

тово внаслідок протизаконного насильства, систематичного знуцання або тяжкої образи з боку потерпілого (фізіологічного афекту)», ст.ст.116, 123 (особлива частина, розділ 2), наказують також враховувати силу збігу важких особистих, сімейних чи інших життєвих обставин, ст.66 (загальна частина, розділ 11). Стан фізіологічного афекту може виникати в результаті стресового стану і стану фрустрації (як було зазначено вище), усі ці стани викликають дезорганізацію в регуляції поведінки людини. Ми вважаємо, що при подальшій розробці нормативних актів до КК України це необхідно враховувати.

*Надійшла до редколегії 25.03.02*

*Н.М. Лисиця*

### **ЛІДЕРСТВО ЯК ПРОЦЕС, ЩО МОДЕЛЮЄТЬСЯ У ПЕРІОД АКТИВНИХ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН**

Соціальні зміни є невід'ємною складовою соціуму, що особливо активно виявляється в період трансформації в будь-якому суспільстві. Аналіз лідерських тенденцій в українському суспільстві свідчить про їхню повну залезність від інтенсивності соціальних змін. Якщо соціальні зміни призводять, з одного боку, до збільшення числа феноменів, що самоорганізуються, а, з іншого боку, до фрустрації, то, природно, як наслідок фрустрації, з'являється необхідність експлікації додаткових людських ресурсів, наприклад, таких, як уміння організувати людей, прийняти відповідальність на себе, оцінити створену ситуацію і прийняти адекватне остаточне рішення.

У таких випадках стимулами до прояву лідерських якостей можуть бути різні фактори. В основному це непередбачені обставини, такі як економічна криза, різка зміна політики, терористичний акт, стихійне лихо тощо. Ці фактори відносяться до макроруровневих схем дії. Мікрорівень, тобто міжособистісні відносини, характеризується наступними факторами: зміною матеріального становища, втратою роботи в зв'язку з несподіваним закриттям підприємства, професійною перекваліфікацією, стресом, небезпекою тощо.

Лідерство розуміється як роль, що веде до досягнення поставленої мети, включає комунікацію, вплив і зазвичай приводить до якоїсь зміненої структури чи змінної поведінки груп, організацій, співтовариств.

Проблема виникнення, активізації лідерства вивчається як закордонними, так і вітчизняними соціологами. Бенн К.Д. і Шитц П. підходили до аналізу лідерства з погляду функціональних вимірів і визначали дві групи функцій лідерської поведінки: функції задач і функції підтримки [1, с. 12-13].

Функції задач асоціювалися з раціональним вибором і досягненням мети:

- 1) ініціація активності (пропозиції рішення, ідей; номінація проблем; нові підходи до старих проблем);
- 2) пошук інформації (запит додаткової чи інформації фактів);
- 3) подача інформації (пропозиція фактів і узагальнень);
- 4) висловлення думки (констатація точки зору, особливо щодо значущості фактів);
- 5) розробка плану (бачення того, як би працювала пропозиція за умови її прийняття);

- 6) координація (побудова відносин між різними ідеями);
- 7) підведення підсумків (узагальнення ідей і пропозицій);
- 8) перевірка виконання (пропозиції щодо застосування в реальних ситуаціях);
- 9) оцінка (порівняння прийнятих рішень і поставлених цілей із загальноприйнятими стандартами);
- 10) постановка діагнозу (визначення джерел труднощів).

Функції підтримки асоціюються з емоційним задоволенням і особливо важливі для розвитку і підтримки групи, співтовариства: 1) натхнення (дружня прихильність стосовно інших; вихвалювання чужих ідей); 2) роль контролера (пропозиція обмеженого регламенту часу для кожного потенційного суперника); 3) установки стандарту (пропозиція стандарту; нагадування про необхідність уникати рішень, що не відповідають стандартам поведінки, прийнятим у групі); 5) вираження емоцій групи (відчуття реакцій групи на ідеї та рішення); 6) консенсусу (вивчення думок членів групи з метою визначення, наскільки вони наближаються до консенсусу); 7) гармонізації (медіація; урівноважування різних точок зору; прийняття компромісних рішень); 8) скорочення напруги (нейтралізація негативних почуттів, створення напруги в більш широкому контексті).

Вищезгадані дві групи функцій з'єднують дві основні складові, здатні зробити харизматичну особистість, що могла б впливати на оточуючих. В основі харизми такого лідера – раціоналізм і емоції.

Контент-аналіз ситуацій, що виникають в умовах соціальних змін у сучасному суспільстві, демонструє синкретизм моделей формального і неформального лідерства, а саме:

- формальне лідерство на основі референтних груп;
- формальне лідерство за схемою, пропонованою засобами масової інформації (ЗМІ);
- формальне лідерство як наслідок нереалізованої мрії;
- формальне лідерство, виявлене в екстремальній ситуації;
- неформальне лідерство як наслідок формального лідерства;
- неформальне лідерство як необхідність для збереження формального лідерства.

Соціальні зміни створюють умови для динамізму лідерства як соціального феномена. Незважаючи на той факт, що саморганізація, як форма прояву нових комбінацій поведінки, починає інтенсивно розвиватися саме в період хаотичних дій акторів, вона, проте, не обмежує еволюцію, а саме навпаки, виступає стимулом для фіксування не тільки сформованих на якийсь період схем, структур, але і для обґрунтування можливих причин їхнього появу.

В умовах ринку раціоналізм як основа відносин обміну створює умови для пошуку позицій, що допомагають виявити формальне лідерство. Однак, оскільки єдиною заставою для збереження таких лідерських позицій служать, як правило, займана посада, то актор завжди усвідомлює небезпеку втрати можливості впливу на навколишній світ.

З метою встановлення міцних основ для збереження позицій формального лідерства використовується драматургічна версія побудови своєї повсякденності. Слідом за Й. Хейзингом і Э. Гоффманом [2, 3] ми виходимо з того, що соціальна людина – це людина «граюча». Соціальні актори можуть покладатися найчастіше на різні типи референтних груп: реальну, уявлену. Розвиваючи і демонструючи лідерські якості, вони ставлять своєю задачею необхідність сформувати довіру, посилаючись на досвід, професійні якості, що схвалюються в його референтних групах, підключаючи для впливу, а частіше маніпулювання, цінності як на вербальному рівні (посилаючись на визнання, схвалення владних структур, експертів і т.д.), так і на діяльнісному рівні (організуючи виставки, презентації, PR-акції, рекламні кампанії).

Більш механічний образ і доступний більшості соціальних акторів створює модель лідерства, що використовує інформацію, пропоновану ЗМІ. Формальний лідер у такому випадку самоідентифікує себе з деяким сукупним образом. Передумовами для іміджеології такого типу є мода на рекламований стиль поведінки, стиль керування, стиль спілкування, стиль пропозиції себе іншим.

Якщо інтуїція не підводить і знання соціального оточення використовується правильно, то соціальний актор буде той імідж формального лідера, що визнається і схвалюється в його соціальному оточенні.

Наступна модель – «лідерство як наслідок нереалізованої мрії» – залежить від ступеню піднесеності мрії і від того, наскільки вона глобальна в масштабах соціуму. Більш стабільною є модель «лідерство, виявлене в екстремальній ситуації», тому що свідками такого лідерства є представники того ж соціуму, до якого належить і формальний лідер. Умівня одержати соціальне схвалення розцінюється як винагорода й умова для позитивної репутації.

У повсякденному спілкуванні валідність комунікації дає підставу для стабільного визнання індивіда в якості лідера. У зв'язку з цим неформальне лідерство, виявлене як би в підтвердження посадового статусу, закріплює авторитет. Соціальні зміни, що провокують необхідність швидкого ухвалення рішення, піддають тестуванню лідерські якості і тільки при неодноразовій демонстрації вони формують стереотип, що надовго стає моделлю поведінки, що асоціюється з формальним і одночасно неформальним лідером.

Практика доводить, що лідер, що сформувався за такою моделлю, міцно займає позиції в будь-якій соціальній структурі. Виходячи з минулих відносин, він спроможний повести за собою соціальних акторів, запропонувавши при цьому мотиви колективної дії, обґрунтувати аргументованість використання менеджменту вражень, створеного на основі аналізу сприйняття узагальненого іншого, ідентифікації себе зі своїм соціумом і вибору орієнтацій по типології Т. Парсонса (когнітивної, катектичної, оцінюваної).

Список літератури: 1. Venne K. D., Sheats P. Functional roles of group members // *Journal of Social Issues*, 1948, 4 (2), p.41-49. 2. Гейзинг Й. Homo ludens. – К., 1994. 3. Гоффман Э. Представлення себе іншим // *Сучасна закордонна соціальна психологія. Тексти.* – М., 1984.

*Надійшла до редакції 26.03.02*