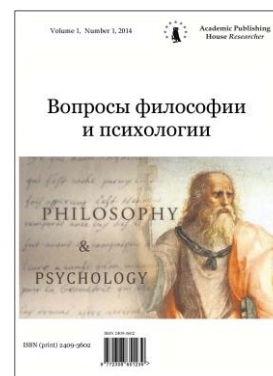


Copyright © 2020 by Academic Publishing House Researcher s.r.o.



Published in the Slovak Republic  
Voprosy filosofii i psikhologii  
Has been issued since 2014.  
E-ISSN 2414-0856  
2020, 7(1): 34-41

DOI: 10.13187/vfp.2020.1.34  
[www.ejournal20.com](http://www.ejournal20.com)



## Directions for the Study of Responsiveness as a Personal Determinant of Effective Group Management

Elena A. Volodarskaya <sup>a, \*</sup>, Artem F. Gasimov <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Institute of the history of science and technology, Russian Academy of Sciences, Russian Federation

<sup>b</sup> Lomonosov Moscow State University, Russian Federation

### Abstract

The article is devoted to the study of modern ideas about the phenomenon of responsiveness of a leader in a group, established in psychology and other areas of knowledge based on the use of different criteria for describing this phenomenon. The first approach considers responsiveness as a quality of the emotional intelligence of a person, empathy, understanding of the feelings of another person.

The second methodological approach considers responsiveness as an element of the general humanitarian culture of the individual. The third theoretical approach determines the pedagogical conditions for the development of responsiveness in preschool and primary school age. The fourth area describes responsiveness as a professionally important quality of people in helping professions.

In addition to psychological approaches, the phenomenon of responsiveness is considered within the framework of the economy, where it is supposed to analyze responsiveness as a criterion for assessing the relationship between business and society, a component of consumer loyalty. In business psychology, the leader's responsiveness is determined from the perspective of a significant skill in intergroup communication, an understanding of the growing tension in the group, an indicator of professionalism and the conditions for business training.

**Keywords:** responsiveness, leadership, group management, empathy, responsibility, professionally important personality quality.

### 1. Введение

Отзывчивость как психологическая характеристика значимого качества, определяющего выдвижение личности в лидерскую позицию в группе, становится в последнее время востребованной категорией оценки деятельности организаций в экономической сфере. Так, главной темой Международного экономического форума в Давосе в 2017 г. стало «Отзывчивое и ответственное лидерство». Иными словами, социальная отзывчивость наряду с социальной справедливостью входит в понятие социальной ответственности бизнеса и становится элементом контроля деятельности бизнеса со стороны общества.

---

\* Corresponding author

E-mail addresses: [eavolod@gmail.com](mailto:eavolod@gmail.com) (E.A. Volodarskaya), [gasimov.artem@gmail.com](mailto:gasimov.artem@gmail.com) (A.F. Gasimov)

В ходе дискуссий в рамках экономического форума обращалось внимание на ответственность, отзывчивость бизнеса перед глобальными вызовами современной экономики: неравенство, борьба с эпидемиями, угроза несоблюдения мировых правил экономических отношений, размывание границ среднего класса как опоры современной экономики.

Востребованность чуткости экономических и политических лидеров по отношению к изменяющейся экономической реальности роста тенденции к замыканию экономики в рамках границ государства, а не в рамках общего рынка, политической системы Европейского союза, США, свидетельствует о необходимости перехода психологического феномена отзывчивости от уровня индивидуальных характеристик личности к качеству межличностных и межгрупповых отношений. Иными словами, отзывчивость рассматривается в качестве ресурса продуктивного решения вопросов поддержания общего экономического порядка, основанного на глобальном характере современной экономики, общности правил и норм взаимодействия.

Можно говорить о междисциплинарном характере изучения отзывчивости, с одной стороны, как индивидуально-личностной характеристики и профессионально – важного признака, а, с другой стороны, как качества работы социальных групп, экономических организаций, бизнеса. Рассмотрение отзывчивости в качестве психологического ресурса конкурентоспособности в экономических отношениях помогает выделить практический запрос на описание этого феномена, выявить факторы, способствующие выдвиганию в лидерскую позицию в системе коммуникаций между организациями. Иными словами, современная ситуация в сфере бизнеса, организационного лидерства, свидетельствует об индивидуализации межгруппового общения экономических агентов, о запросе на все большее использование характеристики личности.

В связи с вышеизложенным *цель работы* состоит в описании сложившихся теоретических подходов к феномену отзывчивости как качества лидера в разных направлениях психологической науки и других научных дисциплинах.

## 2. Материалы и методы

2.1. Основными теоретико-методологическими основаниями в данном исследовании выступили подходы отечественных и зарубежных исследователей к проблемам изучения феномена отзывчивости как профессионального качества лидера в организационных бизнес-коммуникациях.

2.2. Были использованы общенаучные методы анализа, синтеза, обобщения библиографического материала, обусловленные целью настоящего исследования, направленного на определение психологических особенностей феномена отзывчивости личности, обусловленных спецификой понимания лидерства в бизнес-среде.

## 3. Результаты

Библиографический анализ литературы по теме отзывчивости личности позволяет выделить несколько направлений. Рассмотрим сложившиеся подходы к описанию содержания феномена отзывчивости в разных направлениях психологической науки.

Первый теоретико-методологический подход трактует отзывчивость как качество эмоционального интеллекта личности, умение сопереживать, понимать чувств другого человека, откликаться на его состояния. Отзывчивость есть положительное духовно-нравственное качество личности, проявляющееся как склонность помогать нуждающимся, видеть и откликаться на нужду, бескорыстие, щедрость, великодушие, умение прощать, терпимость.

Когда говорят об отзывчивости личности как эмоционально-нравственном качестве, то имеют в виду, прежде всего, эмоциональную отзывчивость, связанную с обладанием эмпатией. Быть отзывчивым означает умение помогать и быть внимательным не только к окружающим, но и самому себе. Любовь к себе предполагает любовь к другим людям и наоборот.

Эмоциональная отзывчивость, будучи системным образованием личности, включает в себя такие механизмы, как эмпатия, социальная перцепция, проекции, идентификация и децентрация. Суть эмоциональной отзывчивости определяется возможностью «понимания

Другого, умением почувствовать его состояние, сопереживать происходящее с ним как собственное, принимать его роль, преобразовывать собственные смыслы, оценивать себя; «помогающее поведение» (действия, которые направлены на благо других и за которые не предусматривается каких-либо внешних вознаграждений)» (Курносова, 2013: 2). Эмоциональную отзывчивость понимают, как интегративное личностное качество, выражающееся в способности воспринимать, идентифицировать и оценивать эмоциональное состояние (содержание) объекта (явления), адекватно эмоционально реагировать, формируя индивидуальный эмоциональный опыт (Вербовская, 2013).

Отзывчивость способствует развитию личности. Отзывчивые люди испытывают удовольствие, делая добрые дела, ощущают счастье и радость жизни. Отзывчивость в поведении личности выражается в таких признаках, как: бескорыстное оказание помощи, внимательность к потребностям других, забота, уважение, сопереживание, любовь к людям. К основным проявлениям отзывчивости личности относятся сострадание и сорадование, воспитанность и нравственная зрелость, проявляющиеся в направленности на другого. К необходимым навыкам для проявления и развития отзывчивости относят эффективную коммуникацию, способность понять собеседника, умение создать доверительную атмосферу в общении, умение разрешать конфликты, нравится окружающим, создавать положительное мнение, вызывать уважение и восхищение (Стылик, 2001).

Важный вопрос, затрагиваемый исследователями, – это вопрос о структуре и уровнях выраженности эмоциональной отзывчивости личности. В качестве структурных компонентов данного феномена выделяют когнитивный, эмоционально-мотивационный и поведенческий компоненты. Так как отзывчивость представляет собой динамическое образование, способное к развитию, то принято говорить о низком, среднем и высоком уровнях эмоциональной отзывчивости личности.

Второй методологический подход к описанию особенностей феномена отзывчивости связан с ее рассмотрением как элемента общей гуманитарной культуры личности. В частности, отзыв на транслируемое содержание информации, качество отклика на художественное произведение, музыку. Например, в аспекте возникновения музыкально-эстетического переживания, соотнесения собственных эмоций с эмоциональным содержанием музыкальных произведений. Так, эмоциональная отзывчивость на явления музыкальной культуры включается в общий уровень музыкальной культуры личности (Осипова, 2011). Отзывчивость есть качество обратной связи в общении, отклик, отзыв на транслируемое содержание информации, на художественное произведение, музыку.

Отзывчивость определяет возникновение музыкально-эстетического переживания, которое можно передать фразой «Берет за душу». Здесь отзывчивость трактуется, с одной стороны, как понимание эмоций другого человека, а, с другой стороны, как формирование положительных эмоций у себя в ответ на другого человека или художественное произведение. Отзывчивость на окружающую действительность и произведения искусства выступает элементом музыкально-эстетического сопереживания как основы эмоционально-чувственной культуры личности, становясь фундаментом «для эмоциональной насыщенности и эстетической направленности на отношение к окружающим людям и миру, способности разделять переживания других людей, отраженных в музыке и приобщаться к ним» (Татаренко, 2006: 12).

Эмоциональная отзывчивость является одним из четырех основных литературных способностей читателей художественных произведений, наряду с читательским воображением, эстетическим чувством формы и пониманием смысла произведения. Под эмоциональной отзывчивостью как способностью воспринимать литературное произведение авторы понимают активное сопереживание, сочувствие, присоединение к героям произведения.

Третье направление теоретико-методологического анализа отзывчивости нацелено на ее включение в перечень профессионально важных качеств людей помогающих профессий, таких как психолог, врач, учитель, работник сферы обслуживания. В рамках данного подхода отзывчивость рассматривается как качество имиджа сотрудника, фактор его профессиональной успешности, продуктивности. Например, отзывчивость входит в перечень необходимых профессионально значимых качеств личности педагога. В частности, эмоциональная отзывчивость будущих учителей музыки на произведения

русской народной музыки становится детерминантом общей педагогической культуры педагога (Северина, 2006).

Эмоциональная отзывчивость может выступить «базовой характеристикой эмоциональной саморегуляции индивида, центральной составляющей сенсорной культуры личности. А способность создавать условия для ее развития необходимо рассматривать как важнейший аспект профессиональной компетенции педагога и как предмет его педагогической деятельности. Педагогически эффективными условиями развития эмоциональной отзывчивости являются как реально непосредственные условия межличностных коммуникаций субъектов, так и опыт взаимодействия, опосредованный художественными видами деятельности: музыкальной, изобразительной, танце пластической, литературно-исторической и театральной» (Анисимов, 2011: 498).

Четвертый теоретический подход фокусирует свой анализ на педагогических условиях развития, воспитания отзывчивости у людей разного возраста, в основном дошкольников и школьников (Романов, 2002). В качестве критериев сформированной отзывчивости в младшем школьном возрасте предложены такие показатели, как адекватность различения основных эмоций у себя и других людей, проявление эмоциональных реакций в процессе прослушивания музыкального произведения или овладения навыками игры на музыкальных инструментах, владение способами выражения эмоций. Индивидуальные особенности эмоциональной отзывчивости на музыкальные произведения у младших школьников выражаются в глубине эмоциональных реакций, в доминировании определенного типа эмоций, в умениях различать, обозначать и выражать эмоции. «Педагогическими условиями развития эмоционально-нравственной отзывчивости подростков в воспитательной системе школы выступают: осуществление продуктивной интеграции гуманитарного содержания учебных предметов во взаимодействующем единстве с личностно-развивающими возможностями сферы искусства; направленное использование в образовательном процессе эмоционально-развивающего потенциала различных форм этического просвещения, эмоционального погружения и практико-ориентированного психотренинга; организация теоретико-практической подготовки учителей к работе по развитию гуманных чувств личности подростка» (Удовина, 2008: 154).

Среди педагогических приемов и средств развития эмоциональной отзывчивости дошкольников выделены такие приемы, как музыкальные занятия и творческие мастерские; чтение, обсуждение и инсценировка художественных произведений; развитие мимики, пантомимы, релаксационные упражнения. Эти приемы направлены на знакомство дошкольников с основными группами эмоций, развитие словарного запаса через обозначение разных эмоций; обучение соотносить эмоции с цветом, явлениями, предметами и выражать их художественными средствами; формирование приемов определения эмоционального состояния других по мимике; развитие способности делиться своими переживаниями, описывать и контролировать свои эмоции; замечать эмоциональное неблагополучие сверстников.

Роль, в частности, музыкального воспитания в процессе формирования эмоциональной отзывчивости школьника подчеркивается тем, что «эмоциональная отзывчивость на музыку отражает формирующееся личностное качество ребёнка, содержанием которого является эмоционально-ценностное отношение к музыке, основу которого составляет музыкально-интонационный опыт, влияющий на эмоционально-оценочное отношение к произведениям музыкального искусства, а ее объективная характеристика конкретизируется в наличии эмоционального отклика, сопереживания, осознания выразительности музыкальных интонаций и внешне выраженного положительного эмоционально-оценочного отношения» (Мартынова, 2008: 14).

Вовлечение детей в театральную музыкальную деятельность создает возможности для развития эмоциональной отзывчивости младших школьников за счет взаимодействия когнитивного, эмоционально-оценочного и поведенческого компонентов феномена отзывчивости личности в процессе музыкально-сценических занятий в детском музыкальном театре.

Таким образом, различные подходы к выявлению особенностей феномена отзывчивости, сложившиеся в психологической науке, обращают внимание на отдельные стороны этого феномена. В педагогической психологии акцент ставится на условия,

механизмы, факторы развития отзывчивости в процессе воспитания и обучения детей. Общепсихологический подход интересуется в основном структурой, строением, содержательными параметрами отзывчивости, а также включением этого признака в общую культуру и мировоззрение личности.

В социальной психологии и психологии труда фокус анализа переносится на отзывчивость как профессионально-значимое качество личности в конкретной профессиональной деятельности.

Помимо психологических подходов к трактовке феномена отзывчивости его изучение становится востребовано и в других сферах науки и практики, в частности, в экономике и менеджменте, что связано с глобальными вызовами современности.

Остановимся более подробно на подходах к феномену отзывчивости в экономике и менеджменте, где предполагается рассматривать отзывчивость в качестве критерия оценки взаимоотношений бизнеса и общества, компонента потребительской лояльности.

В рамках первого непсихологического подхода отзывчивость рассматривается как этическая норма бизнеса. Отзывчивость и социальная справедливость рассматриваются в качестве компонентов более общего понятия социальной ответственности бизнеса, которое выступает психологической категорией оценки экономической сферы, контроля деятельности бизнеса со стороны общества.

Социальную ответственность бизнеса рассматривают в качестве социальной инновации и понимают под этим термином «производство товаров и услуг высокого качества, полную уплату налогов, создание безопасных условий труда, добросовестной деловой практики по отношению к партнерам/конкурентам, предоставление компаниями информации о своей деятельности, забота о социальной защите и развитии как собственного персонала, так и местного сообщества, природоохранных мерах, в результате чего происходит формирование принципиально новых отношений между бизнесом и обществом, когда благополучное социальное окружение способствует развитию бизнеса и стимулирует его социальную ответственность» (Цветкова, 2004: 6).

Исследователи полагают, что социальная отзывчивость организаций формируется на микроэкономическом уровне, отражает это качество как элемент корпоративной культуры группы, который определяет необходимость заинтересованности в повышении конкурентоспособности, гибко учитывать показатели экономической продуктивности и социальной эффективности предприятия. Отзывчивость входит в этический кодекс правил взаимодействия бизнеса и общества. «Под ответственностью понимается возможность бизнеса как социального субъекта генерировать свою социальную активность, а также контролировать, прогнозировать, управлять ею. Этос бизнеса преломляется в такой реалии, как социальная ответственность, которая манифестирует его намерения, этические принципы, ожидания в наличной социальной жизни» (Хваловская, 2011: 4).

Согласно второму теоретическому непсихологическому подходу отзывчивость связывается с проявлением благотворительности разных социальных групп, понимаемой как «поли смысловая и поли мотивированная активность субъекта, направленная на оказание материальной помощи людям, выражающим в этом необходимость и не предполагающая общественного признания» (Чернова, 2008: 252).

Отзывчивость на нужды других определяет альтруистическую эмпатийную мотивацию осуществления благотворительной деятельности, что выражается в осознании личностью и группой потребности в оказании материальной помощи нуждающимся и её реализации на практике.

Социальные инвестиции являются залогом успешного развития бизнеса. Благотворительность, спонсорство, наряду с социально-экономическим развитием территорий, экологическими и природоохранными мероприятиями, становятся наиболее востребованными социальными инвестициями, направленными на решение острых социальных проблем. Причем эти продуманные социальные инвестиции являются отзывом, откликом, рождающимся в результате взаимодействия бизнеса с местным сообществом, помогая занять бизнесу лидирующие позиции в экономическом секторе через решение адресных социальных вопросов.

Таким, образом, выделение отзывчивости как индивидуально-психологического признака в качестве необходимого компонента социальной успешности бизнеса выводит

изучение этого феномена на новый уровень теоретического осмысления и практического применения.

Отзывчивость входит как элемент вместе с социальной справедливостью в понятие социальной ответственности бизнеса в структуре его взаимоотношений с обществом.

#### 4. Заключение

Таким образом, осуществление лидерства является результативным решением вопроса развития коллектива. Цель лидера состоит не только в распределении задач, но и в понимании, как эти задачи можно решить максимально эффективно. Сформировались основные подходы к лидерской позиции в группе, такие как: структурный, поведенческий и системный, в основе выделения которых лежат различные аспекты взаимодействия личности лидера и группы последователей.

Лидер должен обладать комплексом индивидуальных свойств и эмоциональных качеств. Одной из индивидуально-личностных детерминант лидерской позиции выступает отзывчивость, понимаемая как психологическое качество личности, выражающееся в готовности помочь другому, умении легко откликаться на чужие нужды, прощать и понимать, способности к сочувствию другому или другим.

Направления анализа отзывчивости основываются на использовании разных критериев описания этого феномена. Первый подход рассматривает отзывчивость как качество эмоционального интеллекта личности, сопереживание, понимание чувств другого человека. Отзывчивость основывается на хорошо развитой эмпатии.

Второй методологический подход рассматривает отзывчивость в качестве элемента общей гуманитарной культуры личности. Третий теоретический подход фокусирует свой анализ на педагогических условиях развития, воспитания отзывчивости у людей разного возраста, в основном дошкольников и школьников. Четвертое направление изучения отзывчивости описывает ее как профессионально важное качество людей помогающих профессий.

Помимо психологических подходов феномен отзывчивости рассматривается в рамках экономики, где предполагается анализировать отзывчивость в качестве критерия оценки взаимоотношений бизнеса и общества, компонента потребительской лояльности.

В бизнес-психологии отзывчивость лидера определяют с позиции значимого навыка в межгрупповой коммуникации, понимания нарастающей напряженности в группе, показателя профессионализма и условия бизнес-обучения.

Итак, результаты исследования будут способствовать дальнейшему пониманию психологических характеристик феномена отзывчивости как основания выдвижения в лидерскую позицию не только в межличностном взаимодействии, но и в обществе в целом, в бизнес-деятельности в частности.

Данные помогут углубить представление о психологических параметрах эффективности деятельности лидеров в управленческой сфере.

#### Литература

Анисимов, 2011 - Анисимов В.П. Эмоциональная отзывчивость как предмет компетенции арт-педагога // *Фундаментальные исследования*. 2011. № 3. С. 496-499.

Вербовская, 2013 - Вербовская В.С. Эмоциональная отзывчивость: содержание и структура понятия // *Вестник НВГУ*. 2013. №4. С. 74-78.

Курносова, 2013 - Курносова С.А. Воспитание эмоциональной отзывчивости у младших школьников: автореф. дис. ... канд. психол. наук. Ярославль, 2013. 23 с.

Мартынова, 2008 - Мартынова Л.Н. Формирование эмоциональной отзывчивости на музыкальные произведения у 5-7-летних воспитанников детских домов: на материале праздников: дис. ... канд. пед. наук. Елец, 2008. 141 с.

Осипова, 2011 - Осипова М.Б. Формирование музыкальной культуры школьников в условиях малого города: дис. ... канд. пед. наук. Екатеринбург, 2011. 167 с.

Романов, 2002 - Романов В.Т. Педагогические условия развития эмоциональной отзывчивости школьников средствами народной музыки: дис. ... канд. пед. наук. Хабаровск, 2002. 147 с.

**Северина, 2006** – *Северина Л.И.* Формирование этнопедагогической культуры будущего учителя музыки в процессе профессиональной подготовки: дис. ... канд. пед. наук. Воронеж, 2006. 144 с.

**Стылик, 2001** – *Стылик С.А.* Педагогическое руководство развитием эмоциональной отзывчивости младших школьников: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Петропавловск-Камчатский, 2001. 21 с.

**Татаренко, 2006** – *Татаренко О.В.* Мотивационные компоненты благотворительной активности субъекта: дис. ... канд. психол. наук. М., 2006. 183 с.

**Удовина, 2008** – *Удовина Ю.В.* Развитие эмоционально-нравственной отзывчивости подростков в воспитательной системе школы: дис. ... канд. пед. наук. Оренбург, 2008. 158 с.

**Хваловская, 2011** – *Хваловская Н.О.* Этнос бизнеса и проблема социальной ответственности: дис. ... канд. философ. наук. Тверь, 2011. 170 с.

**Цветкова, 2004** – *Цветкова Б.Л.* Социальная ответственность бизнеса в современных российских условиях: дис. ... канд. социолог. наук. Нижний Новгород, 2004. 163 с.

**Чернова, 2008** – *Чернова Е.А.* Корпоративная социальная ответственность: оценки и ожидания россиян // *Социология власти*. 2008. № 4. С. 252-259.

## References

**Anisimov, 2011** – *Anisimov, V.P.* (2011). Emotsional'naya otzyvchivost' kak predmet kompetentsii art-pedagoga [Emotional responsiveness as an object of competence of an art teacher]. *Fundamental'nyye issledovaniya*. № 3. P. 496-499. [in Russian]

**Chernova, 2008** – *Chernova, Y.A.* (2008). Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': otsenki i ozhidaniya rossiyan [Corporate social responsibility: assessments and expectations of Russians]. *Sotsiologiya vlasti*. № 4. Pp. 252-259. [in Russian]

**Khvalovskaya, 2011** – *Khvalovskaya, N.O.* (2011). Etos biznesa i problema sotsial'noy otvetstvennosti [Ethos of business and the problem of social responsibility]: dis. ... kand. filosof. nauk. Tver', 170 p. [in Russian]

**Kurnosova, 2013** – *Kurnosova, S.A.* (2013). Vospitaniye emotsional'noy otzyvchivosti u mladshikh shkol'nikov [The upbringing of emotional responsiveness in elementary school students]: avtoref. dis. ... kand. psikhol. nauk. Yaroslavl, 23 p. [in Russian]

**Martynova, 2008** – *Martynova, L.N.* (2008). Formirovaniye emotsional'noy otzyvchivosti na muzykal'nyye proizvedeniya u 5-7-letnikh vospitannikov detskikh domov: na materiale prazdnikov [The formation of emotional responsiveness to musical works in 5-7-year-old pupils of orphanages: on the material of holidays]: dis. ... kand. ped. nauk. Yelets, 141 p. [in Russian]

**Osipova, 2011** – *Osipova, M.B.* (2011). Formirovaniye muzykal'noy kul'tury shkol'nikov v usloviyakh malogo goroda [The formation of the musical culture of schoolchildren in a small town]: dis. ... kand. ped. nauk. Yekaterinburg, 167 p. [in Russian]

**Romanov, 2002** – *Romanov, V.T.* (2002). Pedagogicheskiye usloviya razvitiya emotsional'noy otzyvchivosti shkol'nikov sredstvami narodnoy muzyki [Pedagogical conditions for the development of emotional responsiveness of students by means of folk music]: dis. ... kand. ped. nauk. Khabarovsk, 147 p. [in Russian]

**Severinova, 2006** – *Severinova, L.I.* (2006). Formirovaniye etnopedagogicheskoy kul'tury budushchego uchitelya muzyki v protsesse professional'noy podgotovki [Formation of ethno pedagogical culture of a future music teacher in the process of vocational training]: dis. ... kand. ped. nauk. Voronezh, 144 p. [in Russian]

**Stylik, 2001** – *Stylik, S.A.* (2001). Pedagogicheskoye rukovodstvo razvitiyem emotsional'noy otzyvchivosti mladshikh shkol'nikov [The pedagogical guidance of the development of emotional responsiveness of elementary school students]: avtoref. dis. ... kand. ped. nauk. Petropavlovsk-Kamchatskiy, 21 p. [in Russian]

**Tatarenko, 2006** – *Tatarenko, O.V.* (2006). Motivatsionnyye komponenty blagotvoritel'noy aktivnosti sub'yekta [Motivational components of the subject's charity activity]: dis. ... kand. psikhol. nauk. M., 183 p. [in Russian]

**Tsvetkova, 2004** – *Tsvetkova, B.L.* (2004). Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa v sovremennykh rossiyskikh usloviyakh [Social responsibility of business in modern Russian conditions]: dis. ... kand. sotsiolog. nauk. Nizhniy Novgorod, 163 p. [in Russian]

Udovina, 2008 – Udovina, Y.V. (2008). Razvitiye emotsional'no-nravstvennoy otzyvchivosti podrostkov v vospitatel'noy sisteme shkoly [The development of emotional and moral responsiveness of adolescents in the educational system of the school]: dis. ... kand. ped. nauk. Orenburg, 158 p. [in Russian]

Verbovskaya, 2013 – Verbovskaya, V.S. (2013). Emotsional'naya otzyvchivost': sodержaniye i struktura ponyatiya [Emotional responsiveness: the content and structure of the concept]. *Vestnik NVGU*. № 4. Pp. 74-78. [in Russian]

### **Направления изучения отзывчивости как личностной детерминанты эффективного управления группой**

Елена Александровна Володарская <sup>a, \*</sup>, Артем Фаритович Гасимов <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Институт истории естествознания и техники им. С.И. Вавилова РАН, Российская Федерация

<sup>b</sup> Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Российская Федерация

**Аннотация.** Статья посвящена изучению современных представлений о феномене отзывчивости лидера в группе, сложившиеся в психологии и других областях знания на основе использования разных критериев описания этого феномена. Первый подход рассматривает отзывчивость как качество эмоционального интеллекта личности, сопереживание, понимание чувств другого человека.

Второй методологический подход рассматривает отзывчивость в качестве элемента общей гуманитарной культуры личности. Третий теоретический подход определяет педагогические условия развития отзывчивости в дошкольном и младшем школьном возрасте. Четвертое направление описывает отзывчивость как профессионально важное качество людей помогающих профессий.

Помимо психологических подходов феномен отзывчивости рассматривается в рамках экономики, где предполагается анализировать отзывчивость в качестве критерия оценки взаимоотношений бизнеса и общества, компонента потребительской лояльности. В бизнес-психологии отзывчивость лидера определяют с позиции значимого навыка в межгрупповой коммуникации, понимания нарастающей напряженности в группе, показателя профессионализма и условия бизнес-обучения.

**Ключевые слова:** отзывчивость, лидерство, управление группой, эмпатия, ответственность, профессионально важное качество личности.

---

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [eavolod@gmail.com](mailto:eavolod@gmail.com) (Е.А. Володарская),  
[gasimov.artem@gmail.com](mailto:gasimov.artem@gmail.com) (А.Ф. Гасимов)