

**Висновки.** Результати проведеного дослідження свідчать про можливість і доцільність використання гомеостатичного інструментарію для ідентифікації груп стейкхолдерів у підсистемі видатків (розподілу) організації. Формування моделі гомеостазу взаємовідносин у межах соціальної корпоративної відповідальності є певним гносеологічним внеском у теорію соціального партнерства, та забезпечує методичним підґрунтям подальші дослідження у сфері прийняття соціально відповідальних управлінських рішень на макро- та мікрорівнях.

### **Література**

1. Горский Ю.М. Основы гомеостатики. (Гармония и дисгармония живых, природных и искусственных систем) / Ю.М. Горский. — Иркутск: Изд-во ИГЭА, 1998. — 337 с.
2. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А. Колот // Економічна теорія. — 2013. — №4 — С. 5—27.
3. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. — М.: КНО-РУС, 2008.— 480 с.
4. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G4 / Global Reporting Initiative // Amsterdam, 2013. — 284 с.
5. Сокур Н. В. Формування соціального партнерства в Україні / Н.В. Сокур // Актуальні проблеми державного управління. — 2006. — № 3 (27). — С. 254—258.
6. Эшби У.Р. Введение в кибернетику / У.Р. Эшби: перс с англ. — М.: Издат-во иностр. лит-ры, 1959. — 432 с.
7. Brooks N. The social benefits and economic costs of taxation / N. Brooks. — Ottawa: CSPA, 2006. — 54 p.
8. Buchanan James M. Demand and Supply of Public Goods / James M. Buchanan. — Indianapolis: Liberty Fund. — 1999. — 217 p.
9. Cannon W. The wisdom of the body / W. Cannon // W.W. Norton&Company, Inc., N.Y., 1932 — 209 p.
10. Post J.E., Preston L.E., Sachs S. Managing the extended enterprise: The new stakeholder view / J.E. Post, L.E. Preston, S. Sachs // California Management Review. — 2002. — № 45 (1). — P. 5—28.

Стаття надійшла до редакції 22.07.2014 р.

УДК 316.46:159.923

**Нестуля О.О.,**

д-р іст. наук, проф.,

**Нестуля С.І.,**

канд. іст. наук, доц.,

кафедра управління персоналом і економіки праці,

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

### **ХАРИЗМА Й ХАРИЗМАТИЧНЕ ЛІДЕРСТВО: АНАЛІЗ ОСНОВНИХ КОНЦЕПЦІЙ**

*Аналізуються положення основних концепцій харизми та харизматичного лідерства. Обґрунтовано висновок про необхідність комплексного дослідження чинників, які впливають на виникнення цих феноменів: особистості лідера, його поведінки, сприйняття її послідовниками та ситуації, за якої розвиваються харизматичні відносини.*

*Анализируются положения основных концепций харизмы и харизматического лидерства. Обосновывается вывод о необходимости комплексного исследования факторов, влияющих на возникновение этих феноменов: личности лидера, его поведения, восприятия его последователями и ситуации, при которой развиваются харизматические отношения.*

*The statements of the fundamental concepts of charism and charismatic leadership are analyzed. The conclusion is substantiated about the necessity of complex research of factors*

*that influence the arising of such phenomena as leader's personality, his behavior, its perception by followers, and the conditions in which charismatic relations are developed.*

**Ключові слова.** Харизма, харизматичне лідерство, лідер, послідовники, лідерська поведінка, ситуація.

**Ключевые слова.** Харизма, харизматическое лидерство, лидер, последователи, лидерское поведение, ситуация.

**Keywords.** Charism, charismatic leadership, leader, followers, leader's, behavior, condition.

**Вступ.** Загострення суспільно-політичної ситуації в Україні на тлі кризових процесів в економіці, ускладнення механізмів її функціонування, динамічних змін виробничих технологій, загострення конкуренції, глобалізаційних та ряду інших процесів обумовило значне зростання інтересу науковців і суспільства в цілому до харизматичного лідерства. Вирішення багатьох сучасних проблем нерідко пов'язується з діяльністю наділених особливими рисами й здібностями лідерів — харизматичних особистостей, — здатних чітко визначити шляхи подолання кризових явищ, мобілізувати й повести за собою послідовників. У зв'язку з цим край актуальним виглядає аналіз основних концепцій пояснення харизматичного лідерства та його місця і ролі в управлінні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, засвідчує їх переважно контекстуальну спрямованість. Так, Н. Фреїк [27; 28], Р. Такер [24] аналізують основні концепції політичної харизми, В. Кравченко [13], Р.Ітвел [9], Дж. Рітцер [20] основну увагу приділяють соціологічним концепціям харизми, Г. Старовойтова [23; 24] та Д. Трунов [26], соціально-філософським, а В. Титаренко [25] — філософсько-релігійним, О. Кудряшова [15], — філософським. Психологічні аспекти харизматичного лідерства в управлінні найглибше проаналізовані Р. Кричевським [14] і В. Шеклтоном [29]. Водночас, на часі їх комплексний аналіз.

Це — **загальна постановка завдання**, вирішення якого пов'язано із досягненням таких цілей:

- проаналізувати головні положення основних підходів до визначення харизматичного лідерства;
- встановити зв'язок між ними та взаємовплив положень різних концепцій;
- визначити перспективні шляхи подальших досліджень харизматичного лідерства.

**Результати дослідження.** «Харизма» з грецької перекладається як «дар», «милість». В Античну епоху воно зазвичай вживалося в значенні «дар богів». У нашому контексті — це особливі риси й здібності, якості обраних богами людей, які вражали своєю надзвичайністю інших. Відтак, вони безмежно довіряли харизматичним лідерам й беззастережно підкорялися їх волі, слідували за ними [8, с. 20].

Давньогрецьку традицію підхопило християнство, в лоні якого й сформувалась «релігійна» концепція харизми. Її прихильники вважали, що харизматичні лідери дійсно володіють особливими екстраординарними якостями, які даровані їм «зверху». По-друге, їх дії оцінюються відповідно до моральних, етичних, соціальних та інших критеріїв. За ними лідерів поділяють на справжніх харизматиків, здатних підвищити силу волі підвладних їх впливові людей й стимулювати їх до самореалізації, і «псевдохаризматичних», які лише насолоджуються своєю «гіпнотичною» владою над людьми [8, с. 112].

Соціолог Макс Вебер першим вивів поняття «харизма» за межі релігійної традиції. Харизма розглядається ним як основа одного з типів легітимного панування — харизматичного. Воно виникає з відносин лідера, наділеного особливими якос-

тями й здатністю впливати на людей, та його послідовниками, які сприймають їх як надприродні, надлюдські, «даровані» зверху для виконання ним особливої місії. Вона має відповідати очікуванням послідовників, а сам лідер постійно підкріплювати свою виключність і право на беззастережну владу «пророцтвами», перемогами, успіхами. В іншому випадку харизма лідера, для виникнення якої найбільш сприятливими є кризові ситуації, може зникнути [2].

Під впливом М. Вебера соціолога, в межах так званого персоналістського підходу, тривалий час шукали ті якості й особистісні характеристики лідера, які визнавалися його послідовниками як харизматичні. Проте, як констатував американський соціолог Р. Такер, ці спроби не увінчалися успіхом, оскільки не враховували вплив ситуації й послідовників на виникнення харизми [24, с. 9].

Відтак, при вивченні харизми, особливо в політології, політичній соціології, почали домінувати поведінковий та атрибутивний підходи. Висновки багатьох учених були досить радикальними. К. Льовенштейн вважав, що в раціональному світі для харизми, яка виростає з віри, просто немає місця. Р. Глассман пише про «фабриковану харизму», а Й. Бенсман і Й. Гайвант — про «псевдохаризму», які є «маскою харизматичного», одягнену бюрократією на лідера, який не володіє харизматичними рисами [28, с. 4—5]. Іноді таку «харизму» називають «керованою» [22, с. 86].

Прихильник «функціонального» трактування харизми В. Фрідланд вважав, що вона виникає лише за умови резонансу місії лідера з потребами мас. Е.-Р. Вілнер стверджує, що лідер стає харизматичним у випадку: 1) звернення до важливих культурних міфів; 2) здійснення вчинків, які сприймаються як героїчні чи екстраординарні подвиги; 3) проєкції якостей з таємничою чи могутньою аурою; 4) наявності видатних риторичних здібностей [27, с. 23].

Згідно з месіанською парадигмою, якої дотримуються Р. Ітвел, Т. Паппас та ін., харизматичне панування виникає найчастіше за кризових умов, які породжують у мас невпевненість і страх за майбутнє. Тоді маси готові повністю віддатися у владу лідера, який демонструє впевненість і рішучість [9, с. 12; 23, с. 62—64].

Один із засновників плюралістичної концепції харизми Е. Шилз, прагнучи «прагматизувати» харизму екстраординарності, вводить поняття «послабленої», «дисперсної» харизми як зосередження потреби суспільства в стабільності на основі цінностей. Люди або інститути, які її забезпечують, — своєрідні центри життя, які потребують легітимізації через «віру у якийсь зв'язок» зі священним. В подібній легітимізації мають потребу й підлегли. Тобто харизма народжується з магії самої суверенної влади [10, с. 9—16].

Досить широкою є палітра концепцій харизми та харизматичного лідерства в психології. Продовжуючи традиції Г. Лебона та Г. Тарда, С. Московічі визначає харизму лідера як відповідь на виклик і потреби суспільства в екстраординарній особистості, здатній зламати існуючі стереотипи й повести за собою не обіцянками благ, а на основі причетності до реалізації високої місії. Саме цим він пояснює той факт чому навколо харизматичного лідера створюється особлива атмосфера відданості послідовників [18; 19].

Російський психолог О. Сосланд визначає харизму як єдність образу, ідеології й ініціативної дії. Харизматичні лідери — обов'язково яскраві з виключними честолюбством і життєвою енергією, безмежно віддані своїй життєвій місії. Водночас вони прекрасні оратори й маніпулятори суспільної свідомості, своєю вмілою поведінкою створюють імідж харизматичного, який дає їм можливість підкорити людей своїй волі. Проте навіть для лідера з видатними здібностями «дуже важливо в харизматичній кар'єрі — опинитися в потрібний час в потрібному місці» [21].

Італійський психолог А. Менегетті вважає, що харизма виникає у кожного лідера, який діє відповідно до свого онто Ін-се — внутрішнього позитивного ядра людини, її справжнього буття, покликання, трансцендентного до плану існування. «Харизма, — пише він, — щось, що безоплатно б'є через край із установки твоєї особистості» й виявляється ще в ранньому дитинстві [17]. В ранньому дитинстві шукає джерело харизматичної поведінки лідера й М. Кетс де Вріс [11; 12].

Серед інших дослідників харизми й харизматичного лідерства в межах психологічного підходу назвемо Хауелла, який, спираючись на введені Д. Мак-Клелландом поняття соціалізованого й персоніфікованого прагнення до влади, виділяє, відповідно, соціалізовану й персоналізовану харизму. Для першої характерно стримане прагнення до влади, прагнення до цілей, які відповідають потребам підлеглих, постійна їх підтримка. Для персоналізованої харизми — нестримне прагнення до влади й непомірне її використання. Лідер переслідує власні цілі й нав'язує їх організації, підтримує послідовників лише тоді, коли це вигідно йому.

Д. Ебербах, об'єднавши в своїй концепції харизму й теорію відданості Дж. Боулі, стверджує, що в ситуації кризи послідовники отримують «харизматичну травму». Внаслідок цього відбувається їх деіндивідуалізація й посилення сімейної прив'язаності до лідера — харизматичної любові до одної людини. Тобто харизматичному лідерові дає владу й право використовувати директивний стиль ситуація кризи [1, с. 112—113].

Наростання кризових процесів в економіці, ускладнення механізмів її функціонування та ряд інших процесів останніх десятиліть минулого століття обумовили інтерес до діяльності харизматичних лідерів і в організаційній сфері.

У числі перших до цієї проблеми звернувся американський дослідник Р. Хаус. Розроблена ним теорія харизматичного лідерства ґрунтується на інтерактивному підході й підкреслює, що харизма пов'язана з особливим типом відносин між лідером та послідовниками. Насамперед, харизматичний лідер має володіти рядом специфічних особистісних і поведінкових характеристик, відсутніх у керівників-нехаризматиків: сильна потреба у владі, високий рівень впевненості в собі й переконаність у правильності власних уявлень.

Поведінка харизматичного лідера передбачає насамперед управління враженнями. Це значить, що лідер діє так, щоб створити у послідовників враження про свою компетентність. Останні ж вірять у це, довіряють лідерові і йдуть за ним [29, с.129].

Подальші дослідження Р. Хауса та його колег розширили число індикаторів поведінки харизматичного лідерства, довели його організаційну ефективність особливо за умов кризи чи необхідності динамічних трансформацій.

Прагнучи дати відповідь на питання чому харизматичні лідери здатні суттєво впливати на підлеглих і мотивувати їх здійснювати екстраординарні вчинки, Б. Шамір разом з колегами Р. Хозе, М. Артуром та ін. розробили Я-концепцію харизматичного лідерства, в якій воно трактується не стільки як дуалістичний, тобто вплив одної людини на іншу, скільки колективний процес.

У його основі лежить схильність співробітників ідентифікувати себе з групою і високо цінувати приналежність до неї. Харизматичний лідер підвищує таку соціальну ідентифікацію тим, що пов'язує відповідні уявлення й цінності кожного з груповими цінностями й колективною ідентичністю. Чітко виражена групова ідентифікація означає, що член групи ставить групові інтереси вище за індивідуальні й готовий пожертвувати ними. Це, в свою чергу, посилює колективні цінності й норми поведінки [29, с. 136—138].

Власний підхід до проблематики харизматичного керівництва запропонували американські дослідники Д. Конгер і Р. Канунго, які тісно пов'язали його з організаційним контекстом. Свою розробку вони назвали «поведінковою теорією хари-

зматичного керівництва в організаційних умовах». Інші дослідники харизми іноді називають її теорією атрибуції, оскільки, на думку Конгера і Канунго, харизма — це феномен процесу атрибуції. Іншими словами, люди в організаціях приписують харизму деяким лідерам за певних обставин [29, с.133].

На першому етапі лідер оцінює оточуюче середовище, адаптується до нього й формулює ті уявлення, які мають реалізуватися. На другому — лідер узгоджує свої уявлення з послідовниками. Третій етап — вироблення довіри й узгодженості дій. На четвертому етапі харизматичний лідер служить ролевою моделлю й «мотиватором» для інших [4, с. 412—414].

При цьому харизматичні керівники мають демонструвати не лише екстраординарні особисті якості, а й мотивацію, готовність бути лідером, вести підлеглих за собою до мети, яка також декларується як екстраординарна, але під його керівництвом цілком досяжна. Харизматичний має вражати всіх своєю інноваційністю, риторикою, часто зовнішнім виглядом, одягом, готовністю до самопожертви. Все це створює передумови для атрибуції харизми лідера його послідовниками й їх готовності йти за ним [14, с. 409].

Бачення лідера має враховувати як потреби й бажання підлеглих, так і ситуації й, зрозуміло, відповідати їм. Важливий і час стратегічного втручання. Нововведення, з якими пов'язують діяльність харизматичного лідера, будуть давати ефект лише тоді, коли дійсно є потреба в них.

Результати досліджень Р. Хауса, Д. Конгера і Р. Канунго, інших учених були використані У. Гарднером і Б. Аволіо в розробленій ними «драматургічній моделі харизматичних відносин між керівниками й підлеглими».

Аналіз харизматичного керівництва в цій моделі ґрунтується на ідеях І. Гоффмана, який запропонував для пояснення людських взаємовідносин «концепцію соціальної драматургії». У ній сама взаємодія розглядається як ряд драматургічних дій, багато в чому аналогічних тим, які відбуваються на сцені. Б. Шленкер встановив, що підчас «соціальної драматургії» її учасники втягуються в процес управління враженнями і, зокрема, одного з його проявів — феномену побудови іміджу. На його думку це одна з фундаментальних ознак соціальної поведінки [20].

Гарднер і Аволіо розглядають харизму як поведінковий феномен, адже харизматичні відносини передбачають наявність лідера з харизматичними рисами й підлеглих, готових приписати такі риси керівникові. При чому центральною фігурою відносин виступає керівник. Володіючи якостями, які дозволяють лідерові здійснювати надзвичайно сильний вплив на підлеглих, уособлюючи глибинні цінності членів групи, харизматики досягають їх ідентифікації — усвідомлення підлеглими себе як послідовників харизматичного лідера.

«Драматургічна модель керівництва» має певну структуру. Важливим її елементом виступає середовище — сцена, на якій керівники й підлегли будують харизматичні відносини (ситуація, найважливішими характеристиками якої є стабільність чи нестабільність). По-друге, характеристики лідера. Серед них найважливішими аспектами Я-системи лідера для його лідерської ідентифікації є: лідерська ідентичність, центральною частиною якої є образ лідера; висока самоповага; самомоніторинг.

У контексті зусиль лідера, спрямованих на управління відносинами, важливе значення має демонстрація лідером іміджу бажаної ідентичності — своєрідної моделі бажаного уявлення про себе. Не випадково в літературі «драматургічна модель» отримала назву «самопрезентаційної теорії харизматичного керівництва». Відповідна активність лідера має наступні драматургічні аспекти: фрейлінг (висунення лідером ідеї); скриптінг (сценарне втілення висунутої ідеї); постановка (відбір релевантних символів і маніпуляція ними); виконання (конкретна реалізація

сценарних моделей поведінки і взаємовідносин керівника з підлеглими на основі стратегій управління враженнями).

У результаті впливу дій лідера на Я-систему послідовників, їх мотиви і цінності, емоційні стани виникає ідентичність харизматичних лідерів і їх послідовників. Останні починають інтерпретувати певних учасників взаємодії як лідерів, а себе — як більшу частину колективу, якій належить іти за лідером. Таким чином автори концепції спробували «демістифікувати» харизму [14, с. 413—435].

Відповідну спробу нещодавно зробив російський дослідник і бізнес-тренер Р. Гандапас. Його висновок звучить досить категорично: «Харизми немає. Є лише конкретні люди, які в той чи інший момент, в тому чи іншому контексті, в певній ситуації сприймаються як володарі харизматичного впливу. Це ілюзія, яка може бути стійкою, — і все ж це ілюзія» [3, с. 207].

І, все-таки, харизма є. Навіть, якщо не як містичний божественний дар, а лише результат атрибуції певних рис і якостей лідера за певних ситуацій, вона продовжує «зачаровувати» й впливати на ефективність діяльності організацій. Ось чому останнім часом опубліковано низку досліджень, автори яких не лише намагаються з'ясувати основи й механізми формування харизматичного впливу на послідовників, а й розробити методики управління самою харизмою. Вони прагнуть зрозуміти чому риси характеру й якості особистості, які визнаються як лідерські, у деяких лідерів виявляються з особливою силою й наповнені особливою переконливістю, тобто набувають ознак харизматичних. Одні вчені вбачають причини цього в особливостях мислення лідерів [5; 6; 8; 16]. Інші пов'язують їх з особливістю психоемоційної сфери лідерів [7; 11]. Причому представники обох напрямків продовжують шукати першовитоки харизматичного мислення й харизматичних емоцій у царині підсвідомості лідерів.

**Висновки.** Аналіз основних концепцій харизми та харизматичного лідерства засвідчує головну тенденцію при вивченні цих взаємопов'язаних феноменів: від їх напівмістичного до раціонального сприйняття. Проте спроби акцентувати увагу й знайти головні механізми виникнення харизми лідера в якомусь із одних сегментів харизматичних відносин (особистість лідера, його поведінка, послідовники чи ситуація), зазвичай, призводили до надто категоричних висновків, обмеженість яких з часом ставала очевидною.

У зв'язку з цим перспективними визнаються ті дослідження, які будуть розглядати цю проблему в комплексі і враховуватимуть вплив на становлення харизматичного лідерства ситуації й очікувань загалу, лідерської поведінки, в тому числі, й маніпулятивно-театралізовані її складові. При цьому не варто нівелювати особистість лідера, риси, якості й поведінка якого й сприймаються його послідовниками як його харизма. Більше того, оскільки на становлення лідера в тому числі харизматичного, значний вплив має підсвідомість, яка завжди несе в собі певну трансцендентність, харизмі лідера потрібно дати шанс зберегти свою таїну.

### **Література**

1. Бендас Т.В. Психология лидерства: Учебное пособие. — СПб.: Питер, 2009. — 448 с.
2. Вебер Макс. Харизматическое господство // СоцИс. — 1988. — №5. — С. 68—78.
3. Гандапас Р. Харизма лидера / Радислав Гандапас. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 224 с.

4. Гибсон Дж.Л., Иванцевич Д.М., Доннелли Д.Х.-мл. Организации: поведение, структура, процессы / Пер. с англ. — 8-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2000. — XXVI, 662 с.
5. Гликман Р. Главный навык высокоэффективных людей. — Оптимальное мышление / Розалин Гликман. — СПб.: Прайм — ЕВРОЗИАК, 2007. — 256 с.
6. Добротворский И.Л. Харизма: власть и влияние личности / Игорь Добротворский. — М.: Олимп, Астрель, АСТ, 2006. — 235, [5] с.
7. Домбровский Т. Харизма. — СПб.: Питер, 2002. — 192 с.
8. Энкельман Николаус Б. Харизма. Личностные качества как средство достижения успеха в профессиональной и личной жизни / Пер. с нем. — М.: АО «Интерэксперт», 2000. — 272 с.
9. Итвел Р. Возрождение харизмы? Теория и проблемы операционализации понятий // СоцИс. — 2003. — №3. — С. 9—19.
10. Каспэ С.И. Назад к Шилзу: социальные науки, политическая реальность и парадокс безблагодатной харизмы // Полития. — 2011. — № 1(60). — С. 5—18.
11. Кетс де Врис М. Лидер на кушетке. Клинический подход к изменению людей и организаций / Пер. с англ. — СПб.: Бест Бизнес Букс, 2008. — 331 с.
12. Кетс де Врис Манфред. Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта / Пер. с англ. — 2-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 311 с.
13. Кравченко В.И. Харизматическая личность: многообразие понимания // СоцИс. — 2004. — №4. — С. 134—137.
14. Кричевский Р.Л. Психология лидерства: Учебное пособие. — М.: Статут, 2007. — 544 с.
15. Кудряшова Е.В. Лидер и лидерство: Исследования лидерства в современной западной общественно-политической мысли. — Архангельск: Изд-во Поморского международного педагогического университета, 1996. — 256 с.
16. Мартин Р. Мышление в стиле «И». Как мыслят успешные лидеры: пер. с англ. / Роджер Мартин. — М.: Издательство «Юрайт», 2009. — 228 с.
17. Менегетти Антонио. Психология лидера / Пер. с итал. БФ «Онто-психология». Изд-е 5-е, доп. — М.: БФ «Онтопсихология», 2007. — 272 с.
18. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / Пер. с фр. — М.: Центр психологии и психотерапии. — 1996. — 478 с.
19. Московичи С. Машина, творящая богов / Пер. с фр. — М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. — 560 с.
20. Ритцер Дж. Современные социологические теории / Пер. с англ. — 5-е изд. — СПб.: Питер, 2002. — 688 с.
21. Сосланд А. Харизма совершенного политика // Логос. — 1999. — №9. — С. 87—95.
22. Старовойтова Г.М. Харизматичне лідерство як предмет соціально-філософського розгляду // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. — 2013. — 2(54). — С. 84—90.
23. Старовойтова Г.М. Специфіка й особливості становлення та формування харизматичного лідерства // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. — 2013. — 2(58). — С. 59—65.
24. Такер Р.С. Сталин. Путь к власти. 1879—1929 / Р.С. Такер. — М.: Прогресс, 1990. — 478 с.
25. Титаренко В.В. Харизма та харизматичне лідерство: філософсько-релігійний аналіз понять // Вестник СевГТУ. — Севастополь: Изд-во СевГТУ, 2003. — Вип. 46. — С. 111—118.
26. Трунов Д.Г. Феномен харизматического лидерства // Философия социальных коммуникаций. — 2009. — № 2. — С. 55—62.
27. Фреик Н.В. Политическая харизма: обзор зарубежных концепций // Социологическое обозрение. — 2001. — Т.1. — №1. — С. 5—24.
28. Фреик Н.В. Политическая харизма: версии и проблемы // СоцИс. — 2008. — № 12 — С. 3—10.
29. Шеклтон В. Психология лидерства в бизнесе / Пер. с англ. Комаров С. — СПб.: Питер, 2008. — 222 с.

Стаття надійшла до редакції 23.07.2014 р.