

Самопрезентация руководителей с различными стилями руководства

К. С. ХИХИЧ

Белорусский государственный университет

Изучение самопрезентации руководителей является одним из наиболее актуальных направлений в современном обществе. Самопрезентационное поведение определяет результативность работы руководителя, которая зависит от его способности гибко варьировать свои действия с учетом характера коллектива, делегировать полномочия, в правильной деловой манере давать распоряжения подчиненным. От деятельности руководителя, его отношения к подчиненным, от его решений зависит эффективность деятельности компании в целом.

Во всем многообразии исследований самопрезентационного поведения руководителей, авторы не пришли к единому мнению по вопросу взаимосвязи тактик самопрезентации руководителей с различными стилями управления. Изучение самопрезентации руководителей с различными стилями управления поможет понять, какая именно тактика самопрезентации и какой стиль управления помогут руководителю грамотно

выстраивать отношения с подчиненными во избежание конфликтов, поможет укрепить авторитет руководителя среди подчиненных, чтобы сотрудники могли верить в своего руководителя и эффективно выполнять порученные им функции. Таким образом, актуальность данного исследования связана с получением более полного представления об особенностях взаимосвязи тактик самопрезентации руководителей с различными стилями руководства.

В исследовании приняло участие 60 руководителей, из них 22 мужчин (37 %) и 38 женщин (63%). Средний возраст выборки – 37 лет. Под руководителем мы понимали лицо, на которое официально возложены функции управления коллективом и организации его деятельности. Таким образом, к руководителям относились как директор предприятия, так и староста учебной группы.

В исследовании были использованы следующие методики: «Шкала измерения тактик самопрезентации» С.–Ж. Ли, Б. Куигли и др. Методика направлена на определение наиболее часто используемых тактик самопрезентации руководителей. И опросник Е.П. Ильина «Склонность к определенному стилю руководства». Методика направлена на определение склонности субъекта к тому или иному стилю руководства.

В результате исследования можно сделать следующие выводы. Преобладающей тактикой самопрезентации руководителей является тактика «Желание/старание понравиться» (48%). Данные руководители своими действиями и поступками ставят цель вызвать у окружающих симпатию, что часто бывает для получения определенной пользы для себя (тактика может принимать форму лести, конформности, возвышения других, оказания услуг, делания подарков и т. п.). Тактику «Извинение» применяют 33% опрошенных. К тактикам «Запугивание» и «Просьба/Мольба» прибегают по 5% руководителей.

Значимых различий в тактиках самопрезентации по переменным пол, возраст, семейное положение, наличие детей, не выявлено. Были обнаружены статистически значимые различия выборочных средних у руководителей со стажем руководства ниже пяти лет и у руководителей свыше пяти лет по шкале «Извинение» ($p \leq 0,05$). По остальным шкалам статистически значимых различий не обнаружено ($p \geq 0,05$). Таким образом, руководители с достаточно небольшим стажем руководства признают ответственность за любые обиды, вред или за негативные поступки. Они чаще выражают раскаяния и вину. В свою очередь, руководители свыше пятилетним стажем руководства реже используют данную тактику. Это может быть связано с тем, что в силу большого стажа управления такие руководители имеют больший опыт, нежели другие сотрудники, и они не могут открыто признать свою вину.

Для 78% исследуемых руководителей, принявших участие в исследовании, характерен демократический стиль. К авторитарному стилю руководства прибегают 17% руководителей. Либеральный стиль применяют

5% руководителей. Так, для подавляющего большинства руководителей, участвовавших в исследовании, свойственно распределение полномочий и ответственности между сотрудниками организации. Они поощряют инициативности подчиненных, а общение с работниками осуществляется в форме просьб, пожеланий, рекомендаций, советов и поощрений, применяя приказы только по необходимости.

Значимых различий в стилях руководства в зависимости от таких переменных, как пол, семейное положение, наличие детей, стаж руководства и возраст не выявлено ($p \geq 0,05$).

Также в исследовании были выявлены статистически значимые корреляционные связи между стилями управления руководителей и их самопрезентационными тактиками. Либеральный стиль положительно связан с тактиками «Просьба» и «Преувеличение своих достижений». Авторитарный стиль положительно коррелирует с тактикой «Запугивание». Демократический стиль руководства положительно коррелирует с тактикой «Извинение», отрицательно коррелирует с тактиками «Оправдание с принятием ответственности», «Желание», «Запугивание», «Просьба», «Преувеличение своих достижений», «Негативная оценка других», «Пример для подражания».

Руководители, использующие либеральный стиль руководства применяют тактики «Просьба/мольба» и «Преувеличение своих достижений». Они осуществляют демонстрацию собственной слабости, беспомощности и зависимости от обстоятельств и действий окружающих, а также, применяя тактику «Преувеличение своих достижений», демонстрирует перед подчиненными результаты своей деятельности более позитивными, чем они являются в действительности. При авторитарном стиле руководства руководители используют тактику самопрезентации «Запугивание»: не прислушиваются к мнению коллектива, принимают решения самостоятельно, осуществляя жесткий и лишаящий подчиненных инициативы контроль, не учитывают интересы коллектива. Они высказывают угрозы в адрес подчиненных для возбуждения по отношению к себе страха, восприятия себя как сильного и опасного человека. Руководители с демократическим стилем руководства выбирают тактику – «Извинение», которая предполагает признание ответственности за обиды, вред, негативные поступки и события. Они стимулируют благоприятный психологический климат в коллективе. Такие руководители считают неэффективным приводить оправдывающие и одобряемые другими причины для объяснения негативно воспринимаемого поведения и принятие ответственности за него, вызывать у сотрудников своими поступками симпатию к себе для получения определенной пользы от этого, пробуждать у подчиненных угрозами страх и опасения, демонстрировать собственную беспомощность и слабость, преувеличивать свои достижения, высказывать негативные и критические оценки в адрес других людей, вызывать у работников уважение, подражание и восхищение.