

УДК 316.016

DOI: 10.24412/1998-5533-2025-1-315-319

Феномен харизмы в проблемном поле социологии управления**Лунегов А.И.**

Аспирант Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета, преподаватель, руководитель студенческого спортивного клуба Пермского химико-технологического техникума

**Плескач Л.В.**

Аспирант Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета

Статья посвящена вопросу исследования роли харизмы в социальном управлении. Существующие исследования показывают важность качеств личности руководителя для эффективного управления социальными группами. При этом данный феномен системно рассмотрен лишь с использованием психологического и педагогического предметных подходов, что не позволяет теоретически обоснованно использовать весь потенциал харизматических качеств для решения данной задачи. Цель данного исследования – теоретический анализ существующих научных взглядов на социально-психологический феномен харизмы в рамках социологии управления. В работе раскрываются механизмы социального регулирования, с помощью которых харизматичные лидеры способствуют развитию лояльности и мотивации персонала. Обоснована идея о том, что понятие харизмы тесно связано с аттрактивной мотивацией, лежащей в основе избирательного неисполнения социальных норм российским работником и принятия паттернов поведения в качестве образца социального действия. При этом харизматичность лидера призвана ориентировать индивидов на идеальный образец поведения и преодолеть импульсивность управленческого воздействия руководителя с помощью формирования культуры терпимости в коллективе.

Ключевые слова: харизма, руководитель, лидерство, социальное управление, социальные регуляторы, лояльность персонала

Для цитирования: Лунегов А.И., Плескач Л.В. Феномен харизмы в проблемном поле социологии управления // Вестник экономики, права и социологии. 2025. № 1. С. 315–319. DOI: 10.24412/1998-5533-2025-1-315-319.

Понятие «харизма» на протяжении развития человеческого общества было окутано аурой таинственности, загадочности и даже некой мистичности. Древнегреческие корни этого термина связаны с «благодатью», «одаренностью». В глазах простого обывателя данное понятие подразумевает облада-

ние божественным даром как частицей не до конца постижимого феномена, но в то же время очень желанного всеми качества. Харизматичность, согласно культурологическому словарю Б.И. Кононенко, представляет собой «исключительную одаренность, а харизматический лидер – человек наделенный

в глазах его последователей авторитетом, основанным на исключительных качествах его личности — мудрости, героизме, святости» [1, с. 449]. Восхищение личными качествами лидеров строится именно на харизматичности, своего рода способности очаровывать не только индивидов, но и целые социальные группы людей, использовать свои личные качества для реализации управленческого воздействия и достижения поставленных целей.

Актуальность научных исследований харизматичности не ослабевает со временем. Использование учеными предметных и межпредметных подходов к изучению харизмы дает возможность рассматривать данное явление разнообразно, не только в аспекте современного деятельностного подхода, внедренного С.Л. Рубинштейном и А.Н. Леонтьевым в психологии [2] и педагогике [3], но и с применением системного подхода в качестве социально-психологического феномена в контексте социологии управления. Целью текущего исследования является теоретический анализ существующих научных взглядов на социально-психологический феномен харизмы в рамках социологии управления.

До середины XIX в. понятие «харизма» имеет религиозную окраску и затрагивается исследователями исключительно в рамках католической теологии [4, с. 605], однако в последующем данный термин впервые введен в категориально-понятийный аппарат социологии немецким ученым Э. Трельчем. На его труды [5, с. 605] повлияли идеи Ф. Шлейермахера, А. Ричля, а также И. Канта, что в конечном итоге привело к новому научному осмыслению проблемы и последующему синтезу теологического, социологического и философского подхода к предметному изучению харизмы. Будучи критиком историзма, Э. Трельч посвятил научную работу глубокому анализу связей церкви, секты и харизмы, обосновав вывод о том, что харизма по мере развития и институционализации религии отделяется от личности и сливается с институтом общества [6].

Исследования М. Вебера во многом осмысливают и дополняют труды Э. Трельча, еще больше привносят социологический взгляд на явление харизмы в социуме. Рассмотрение харизмы во взаимосвязи с явлением лидерства впервые можно отметить у М. Вебера уже в труде «Хозяйство и общество» [7], где раскрывается понятие «харизматического лидерства».

Всего М. Вебер выделяет три типа лидерства. Первый тип он трактует как традиционное лидерство, которое опирается на привычку подчинения лидеру на основе веры и традиции, такой тип характерен для вождей, старейшин, монархов. Второй тип, рационально-легальное лидерство, основывается на законности порядка избрания лидера, власть четко очерчивается конституцией и нормативно-правовыми актами. Данный тип возникает, когда

лидером становятся не в силу личностных качеств, а с помощью законных бюрократических структур.

Третий тип лидерства определяется М. Вебером как харизматическое и трактуется им сквозь призму особых качеств личности. При этом сама харизматичность есть ни что иное, как сверхъестественная, сверхчеловеческая, дарованная свыше сила, как исключительное свойство личности.

Таким образом, термин «харизма», по М. Веберу, раскрывается через понятие общественного лидера, способного вдохновлять последователей на революционные действия. Его власть основана не на формальных правилах, а на личном авторитете. Наиболее ярко, по мнению М. Вебера, харизма как социальное явление должна появляться в социуме в периоды экономико-политических потрясений, социальной нестабильности, угроз суверенитету государства. В таких случаях лидер, обладающий харизмой, притягивает и сплачивает вокруг себя тех, кто разделяет его идеи преодоления кризисной ситуации, восхищается личностными качествами и, по мнению Д.Б. Гениндоржиевой, «расценивает его как стабильную фигуру отца, героя, прорицателя или спасителя» [8, с. 85]. Вместе с этим М. Вебер отмечал, что со временем харизматическое лидерство склонно к рутинизации и бюрократизации, превращаясь в традиционную или рационально-легальную форму власти.

Новый взгляд на социальное взаимодействие лидера и его последователей, совместное приобретение ими навыков и описания ключевых аспектов действий лидера при управлении в кризисных условиях или условиях неопределенности предложил Б. Басс. Его научная концепция трансформационного лидерства [9] строится на выраженной заботе в личностном росте и индивидуальном подходе лидера к каждому члену своей команды. В этом случае отличительной чертой трансформационного лидерства выступает поощрение лидером нестандартных предложений по преодолению ситуаций нестабильности в социуме (государстве, рабочем коллективе, социальных группах), поиска оригинальных способов выполнения командой поставленных задач [10].

Американский политолог Чарльз Линдблом отмечал в своих трудах, что харизматичные лидеры часто отходят от рациональных моделей принятия решений, опираясь на интуицию, личное видение и эмоциональную убедительность [11]. Безусловно, необходимо отметить, что это может приводить как к успешным, так и к ошибочным решениям. Однако принятие на себя рисков и ответственности за реализацию нелинейного решения можно отнести к достаточно выраженной черте харизматичных лидеров в отличие от более традиционного подхода к решению проблем на основе приобретенного опыта с опорой на устоявшиеся социальные ориентиры. Если рассматривать данный процесс при-

менительно к государственным организациям, то Ч. Линдблом отмечает взаимосвязь лидерства с бюрократией, при этом влияние последней может как сдерживать харизматичных лидеров, так и являться административным ресурсом для реализации управленческого воздействия на общество [12].

Практический подход к развитию харизматических качеств представила в своих работах О. Кабейн [13]. Согласно ее трудам, харизма является не даром, как считают многие обыватели, а личностным качеством, которое можно и нужно тренировать. Важность харизмы для лидера трудно переоценить, так как она вызывает у людей желание работать непосредственно с ним, в его команде или компании.

Харизматичность, по мнению О. Кабейн и Дж. Поллака [14], дает конкурентное преимущество в привлечении и сохранении наиболее ценных талантов. В концепции, представленной этими учеными, харизма представляет собой то качество, которое позволяет руководителю замотивировать своих подчиненных стать в разы более успешными, чем конкуренты, работающие в той же отрасли. В отличие от точки зрения Э. Трельча, О. Кабейн придерживается мнения о том, что харизма – это не волшебство, она не появляется у нас при рождении и не является даром свыше. Это состояние индивида, когда он контролирует и выстраивает свое социальное поведение, ориентируясь на впечатление, которое он оказывает на людей управляемые социальные группы. Эмоциональное состояние при этом тоже подвергается самокорректировке и соотносится с социальными нормами, одобряемыми обществом. Иными словами, над развитием харизмы можно регулярно и много работать, будь то стиль одежды, мимическая активность, тембр голоса, положение тела в пространстве, социальная привлекательность.

Работы О. Кабейн внесли значительный вклад в популяризацию концепции харизмы, показав, что это качество не ограничено узким кругом исторических фигур, а может быть развито и использовано широким кругом людей.

Для дальнейшего теоретического исследования такого социально-психологического феномена как харизма стоит обратиться к понятию символического интеракционизма. Данное направление в социологии, изучающее «символические связи» как один из аспектов социального взаимодействия, иными словами, это общение, осуществляемое при помощи символов, таких как язык, телодвижения, жесты. Представитель Чикагской школы социологии И. Гофман представлял харизму как особый вид социального взаимодействия [15, с. 287], в котором лидер умело управляет впечатлением о себе, используя разнообразные драматургические техники [15, с. 63–67].

Основные положения драматургической теории И. Гофмана заключаются в представлении жизни

как театральной сцены для индивидов, которые используют для взаимодействия с аудиторией различные приемы и актерские техники. При этом проявления харизмы различны для «закулисного» или истинного поведения и поведения публичного. По мнению И. Гофмана, индивиды в своем социальном поведении постоянно стремятся управлять впечатлением, которое они производят на окружающих, что является ценным ресурсом контроля и управления реакциями последних.

Проявления внешних признаков харизмы, которые описывала О. Кабейн, например, одежда, рукопожатие или тембр голоса, И. Гофман относил к управлению символическими средствами. В них он видит прямую манипуляцию лидеров окружающими индивидами для создания ореола таинственности и неординарности. В целом И. Гофман показывает феномен харизмы с точки зрения «театральных представлений», где индивиды стремятся манипулировать производимым впечатлением для достижения своих целей, используя определенные «маски» при коммуникации.

Социально-психологический феномен харизмы может быть рассмотрен и как важный фактор, определяющий лояльность коллектива к своему лидеру или компании. М.Б. Перфильева определяет лояльность персонала как общую социальную характеристику отношения персонала к организации, которая находит свое выражение в количественной социологической оценке работниками, отраженной в том числе в их удовлетворенности трудом [16, с. 96].

Развивая свои научные исследования в вопросах управления лояльностью, М.Б. Перфильева в качестве субъективного фактора лояльности персонала выделяет личность самого руководителя, а также стиль управления, принятый в организации [17, с. 29–30]. Следует отметить, что механизм изменения лояльности персонала к труду прямо взаимосвязан с харизматичностью руководства. Так, повышение лояльности персонала может быть основано на развитии харизматических качеств управляющего звена. А приумножение харизматического влияния руководителя стать результатом успешного решения назревших социальных проблем и повышения лояльности к труду у подчиненных. Значимость влияния социальных факторов как на лояльность персонала, так и на производительность труда [18, с. 98–115] отмечена в научном труде Н.Л. Захарова А.Л. Кузнецова и М.Б. Перфильевой. Данные ученые придерживаются мнения о значительном потенциале исследований социального регулирования как ресурса для управления производительностью трудового коллектива [19, с. 445].

При этом стоит отметить, что, по мнению Н.Л. Захарова, «модель поведения как некий идеальный образ действия задается лидером. Поэтому в основе взаимодействия российских коллективов

лежит гибкая ориентация на лидера и генерируемые им изменчивые образцы действия» [20, с. 220]. Иными словами, харизматичность лидера является одним из условий действия системы социальных регуляторов в российском обществе.

«Импульсивный коллектив может породить из своей среды только импульсивного лидера. Но в таком случае, чтобы управление было возможным, коллектив должен быть терпим к лидеру, лоялен к принятию им импульсивных, “по наитию”, решений, к его мерам принуждения» [20, с. 221] – рассуждает Н.Л. Захаров. При этом одной из основ устойчивости коллектива к внутренним процессам импульсивного управления является принятие такой социальной практики как терпимость.

Необходимо также отметить связь между аттрактивным поведением, следованию паттернам и харизмой лидера в российском коллективе. Аттрактивное поведение само по себе основывается на эмоциональном выборе, уверенности и симпатии, что приводит к игнорированию определенного числа норм и в то же время является источником широкого применения паттернов как образцов поведения. При этом харизматичность лидера является для индивида своего рода ориентиром для работы поведенческого регулятора, статусного и этического, которые во многом определяют социальное поведение человека.

Проведенный теоретический анализ позволяет сделать ряд выводов относительно феномена харизмы применительно к области социального управления. Он представляет собой уникальное качество личности, которое наделяет лидера исключительными способностями и авторитетом в глазах последователей. Этот феномен имеет сложную природу, включающую как личностные характеристики, так и контекстуальные факторы социального взаимодействия. Несмотря на то что феномен харизмы был широко исследован в контексте социальных и гуманитарных наук, таких как психология и педагогика, с точки зрения социологии управления данный феномен рассмотрен недостаточно. При этом его дальнейшее изучение в рамках предметного поля социологии управления имеет большое научное значение, так как он непосредственно связан с вопросами социального регулирования, управления мотивацией и лояльностью персонала в российских организациях. Роль социально-психологического феномена харизмы заключается в обеспечении реализации механизма социального регулирования в обществе, управляемом паттернами. Харизматические качества лидера обеспечивают эффективную работу социальных регуляторов в рамках теории Н.Л. Захарова. Полученные выводы следует учитывать при выработке управленческих решений, связанных с подбором кандидатов на руководящие должности различных уровней.

Литература:

1. Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии. М.: Вече, АСТ, 2003. 511 с.
2. Васильев А.С. Деятельностный подход в решении проблемы преодоления отрицательных последствий внутриличностного конфликта // Мир науки, культуры, образования. 2011. № 6-2(31). С. 99–101.
3. Шубина И.В. Понятия «деятельность», «деятельностный подход» в отечественной науке // Социально-гуманитарные знания. 2014. № 6. С. 313–327.
4. Российская социологическая энциклопедия / Под общ. ред. академика РАН Г. В. Осипова. М.: НОРМА-ИНФРА, 1998. 672 с.
5. Трёльч Э. Метафизический и религиозный дух немецкой культуры // Культурология. XX век: Антология. М.: Юрист, 1995. 703 с.
6. Трёльч Э. Церковь и секта // Религия и общество. Хрестоматия по социологии религии / Сост. В.И. Гараджа, Е.Д. Руткевич. М.: Аспект Пресс, 1996. С. 226–237.
7. Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии. Господство / Пер. с нем.; под ред. Л.Г. Ионина. М.: Издат. дом Высшей школы экономики, 2019. 544 с.
8. Гениндоржиева Д.Б. Харизма как составная часть трансформационного лидерства // Вестник Бурятского государственного университета. 2014. № 5. С. 84–87.
9. Bass B.M. Transformational leadership: Industrial, military, and educational impact. Mahwah, NJ: Erlbaum, 1998. 208 p.
10. Bass B.M., Riggio R.E. Transformational Leadership (Second ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2006. 282 p. DOI: 10.4324/9781410617095. ISBN 978-0805847628.
11. Lindblom C.E., Cohen D.K. Usable knowledge: social science and social problem solving. New Haven: Yale University Press, 1979. 129 p.
12. Lindblom C.E., Dahl R. A. Politics, economics, and welfare: planning and politico-economic systems resolved into basic social processes. Chicago: University of Chicago Press, 1976. 558 p.
13. Cabane O. The Charisma Myth. How to Engage, Influence and Motivate People. New York, London: Penguin Publishing Group, 2019. 272 с. ISBN 9780670922871.
14. Cabane O., Pollack J. The Net And The Butterfly: The Art and Practice of Breakthrough Thinking. New York, London: Penguin Publishing Group, 2017. 280 p.
15. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья А.Д. Ковалева. М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. 304 с.
16. Перфильева М.Б. Управление лояльностью персонала: монография. СПб.: Институт бизнеса и права, 2010. 183 с.

17. Перфильева М.Б. Система социальных факторов и условий, детерминирующих управление лояльностью персонала организаций: дисс. ... докт. соц. наук. СПб., 2011. 316 с.
18. Захаров Н.Л., Кузнецов А.Л., Перфильева М.Б. Становление современной системы трудовых отношений: монография. Ижевск: Изд-во ИжГТУ имени М. Т. Калашникова, 2020. 168 с.
19. Захаров Н.Л., Кузнецов А.Л. Мотивация труда работников промышленных предприятий // Проблемы региональной экономики. Ижевск, 1999. № 1-4. С. 439–450.
20. Захаров Н.Л. Теория социальных регуляторов: монография / Под науч. ред. М.Б. Перфильевой. М.: ИНФРА-М, 2024. 241 с. DOI: 10.12737/2119965.

The Phenomenon of Charisma in the Problem Area of Sociology of Management

Lunegov A.I.

*Perm State Humanitarian Pedagogical University,
Perm Chemical-Technological College*

Pleskach L.V.

Perm State Humanitarian Pedagogical University

The article is devoted to the issue of studying the role of charisma in social management. Existing studies show the importance of the qualities of a leader's personality for effective management of social groups. At the same time, this phenomenon is systematically considered only using psychological and pedagogical subject approaches, which does not allow theoretically sound use of the full potential of charismatic qualities to solve this problem. The purpose of this study is a theoretical analysis of the systematization of existing scientific views on the socio-psychological phenomenon of charisma in the framework of the sociology of management. The work reveals the mechanisms of social regulation by which charismatic leaders contribute to the development of loyalty and motivation of personnel. The idea is substantiated that the concept of charisma is closely related to the attractive motivation underlying the selective non-fulfillment of social norms by a Russian employee and the adoption of behavior patterns as a model of social action. At the same time, the charisma of the leader is intended to orient individuals toward an ideal model of behavior and overcome the impulsiveness of the managerial influence of the leader by forming a culture of tolerance in the team.

Keywords: charisma, leader, leadership, social management, social regulators, staff loyalty

