. Тренинг: структура, виды, базовые техники	255
8.3. Социально-психологическое развитие групп и создание команд в организации	267
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	306
<i>Литература</i>	307
Приложение. Методика «Дифференциал психосоциального развития»	308

Введение

Проблема лидерства на протяжении многих лет остается одной из стержневых в современной психологии. Это обусловлено не только очевидной прикладной значимостью данного феномена в самых разнообразных социальных контекстах, но и тем, что до сих пор отсутствует сколько-нибудь единая точка зрения на природу и суть лидерства.

В свое время разными исследователями была показана неэвристичность, точнее, недостаточная эвристичность всех классических теорий лидерства (чаще всего в этой связи упоминается «теория черт», однако сказанное справедливо и в отношении групп динамического и всего спектра вероятностных подходов). Это связано, на наш взгляд, не только и даже не столько с методологической ограниченностью упомянутых концепций, сколько со спецификой лидерства как предмета научного исследования.

Лидерство как в широком смысле, так и применительно к той или иной конкретной сфере социальной активности представляет собой типичный пример особого класса феноменов, которые американский методолог и специалист в области разработки бизнес-моделей Д. Гараедаги обозначил как эмерджентные (от англ. *emerge* — проявляться, возникать). Речь в данном случае идет о сложных, многоплановых явлениях, характеризующихся высокой степенью изменчивости и дискретности.

Понятно, что такого рода явления, как правило, «не ловятся» при лобовом применении классических аналитических методов и разработанных на их базе стандартизированных методик. Также достаточно очевидно, что они могут и должны изучаться через наиболее значимые в том или ином социальном контексте феноменологические проявления. Отсюда следует необходимость перехода от исследований лидерства вообще к его предметному изучению в конкретных областях человеческой жизнедеятельности. Одним из наиболее очевидных и значимых исследовательских полей такого рода является организационное функционирование и развитие в современных условиях.

Однако даже в рамках таких акцентировано позиционируемых в данном исследовательском поле практикоориентированных направлений психологической науки, как организационная пси-

хология и психология управления в настоящее время фактически отсутствуют концептуальные разработки проблематики эффективности организационного лидерства в условиях рыночной экономики вообще и экономики знаний в частности. Это обусловлено, на наш взгляд, тем, что, как ни парадоксально, подавляющее большинство исследований феномена лидерства не являются практикоориентированными, а носят либо фундаментальный, точнее сказать, абстрактно-теоретический (если не по результатам, то по форме), либо прикладной характер.

В первом случае речь идет, как правило, о механистическом, по сути дела, переносе социально-психологических и психолого-акмеологических универсалий в абстрактный организационный контекст. Не случайно, выделяя в качестве системообразующих признаков феномена лидерства факторы, зачастую взаимоисключающие друг друга, большинство авторов акцентируют внимание на том, что лидерство непосредственно связано с проблемой влияния и власти в социальной среде и в первую очередь с неформальными аспектами такого рода отношений. Совершенно закономерным на этом фоне выглядит тот факт, что в подавляющем большинстве работ, посвященных организационному лидерству (и прежде всего в учебно-методической литературе) понятия «лидерство» и «руководство» (менеджмент) рассматриваются как синонимичные. Между тем, как будет показано далее, функциональные, социально-психологические и психолого-акмеологические различия между лидерством и руководством в современной организации являются одной из ключевых составляющих данной проблематики как в методологическом, так и в прикладном аспектах. Также открытым остается вопрос об оценке эффективности организационного лидерства и руководства, а равным образом и о средствах ее повышения, поскольку предлагаемые общие рекомендации, отражающие основные психолого-акмеологические составляющие профессионализма вообще — «профессионализм деятельности» и «профессионализм личности» — вне реального организационного контекста оборачиваются абстрактными пожеланиями, воспроизводящими, по большому счету, все издержки описательных подходов.

Во втором случае речь идет, напротив, об узко специфических, по сути ситуативных «кейсах», в которых внимание акцентировано направлено на решение конкретной проблемы в конкретной организации. Здесь на первый план выступают такие факторы, как узко специфические ситуативные переменные, ориентация на субъективные предпочтения конкретного заказчика, что, заметим, совершенно обосновано в логике продаж консалтинговых (как, впрочем, и любых других) услуг, «вкусовые» профессиональные предпочтения, технологическая оснащенность и опыт конкретного кон-

сультанта. Достаточно очевидно, что самые успешные результаты подобного рода разработок не могут быть напрямую использованы для анализа феномена лидерства в широком контексте, а равным образом в качестве не только теоретико-методологической, но и методической базы подготовки организационных психологов.

Обобщая сказанное, можно констатировать, что одной из актуальных проблем развития организационной психологии и психологии управления является дефицит концепций «среднего уровня», релевантно отражающих специфику феномена организационного лидерства в современных условиях. Заметим, что обозначенная проблема ни в коей мере не является «родимым пятном» отечественной науки и носит универсальный характер. Данный учебник призван внести посильный (разумеется, далеко не исчерпывающий) вклад в решение указанной проблемы. В этой связи представляется не только целесообразным, но и необходимым сказать несколько слов о специфике построения учебника и работы с ним.

Материал учебника в целом и каждого из трех его разделов в отдельности структурирован по принципу «воронки» — от широкого контекста к конкретным концепциям, целевым задачам, методическому обеспечению. *Первый раздел* посвящен общим проблемам психологии лидерства и основным концептуальным подходам к их решению. *Второй раздел* — природе и специфике организационного лидерства. *Третий раздел* — профессиональным компетенциям лидера в организации, а также средствам их формирования и развития. Каждая глава снабжена списком минимально необходимой литературы и вопросами и заданиями для самопроверки. Существенные различия объема отдельных параграфов обусловлены как значимостью, с точки зрения автора, той или иной конкретной проблемы в общем контексте, так и степенью ее освещенности в доступных широкому кругу читателей источниках.

В результате освоения материала, представленного в учебнике, студент должен:

знать

- современные как собственно социально-психологические, так и междисциплинарные теоретические подходы к проблемам руководства и лидерства;
- современные теории интрагруппового развития, мотивации, конфликтологии, межличностного и межгруппового взаимодействия в организационном контексте;
- основные закономерности индивидуально-личностного развития в контексте формирования и реализации лидерского потенциала;
- социально-психологическую и психолого-акмеологическую специфику управленческой деятельности в современных условиях;

уметь

- применять на практике методы организационной, социально-психологической и психолого-акмеологической диагностики лидерского потенциала, а также оценки эффективности управленческой деятельности;

- с учетом специфики конкретной организации самостоятельно разрабатывать и реализовывать обучающие тренинговые программы, ролевые и организационные игры, программы коучинга, направленные на повышение эффективности управленческой деятельности, формирование стратегии организационного развития, подготовки кадрового резерва;

- устанавливать полноценные партнерские отношения, в том числе с потенциально «трудными» контрагентами, продуктивно разрешать конфликтные ситуации;

- самостоятельно анализировать результаты своей профессиональной деятельности, выявлять проблемные моменты, находить ресурсы для их разрешения, планировать собственное профессиональное развитие;

владеть

- методами диагностики и анализа систем управления в контексте организационного развития;

- методами психологической диагностики лидерского потенциала;

- базовыми навыками коучинга, построения и реализации тренинговых программ различной направленности, командообразования;

- навыками адаптации стандартных методов психотехники к конкретному социально-психологическому и организационному контекстам;

- навыками психологической самодиагностики и саморегуляции.

Раздел I
НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ
ЛИДЕРСТВА



Глава 1

ОБЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ПСИХОЛОГИИ ЛИДЕРСТВА

В результате изучения данной главы студент должен:

знать основные понятия и подходы, связанные с изучением феномена лидерства в междисциплинарном контексте, а также спецификой его изучения в социально-психологическом и психолого-акмеологическом аспектах;

уметь выделять и анализировать ключевые в прикладном аспекте феноменологические проявления лидерства как эмерджентного явления;

владеть базовым понятийным аппаратом психологии лидерства и основами структурно-диалектического и системного анализа.

1.1. Феномен лидерства в междисциплинарном контексте. Природа и ключевые феноменологические проявления лидерства в различных сферах жизнедеятельности человека

В 2011 г. произошло знаковое во многих отношениях событие. Корпорация *Apple Inc.* стала самой дорогой компанией мира, обогнав по уровню капитализации занимавший на протяжении многих лет эту позицию нефтяной гигант *Exxon Mobil*. Менее чем два года спустя, в 2013 г., уровень капитализации компании существенно снизился. Более того, налицо целый ряд признаков заката звезды *Apple*, столь ослепительно сиявшей на небосклоне мирового бизнеса и технического прогресса.

Если спросить у случайных респондентов, в чем причина такого положения дел, то практически наверняка, вне зависимости от пола, возраста, национальной принадлежности и личного отношения к продуктам *Apple*, девять из десяти назовут смерть легендарного С. Джобса. В то же время, если аналогичный вопрос задать специалистам, то с не меньшей вероятностью можно предположить, что, не отрицая значения личности С. Джобса, они назовут еще целый ряд причин организационного, экономического, технологического порядка.

Эта «вилка» между обыденным сознанием и экспертной оценкой в приведенном примере в известной степени отражает то,

что известный специалист в области организационного развития М. Кэ де Ври очень точно назвал «мистикой лидерства». Казалось бы, при чем тут мистика?

Как известно, английское *leader* имеет ряд сходных значений: руководитель, вождь, глава, командир, которые с известной степенью условности можно обобщить как «некто главный» или даже «самый главный». В то же время этимология этого английского слова восходит к *lead* — путь, дорога. Исходя из этого понятие «лидерство» часто трактуется как «идущий впереди», «указывающий дорогу»¹. Теперь представим себе воинское подразделение,двигающееся по незнакомой местности вслед за проводником из местного населения. Командир подразделения при этом находится в центре колонны. Кто в этой ситуации реально «самый главный»? Здесь начинается мистика. Если речь идет о легионах Гая Юлия Цезаря, марширующих по Галлии, то конечно Цезарь, — ответит практически каждый. А если вспомнить историю польского отряда, сгинувшего в костромских лесах в начале XVII в.? Кто в той ситуации реально был «самым главным»? Если исключить версию о том, что командир польского отряда, чье имя не сохранила история, был самоубийцей, решившим покончить счеты с жизнью в болоте, получается — Иван Сусанин. Чем определяется разница между двумя командирами? Масштабами личности? «Техническими навыками»? Качественным социальным окружением? Конечным результатом экспедиции? Ответы вроде бы очевидны, но загадки остаются. Почему, например, поляки в какой-то момент просто не повернули назад (что, заметим, не гнушался делать Цезарь, когда это диктовалось обстоятельствами)? Почему «божественный Юлий» снискал лавры величайшего полководца в истории, а победитель Митридата и Тиграна Великого Луций Лициний Лукулл, чьи военные достижения ничуть не менее впечатляющи, известен практически только специалистам?

Вернемся к более близкому примеру. Что позволило С. Джобсу стать легендой при жизни?

Талант «компьютерного гения»? Несомненно, он им обладал. Но под его руководством, а также, заметим, в конкурирующих организациях, трудились не менее, а возможно, и более талантливые специалисты в данной области.

Выдающиеся организаторские способности, умение находить и привлекать нужных людей? Безусловно. Но и эти качества не уникальны. Более того, ими наверняка обладали некоторые из тех сотрудников *Apple*, кто одновременно был компьютерным гением.

¹ *Кэ де Ври М.* Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта : пер. с англ. М. : Альпина Паблишер, 2003. С. 21.

Навыки корпоративного управления во всем его предметном многообразии? Самоочевидно. Но этому ежегодно обучают сотни, а то и тысячи людей во всем мире в рамках программ *MBA*.

Уникальное «чутье» гениального маркетолога в сочетании с шармом и мастерством воздействия на аудиторию не менее гениального «пиарщика»? Да, конечно. Однако и такие люди встречаются, причем, не только в большом бизнесе.

Наконец, счастливое сочетание этих качеств (а список можно было бы продолжать едва ли не до бесконечности)? Да, наверное, это наиболее точный ответ. Однако и здесь есть существенное «но». Ведь подобного рода «джентльменским набором» обладает руководитель практически любой успешной компании. При этом далеко не каждый из них становится легендой. Мистика. Мистика лидерства.

Не случайно поиск ответа на вопросы, а что же такое лидерство и кто и как становится реальным лидером, на протяжении веков привлекал внимание людей. Не случайно проблема лидерства так или иначе оказывается предметом исследования в самых разных областях научного познания. Как отмечал один из ведущих специалистов в данной области Р. Дафт: «Проблема лидерства интересовала историков и философов со времен античности, однако предметом научных исследований эта тема стала только в XX веке. Существует более 350 определений лидерства. Один из авторов, писавших на эту тему, утверждает, что лидерство — это наиболее очевидный и наименее понятный феномен на земле»¹.

Итак, 350 определений и никакого консенсуса. Поможет ли делу формулировка 351-го, «самого-самого» определения? Вряд ли. В чем же причина? В недостаточной квалификации исследователей? В неэвристичности методического инструментария? Может быть, вообще никакого лидерства как предмета научного познания не существует вовсе, и это не более, чем укоренившийся в массовом сознании миф, отражающий универсальную архетипическую потребность в герое, который способен сделать «невозможное возможным»?

И здесь мы переходим от мистики к природе и сущности лидерства. Обозначенный методологический тупик оказывается возможным преодолеть, если исходить из того, что **лидерство** представляет собой типичный пример особого класса феноменов, которые американский методолог и специалист в области разработки бизнес-моделей Д. Гараедаги обозначил как эмерджентные (от англ. *emerge* — проявляться, возникать). Такого рода феномены являются «продуктом взаимодействий, а не суммой действий частей», в силу чего «они не поддаются непосредственному изме-

¹ Дафт Р. Уроки лидерства. М. : Эксмо, 2007. С. 19.

рению. Если это все же необходимо, то остается лишь измерять их проявления»¹. Иными словами, речь идет о сложных, многоплановых явлениях, возникающих в результате синергического эффекта (т.е. о целом, несводимом к простой сумме образующих его элементов), характеризующихся высокой степенью изменчивости и дискретности.

Понятно, что такого рода явления, как правило, «не ловятся» лобовым применением классических аналитических методов и разработанных на их базе стандартизированных методик. Также достаточно очевидно, что они могут и должны изучаться через наиболее значимые в том или ином социальном контексте феноменологические проявления. Отсюда следует необходимость перехода, во-первых, от исследований лидерства вообще к его предметному изучению в конкретных областях человеческой жизнедеятельности и, во-вторых, к использованию в исследованиях лидерства полидисциплинарного подхода. Иными словами, алгоритм изучения лидерства как *эмерджентного явления* представляет собой исследование его феноменологических проявлений с использованием теоретических подходов и методического обеспечения тех научных дисциплин, в предметно-проблемное поле которых наиболее отчетливо попадает то или иное конкретное проявление, с последующим анализом их взаимосвязи в рамках единой системы.

Если вернуться к приведенному выше примеру, то в данной логике становится понятно, что невозможно «измерить» С. Джобса как лидера «вообще», но можно оценить результаты его деятельности в той или иной предметной области и выявить детерминанты успешности либо неуспешности. При этом, подчеркнем еще раз, важно помнить, что речь никоим образом не идет о механистическом суммировании результатов таких измерений — в этом случае неизбежен уход в дурную бесконечность (мы не случайно отметили, что список личностных качеств, профессиональных навыков и сфер предметной деятельности С. Джобса можно было бы продолжать и продолжать). Отсюда вытекает задача ограничения количества исследуемых переменных, а также выявление их приоритетности во внутреннем и внешнем контекстах. Под внутренним контекстом в данном случае понимается структура взаимосвязей между переменными, под внешним — значимость каждой из них применительно к той конкретной сфере жизнедеятельности человека, в рамках которой рассматривается феномен лидерства.

Например, если речь идет о роли и значении лидерства в контексте развития технологий и технического прогресса, то очевидно,

¹ *Гараедаги Д.* Системное мышление: как управлять хаосом и сложными процессами. Минск : Гревцов Паблишер, 2007. С. 79.

наиболее приоритетным окажется талант «компьютерного гения» С. Джобса и его составляющие. В то же время, если предмет исследования — роль лидера в организации, на первый план выступают организаторские способности С. Джобса и его навыки корпоративного управления и т.д.

Рассмотрим наиболее приоритетные **феноменологические проявления лидерства** в ряде ключевых сфер жизнедеятельности человека.

В современной психологии под жизнедеятельностью понимается внутренняя и внешняя активность человека или социальной группы в конкретных социально-психологических, социальных, экономических и других условиях. Вполне понятно, что говорить о «ключевых сферах жизнедеятельности» можно лишь с той или иной степенью условности. Более того, формы и виды как индивидуальной, так и групповой активности в любой сфере жизнедеятельности исключительно многообразны. Таким образом, возникает задача выделения универсальных переменных, позволяющих наиболее полно оценить всю систему взаимодействий в рамках той или иной сферы жизнедеятельности. Это можно сделать через понятие базисного социального института общества, введенного в научный обиход и верифицированного в рамках психосоциальной теории развития.

В психологической науке понятие «социальный институт» как правило (и вполне обоснованно) используется в контексте изучения и описания процесса социализации. Данным термином обычно обозначаются: а) совокупность ценностей и норм, отражающих социальный опыт, накопленный в конкретном обществе, и регламентирующих определенную сферу общественных отношений; б) специально созданные структуры (организации), официально уполномоченные обществом обеспечивать усвоение и соблюдение этих ценностей и норм его членами. Согласно психосоциальной теории развития базисные социальные институты отражают (естественно, в специфических для каждого конкретного общества формах) универсальный опыт, накопленный человечеством в ходе исторического развития. Таким образом, речь идет фактически о системе нормирования конкретных сфер жизнедеятельности, причем именно тех из них, которые свойственны каждому обществу и, следовательно, действительно являются ключевыми.

К наиболее значимым институтам такого рода в контексте психосоциальной теории развития относятся религия, политика, право, технология, идеология. Как же конкретно проявляется лидерство в рамках этих институтов и регламентируемых ими сферах жизнедеятельности?

Вряд ли требует специального доказательства тот факт, что возникновение и развитие любой сколько-нибудь значительной *рели-*

гиозной системы непосредственно связано с деятельностью явно незаурядных личностей (не случайно жестко ассоциирующееся с лидерством понятие «харизма» имеет именно религиозное происхождение). Они буквально указывали путь в широкое, а зачастую и в узкое, как например, Моисей, смысле слова. Идея пути вообще проходит красной нитью практически через каждую религиозную доктрину.

Можно легко выделить ряд качеств, присущих практически каждому крупному религиозному лидеру.

- Прежде всего, это способность и готовность предложить обществу не просто новую идею, но идею масштабную и парадоксальную, идею, настолько выходящую за существующие рамки, что она зачастую воспринимается многими как «бред», «ересь» и т.п.

- Это, безусловно, способность привлекать последователей, в том числе из среды оппонентов и даже открытых противников — умение делать «из Савлов Павлов». Причем последнее чрезвычайно важно, поскольку обращение даже одного идейного «неверного» оказывается гораздо более сильным и значимым подтверждением богоданности религиозной доктрины, чем ее принятие множеством тех, кто занимал нейтральную позицию и тем более просто ничего о ней не знал.

- Это готовность не просто указывать путь, но и идти впереди, доказывая истинность пути личным примером, готовность идти на лишения и приносить жертвы ради «торжества истины».

Однако есть одна, пожалуй, наиболее существенная вещь, напрямую связанная с сущностью религии и ее социальной функцией. По мнению основоположника психосоциальной теории развития Э. Эриксона, религия — это тот самый институт, который «на протяжении всей человеческой истории боролся за утверждение базисного доверия». При этом под базисным доверием он понимал общую глубинную установку индивида по отношению к окружающему миру. Религия как социальный институт действительно подкрепляет базисное доверие по той простой причине, что и на индивидуальном, и на социальном уровнях она призвана объяснять необъяснимое, тем самым снижая степень неопределенности и неуверенности — факторов, стимулирующих иррациональную тревожность и страх, а следовательно, и недоверие к миру.

В этом контексте наиболее значимым феноменологическим проявлением лидерства оказывается способность актуализировать как у своих прямых последователей, так и в широком социуме то, что Э. Эриксон называл эго-силой надежды, характеризуя ее как «бесконечную готовность человека верить в достижимость

главных своих желаний»¹. Эту идею применительно к лидерству вообще очень точно сформулировал Наполеон Бонапарт, которому принадлежит фраза: «Лидеры — это продавцы надежды». Не случайно, каждая религиозная доктрина впрямую обещает своим последователям обретение в той или иной форме «вечного блаженства», если не в этой жизни, то в следующей.

Базисные социальные *институты политики и права* Э. Эрикссон относил к одной и той же стадии психосоциального развития на уровне социума. Эти два института, а равным образом и сферы жизнедеятельности, которые ими регламентируются, действительно тесно взаимосвязаны. По сути, в обоих случаях речь идет о регламентировании взаимодействия субъектов жизнедеятельности всех уровней — от межличностных до межгосударственных. В этом ракурсе рассмотрения институты политики и права оказываются взаимодополняющими. В рамках института политики формулируются базовые идеи и принципы такого рода регламентирования. В рамках института права осуществляется непосредственное нормирование каждого конкретного вида взаимоотношений. Отметим в этой связи, что на практике, как правило, оба эти института персонализированы одними и теми же фигурами.

Если перейти непосредственно к проблеме лидерства в данном контексте, то прежде всего следует отметить, что в отличие от религиозных лидеров, перед лидерами политическими не стоит задача генерирования парадоксальных, переворачивающих мировоззрение идей. Напротив, подобного рода идеи скорее противопоказаны, поскольку политик и законодатель даже в условиях абсолютной монархии остро нуждаются в поддержке некоего, пусть и условного «большинства». Речь в данном случае скорее должна идти о способности тонко чувствовать и рефлексировать настроение тех или иных социальных групп, адаптировать их к собственным целям и мотивам (желательно, к объективным обстоятельствам), а также в умении подать результаты в доступной массовому сознанию, привлекательной «упаковке».

Именно поэтому перед политическим лидером, а равным образом и законодателем, не стоит задача приобретения последователей из среды принципиальных оппонентов и противников. Гораздо более важной для них в этом смысле оказывается нейтральная, не определившаяся, а равным образом безразличная аудитория, пресловутое «болото».

Политический лидер, несомненно, «указывает путь». Более того, в роли законодателя, он даже предписывает его. Но в отличие от религиозного лидера, совсем не обязательно сам «идет впе-

¹ *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2007. С. 116.

реди». При том, что на уровне стереотипов политика отчетливо ассоциируется с публичностью, история знает немало примеров весьма успешных политических лидеров, предпочитавших оставаться, что называется «в тени», на вторых, а то и третьих ролях.

Наиболее важной, сущностной функцией лидерства в сферах политики и права, с точки зрения теории психосоциального развития, является актуализация того, что Э. Эриксон называл эго-силой воли, трактуя ее как «мужество быть независимым индивидом, который сам может выбирать и строить свое будущее»¹. Заметим, что это справедливо в отношении как продуктивного политического лидерства, так и откровенно демагогических и популистских политических программ. Как ни парадоксально, но все известные тоталитарные системы формировались и функционировали за счет циничной спекуляции на этой глубинной и универсальной человеческой потребности.

Подводя итог, можно сказать, что приоритетным феноменологическим проявлением лидерства в сферах политики и права является поиск и обеспечение оптимального в данных конкретных условиях баланса между потребностями индивида, а также различных социальных групп и неизбежными ограничениями, накладываемыми широким социумом.

В рамках базисного социального института *экономики* (от греч. «ойкос» и «ном» — правила ведения домашнего хозяйства) регламентируются хозяйственная деятельность и система отношений, складывающихся в процессе производства, распределения, обмена и потребления между отдельными индивидами, группами, организациями.

Если конкретизировать это определение в контексте проблемы лидерства, можно сказать, что успех экономической деятельности в условиях рынка определяется способностью субъектов этой деятельности создавать и реализовывать потребительские ценности наиболее эффективным (прежде всего по параметру цена — качество) способом. Как показано в работах ряда экономистов, в условиях реальной конкуренции это возможно только за счет разработки и внедрения инноваций различного уровня. Причем экономический эффект прямо пропорционален степени инновационности того или иного продукта. На современном этапе социально-экономического развития, характеризующемся резким ростом конкуренции и степени неопределенности на рынке, спроса на высокотехнологичные, интеллектуальные продукты и значимости человеческого фактора, разработка и внедрение инноваций, причем инноваций масштабных, оказывается не просто значимым, но ключевым условием успеха.

¹ Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ. А. В. Толстых. М. : Прогресс, 1996. С. 124.

В этом ракурсе достаточно очевидно, что, подобно религиозному, лидер в сфере экономики прежде всего должен предложить неординарную идею, идею (и здесь опять-таки налицо параллель с религиозным лидером) «с сумасшедшинкой», идею, расширяющую границы настолько, что она кажется утопичной, нереализуемой. При этом она совершенно не обязательно рождается в голове у лидера. Она может быть «подсмотрена», «подслушана» при случайном событии или в разговоре, она может быть результатом коллективного творчества, целенаправленного поиска и т.п. В данном случае лидер, в отличие от большинства не менее, а быть может, и более компетентных, опытных, добросовестных, чем он сам, людей, оказывается способным отчетливо увидеть перспективу и принять ответственность за риск.

В отличие от религиозных и политических лидеров, для которых совершенно закономерна и объективно обусловлена ориентация на большие группы (более того, на все человечество), для лидера в сфере экономики первостепенное значение имеет «ближний круг» последователей, готовых поверить в успех «безнадежного» дела и вложить в него время, силы, способности. При этом требования к профессиональным и личностным качествам такого рода последователей, как правило, оказываются очень высокими. В отличие от большинства управленцев, настоящий лидер не только не боится привлекать людей, которые в чем-то (или даже во всем) лучше, чем он сам, но целенаправленно ищет таких людей. В свое время, отвечая на вопрос, в чем причина его успеха, Э. Карнеги сказал: «Бог дал мне достаточно ума для того, чтобы привлекать к работе людей, которые гораздо умнее меня».

Что касается «выбора пути», то в рассматриваемой сфере жизнедеятельности лидер скорее обозначает конечную цель. Собственно же «путь», как правило, является результатом коллективной, командной деятельности лидера и его ближайших последователей. При этом, когда «путь» выбран, лидер «идет впереди», демонстрируя тем самым личную готовность не только принимать риски, но и нести издержки и даже приносить жертвы ради реализации идеи.

Если, как и в предшествующих случаях, обозначить наиболее значимое с точки зрения психосоциальной теории развития феноменологическое проявление лидерства применительно к сфере экономики, то им оказывается актуализация чувства цели. Данная эго-сила необходима, по мнению Э. Эриксона, «для выполнения взрослых задач, что обещает реализацию пространства возможностей человека»¹. Заметим в этой связи, что практическая реализация масштабных инновационных идей очевидно требует поэтапного вовлечения в этот процесс все более широкого круга

¹ Эриксон Э. Указ. соч. С. 132.

последователей (от персонала организации до внешних контрагентов), причем вовлечения именно как субъектов совместной деятельности, осознающих конечные цели, свою роль и меру ответственности за успех общего дела.

В современной трактовке термин «технология» (от греч. *techné* и *logos*) имеет несколько значений. К основным из них относятся: а) «производственный процесс, с необходимой ему совокупностью всех навыков и способов производства»¹; б) «наука, описывающая этот производственный процесс», а также «форма раскрытия труда, акт раскрепощения “Я” и его актуализация»². В данном контексте технология означает прежде всего включение *techné*, в смысле высочайшего уровня мастерства и умения в какой-либо сфере человеческой деятельности, в широкий социальный контекст. Ее функция, с точки зрения общественного развития, заключается в обеспечении возможности для широкого круга представителей данного социума выступать как потребителями результатов квалифицированного труда в той или иной области, так и субъектами данной деятельности. Иными словами, реальным лидером в сфере технологии оказывается не тот, у кого родилась идея, например, «безлошадной повозки», и не тот, кто собрал первый в мире действующий автомобиль (примечательно, что, как и для многих других изобретений, вопрос о том, кому принадлежит честь изобретения автомобиля, не имеет до сих пор и, по-видимому, никогда не будет иметь, однозначного ответа). Лидером оказывается тот, кто воплотил в жизнь знаменитую фразу «Автомобиль не роскошь, а средство передвижения», обеспечив доступность автомобиля массовому потребителю. И это, конечно, Г. Форд-старший.

Таким образом, лидер в сфере технологии, как правило, не является «генератором идей» в чистом виде. Он не отвечает на вопрос «что?». Он отвечает на вопрос «как?». Как именно сделать то или иное открытие достоянием широкого социума, интегрировать его в повседневную жизнь. При этом первостепенное значение имеет не только собственно технологическая, но и социальная, скорее даже социально-психологическая, сторона дела. Важно не просто технически обеспечить возможность массового производства того или иного продукта, но сформировать потребность в нем на уровне массового сознания.

В этой связи, если рассматривать лидерство в сфере технологии с точки зрения привлечения последователей, то достаточно отчетливо вырисовывается значимость как «ближнего круга», включающего прежде всего профессионалов, необходимых для решения

¹ Деркач А. А. Методолого-прикладные основы акмеологических исследований. М.: РАГС, 2000. С. 194.

² Там же. С. 195.