

Журнал “Социальные исследования”

Харизма - операционализация и измерение

Марк Генри Шапиро ^a *

^a - аналитик компании «Группа ИМА», Москва

О СТАТЬЕ

Прохождение статьи:
Поступила: 19.06.2016
Принята: 27.06.2016
Опубликована онлайн:
28.06.2016

Ключевые слова:
харизма,
электоральные рейтинги,
рейтинг харизмы

АННОТАЦИЯ

В статье описываются операциональное определение и индикаторы измерения харизмы, предложенные Ф.Н. Ильясовым. Харизма – качества человека, позволяющие ему управлять другими людьми, то есть воздействовать желаемым образом на их настроения и поведение. Эмпирические индикаторы харизмы: 1. личная привлекательность, способность вызывать симпатию; 2. доминантность, выраженность лидерских качеств. Описывается опыт измерения харизмы на примере электорального опроса.

1. Введение

Истолкования понятия харизмы отличаются большой широтой и многообразием. Разные авторы используют его в отличающихся смыслах и эти понимания в значительной мере основаны на интуиции. При оценке некоторого конкретного человека может быть так, что одни полагают будто он обладает харизмой, другие отрицают это. Разночтения могут объясняться сложностью этого феномена. В виду отсутствия операционального определения, понятие харизмы используется большей частью как метафора. Употребляется как общее понятие харизмы, так и выделяются отдельные подвиды - лидерская (политическая), религиозно-мессианская, артистическая и т.п. Вопросу харизмы посвящено много научных публикаций, создаются различные типологии, абстрактным образом

* E-mail: fa08@mail.ru

описываются свойства человека, наделенного харизмой. Оборы различных пониманий харизмы содержатся во многих публикациях, см., например: [Авдеев, 2015; Бегаль, 2013] и др. При всех разночтениях, общим для истолкования харизмы является понимание ее как некоей способности, свойства личности.

Целью настоящего изложения является изложение существующего операционального определения харизмы и описание случая ее эмпирического измерения.

2. . Операциональное определение

Макс Вебер ввел понятие харизмы (1947, 1968) в активный научный оборот, см., например: [Вебер, 1994] и он же, как представляется, крайне усложнил позитивистское понимание этого феномена. Значительное число работ, похоже, написано под влиянием его метафизических истолкований. Анатолий Костин и Игорь Бурковский, анализируя понимание Вебера, отмечают: «...желание как можно теснее связать понятие харизмы с ее религиозными истоками привело к двусмысленностям и неясностям при ее концептуализации. Но еще более серьезные трудности возникли при попытках операционализации этого понятия» [Костин, Бурковский, 2010: 20]. Важными задачами исследования феномена харизмы, как представляется, являются десакрализация этого понятия, отказ от метафизических истолкований, уход от метафор.

Понятие харизмы, приближенное к операциональному, приводит Социологический словарь Collins: харизма (charisma) - «особые личностные качества или способности, требуемые от индивидуума (например, религиозного или политического лидера) и необходимые ему самому, чтобы оказывать влияние на большие массы людей, становящиеся его приверженцами» [Большой толковый..., 1999: 423]. Правда, определение «особые» оставляет почву для метафизических истолкований. При таком понимании остается нерешенной проблема с выявлением, определением индикаторов, свойств, которые формируют феномен харизмы.

Джон Антонакис с коллегами указывают: «Харизма уходит своими корнями в ценности и чувства. Это влияние, рождаемое алхимией таких элементов, которые Аристотель называл логос, этос и пафос. Чтобы убедить других, вы должны использовать мощную и аргументированную риторику, утвердить свой личный и моральный авторитет, а затем пробудить эмоции и страсти своих последователей. Если лидер может сделать эти три вещи хорошо, он или она может затем подключиться к надеждам и идеалам последователей, дать им чувство цели, и вдохновить их добиться многого» [Antonakis, Fenley..., 2012: 127]. Таким образом, харизма в данном прочтении есть совокупность трех свойств: талант ратора,

авторитетность, артистизм, плюс учет запросов определенной группы. В коммуникативном смысле, при самом широком понимании, артистизм есть способность человека вызывать нужные эмоции у собеседника (аудитории) [Майковская, 2005]. Артистизм можно рассматривать как один из элементов эмоционального интеллекта¹.

Катерина Клейн и Роберт Хаус отмечают, что к харизматическим свойствам относят такие как: «просоциальная напористость, уверенность в себе, потребность в социальном влиянии, моральная убежденность и забота о нравственном осуществлении власти». Кроме того, харизма характеризуется определенными особенностями поведения: «коммуникация, ориентированная на учет высоких ожиданий и доверие последователей, учет второстепенных целей, акцент на символических и выразительных аспектах задачи, артикуляция провидческой миссии» и др. [Klein, House, 1995: 184]. Разные авторы выделяют различные составляющие харизма, но не до конца решенным остается вопрос какие же из свойств являются наиболее общими и исчерпывающе описывают феномен харизмы.

Фархад Ильясов предложил следующее определение и индикаторы для измерения: «Харизма - качества человека, позволяющие ему управлять другими людьми, то есть воздействовать желаемым образом на их настроения и поведение. Выделяются следующие эмпирические индикаторы харизмы: 1. личная привлекательность, способность вызывать симпатию; 2. доминантность, выраженность лидерских качеств. Харизма усиливается таким свойством как социально-групповая идентичность, способность казаться, восприниматься «своим». С точки зрения этологического подхода, можно говорить, что харизма есть свойство доминанта «включать» и активизировать рефлекс подчинения и рефлекс следования» [Ильясов, 2016].

3. Измерение

Измерение харизмы, в соответствии с приведенным пониманием Ильясова, было произведено, в частности, в одном из электоральных исследований, осуществленных фирмой «ИМА-консалтинг». Эмпирическая база - массовый опрос, проведённый 3-4 апреля 1999 г. в 60 населённых пунктах Московской области, N=1500.

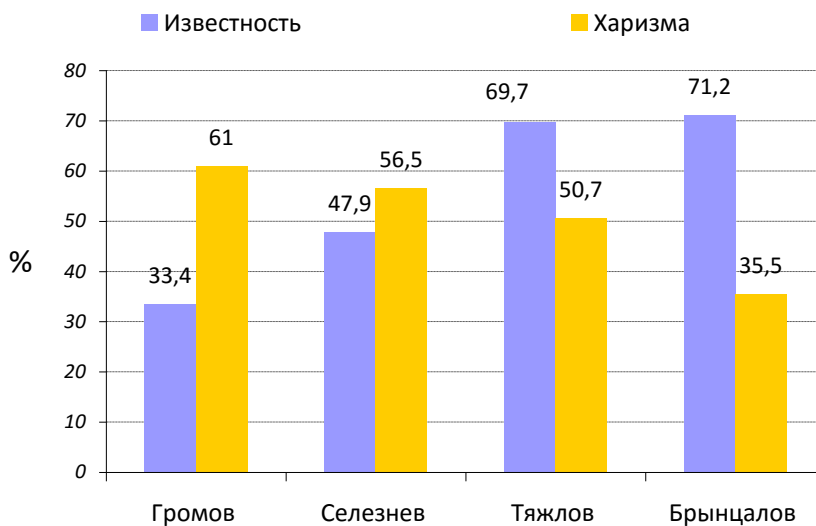
¹ «Эмоциональный интеллект - способность субъекта адекватно воспринимать эмоциональные характеристики окружающих и эффективно проявлять свои эмоции для достижения ситуативных и жизненных целей. Иными словами, это способность: правильно понимать и управлять своими эмоциями, правильно понимать эмоции других, проявлять свои эмоции так, чтобы вызвать нужные эмоции у других» [Ильясов, 2016].

Значения показателя «харизма», в соответствии с исходным пониманием, рассчитывалось как средняя арифметическая двух индикаторов: 1. привлекательность - способность вызывать симпатию, нравиться; 2. доминантность - выраженность лидерских качеств.

На рис. 1 приведены величины рейтингов известности и харизмы, полученные в результате обработки данных указанного опроса. Более полно полученные первичные результаты опубликованы: [Ильясов, 2000: 72].

Основная задача, стоявшая перед исследователями, заключалась в том, чтобы определить шансы на победу возможных кандидатов на пост губернатора Московской области задолго (за 8 месяцев) до выборов. Эксперты сходились во мнении, что основными кандидатами могут быть: действующий на тот момент губернатор Московской области Анатолий Тяжлов, политик Геннадий Селезнев и отставной генерал, политик Борис Громов. Опрос показывал, что у действующего губернатора Тяжлова высокий рейтинг известности (около 70%), а электоральный рейтинг (10%) превышает электоральные рейтинги возможных кандидатов в 2,5 и более раза.

Рис. 1. Соотношение рейтингов известности и харизмы



Рейтинг харизмы у Бориса Громова (61%) существенно больше, чем у Тяжлова (50,7)% и значительно больше, чем у Селезнева (56,5%), см. рис. 1. Учитывая, что рейтинг известности Громова почти в 2 раза меньше такого же рейтинга

Тяжлова, были основания полагать, что при «простом» увеличении рейтинга известности Громова, он, при сравнении его с Тяжловым, имеет высокие шансы набрать больше голосов.

Рейтинг харизмы Громова не намного, но значимо (на 4,5%) превышал этот же рейтинг Селезнева (см. рис. 1). При этом рейтинг известности Громова был существенно ниже. Сравнение рейтингов известности и харизмы давало основания предполагать, что при повышении рейтинга известности Громова, при сравнении его с Селезевым, Громов имеет шансы набрать больше голосов.

В первом туре (декабрь 1999 г.) Селезнев Г.Н. получил 27,52% голосов избирателей, Громов Б.В. - 20,91%. Тяжлов А.С. - 10,51%. Во втором туре (январь 2000 г.), Громов - 48,09%, Селезнев - 46,39% (разница 1,7%). Таким образом, есть основания полагать, что изложенный концепт понимания и метод измерения харизмы находят эмпирическое обоснование.

Литература

Авдеев П.С. Обзор теорий харизматического лидерства в менеджменте и политике // Психология, социология и педагогика. 2015. № 1. Электронный ресурс: <http://psychology.snauka.ru/2015/01/4047>, дата обращения: 12.05.2016.

Бегаль Василий Николаевич Концептуальные основы харизматического политического лидерства // Альманах современной науки и образования. 2013. № 6 (73). С. 21-25.

Большой толковый социологический словарь (Collins) / Сост.: Д. Джери, Д. Джери. Пер. с англ. Т. 2. М.: Вече. 1999.

Вебер Макс. Избранное. Образ общества. Пер. с нем. М.: Юрист, 1994. - 704 с.

Ильясов Ф. Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. М.: ИМА-пресс, 2000. - 200 с.

Ильясов Ф. Н. Словарь социальных исследований. Приложение к журналу «Социальные исследования». 2016. Онлайн ресурс, доступно: <http://www.jsr.su/dic/dictionary.html>, на дату: 10.02.2016.

Костин А. В., Бурковский И. В. Несиловые ресурсы политической власти // Вестник Российского нового университета. 2010. №1. С. 18-26.

Майковская Л. С. Артистизм учителя музыки. М.: МГУКИ, 2005. - 67 с.

Antonakis John, Fenley Marika, Liechti Sue. Learning Charisma // Harvard Business Review. June 2012. Vol. 90. Issue 6, pp. 127-130.

Klein Katherine J., House Robert J. On fire: charismatic leadership and levels of analysis // leadership Quarterly. 1995. 6(2), 183-198.

CHARISMA - OPERATIONALIZATION OF THE CONCEPT AND MEASUREMENT

Mark Henry Shapiro *

* - analyst "IMA Group", Moscow

Email: fa08@mail.ru

Abstract

The article presents the operational definition and measurement indicators Charisma proposed FN Iliassov. Charisma - the human qualities that allow him to manage other people, that is, to act in a desired manner on their mood and behavior. Empirical indicators are Charisma: 1. personal attractiveness, ability to elicit sympathy; 2. dominance, strong leadership skills. Based on the above understanding of the charism described the experience of measuring it by the example of electoral poll.

Keywords: charisma, electoral ratings, rating Charisma

References

- Avdeev P.S. Obzor teorii kharizmaticheskogo liderstva v menedzhmente i politike. *Psikhologiya, sotsiologiya i pedagogika*. 2015. № 1. Online resource: <http://psychology.snauka.ru/2015/01/4047>; accessed 10.06.2016. (In Russ.)
- Begal' V. N. Kontseptual'nye osnovy kharizmaticheskogo politicheskogo liderstva. *Al'manakh sovremennoi nauki i obrazovaniya*. 2013. No 6 (73), p. 21-25. (In Russ.)
- Collins Dictionary of Sociology. Eds David J., Jary J. Vol. 2. Moscow: Veche - AST, 1999. (Russ. ed.)
- Weber, Max. Favorites. The image of society. Moscow: Yurist, 1994. - 704 p. (Russ. ed.)
- Iliassov F.N. *Politicheskii marketing. Iskusstvo i nauka pobezhdat' na vyborakh* [Political marketing. The art and science of victory in the elections]. Moscow: IMA-press, 2000. - 200 p. (In Russ.)
- Iliassov F.N. Dictionary of Social Studies. *Prilozhenie k zhurnalu «Sotsial'nye issledovaniya» (Supplement to "Journal of Social Research")*. 2016. Online resource: <http://www.jsr.su/dic/dictionary.html>; accessed 10.06.2016. (In Russ.)
- Kostin A. V., Burkovskii I. V. Nesilovye resursy politicheskoi vlasti. *Vestnik Rossiiskogo novogo universiteta*. 2010. №1. P. 18-26. (In Russ.)
- Maikovskaya L. S. *Artistizm uchitelya muzyki* [Artistry music teacher]. Moscow: MGUKI, 2005. - 67 p. (In Russ.)
- Antonakis John, Fenley Marika, Liechti Sue. Learning Charisma. *Harvard Business Review*. June 2012. Vol. 90. Issue 6, pp. 127-130.
- Klein Katherine J., House Robert J. On fire: charismatic leadership and levels of analysis. *Leadership Quarterly*. 1995. 6(2), 183-198.