

МЕТОДОЛОГІЧНА СПЕЦИФІКА МІЖДИСЦИПЛІНАРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НЕВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ ХАРИЗМАТИКІВ

Бойченко М. К.

аспірантка кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

просп. Берестейський, 37, Київ, Україна

orcid.org/0000-0001-6100-4855

boichenko.mariia@lil.kpi.ua

Ключові слова: *вербальні засоби спілкування, невербальні засоби комунікації, харизматичний мовець, комунікація, методологія дослідження.*

Статтю присвячено обґрунтуванню основних методологічних положень проведення міждисциплінарного вивчення взаємодії невербальних засобів у комунікації харизматичних мовців. Для реалізації мети дослідження виконано ретроспективний огляд наявних у лінгвістиці та у таких суміжних галузях наукового знання, як психологія, фізіологія, соціологія тощо, уявлень про взаємодію вербальних і невербальних елементів спілкування; розглянуто термінологічний апарат класифікацій невербальних засобів комунікації та визначено необхідність створення уніфікованої системи невербальних засобів у мовленні харизматиків. У праці розглянуто природу та методологічну сутність взаємодії вербальних і невербальних засобів, а наявну множину їх основних класів проаналізовано і зведено в систему у вигляді таблиці. З'ясувавши, що у вживанні харизматичним мовцем вербальних, невербальних і паравербальних засобів спілкування провідну роль відіграє правильний добір стратегій і тактик комунікації, авторка статті здійснила аналіз пропонованих у лінгвістичних дослідженнях стратегій і тактик харизматичного спілкування та мовленнєвого інструментарію їх реалізації, за результатами якого зафіксовано відсутність у працях більшості дослідників чіткої ієрархічної супідрядності та методологічних функцій зазначених понять. На основі системи цілей і засобів сугестивного впливу в комунікації, обґрунтованої вітчизняними науковцями Аллою Калитою і Ларисою Тараненко, у статті пропонується конвенціалізація низки стратегій, тактик, методів, способів і прийомів, уживаних харизматичними мовцями для здійснення сугестивного впливу на представників аудиторії, з метою усунення певних суперечностей у їх визначеннях. Вказано на перспективність конвенціалізації термінологічного апарату наукового опису результатів дослідження особливостей функціонування невербальних засобів у мовленні харизматиків та їх взаємодії з вербальними засобами за рахунок їх структурування у вигляді певної мегасистеми розглядуваних у статті понять.

METHODOLOGICAL SPECIFICITY OF INTERDISCIPLINARY RESEARCH OF NONVERBAL MEANS USED IN CHARISMATIC COMMUNICATION

Boichenko M. K.

*Postgraduate Student at the Department of Theory, Practice and Translation of English
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"*

Beresteyskyi ave., 37, Kyiv, Ukraine

orcid.org/0000-0001-6100-4855

boichenko.mariia@lil.kpi.ua

Key words: *verbal means of communication, non-verbal means of communication, charismatic speaker, communication, research methodology.*

The article is focused on substantiation of the main methodological stipulations viewed within the interdisciplinary study of the non-verbal means' interrelationship in charismatic speakers' communication. To fulfill the research aim, the author carried out a retrospective review of the existing linguistic ideas on the interaction of verbal and non-verbal elements of communication. At the next stage of the study, the author analysed the terminological apparatus of the variety of non-verbal means used in communication as well as justified the need to create a unified system of non-verbal means typical of the charismatic speech. The article also examines the nature and methodological essence of verbal and non-verbal means' interplay and puts forward the summary of the available set of their main classes presented as a system in the form of a table. Having defined that a charismatic speakers' use of verbal, non-verbal and paraverbal means of communication depends on their correct choice of communicative strategies and tactics, the author carries out a thorough analysis of the strategies and tactics typical of charismatic communication, as well as outlines communicative means that actualise them in speech as presented in studies by other scholars. Based on the results of the analysis it was defined that the majority of the existing studies ignore the existence of a clear hierarchical subordination and methodological functions of the mentioned concepts. Using the system of means of communicative-subliminal influence, advanced by Alla Kalyta and Larysa Taranenko, the article suggests the conventionalisation of a number of strategies, tactics, methods, techniques and means employed by charismatic speakers to exert a suggestive influence on the audience, in order to eliminate certain contradictions and inaccuracies in their definitions. The author also points out at the prospects of further terminological apparatus conventionalisation with the aim of scientific description of the specificity of non-verbal means functioning in the charismatic speech as well as of their interaction with verbal means by way of structuring them in the form of a certain mega-system of the concepts considered in the paper.

Постановка проблеми. Останнім часом феномен харизматичної комунікації став предметом пильної уваги дослідників різних спеціальностей, що викликало природну необхідність його комплексного міждисциплінарного дослідження. Унаслідок цього активізувались, зокрема, й спроби лінгвістів по-новому розглядати відомі явища взаємодії вербальних і невербальних засобів у мовленні харизматиків, що призвели до суттєвого приросту відповідного наукового знання. У зв'язку з цим значно зростає **актуальність** вирішення проблеми додаткового обґрунтування низки положень методології міждисциплінарних

досліджень невербальних засобів комунікації харизматиків.

Тому **метою** започаткованого нами пошуку було обґрунтування основних положень методології проведення міждисциплінарних досліджень невербальних засобів комунікації харизматиків шляхом аналізу наявних у лінгвістиці уявлень та відповідного термінологічного апарату. Досягнення поставленої мети передбачало низку **завдань**: проаналізувати наявні в гуманітарних науках класифікації засобів комунікації; визначити методологічні похибки у формулюванні систем понять реалізації харизматичного мовлення;

запропонувати ієрархічну конвенціолізовану систему елементів актуалізації харизматичного мовлення.

Об'єктом започаткованого нами пошуку є методології проведення міждисциплінарних досліджень невербальних засобів комунікації харизматиків. **Предмет** дослідження – комплекс методологічних передумов дослідження невербальних засобів харизматичної комунікації.

Виклад основного матеріалу. Оскільки у відомій статті вітчизняних авторок [9] чітко вказано на значну кількість методологічних похибок у сучасних працях, пов'язаних безпосередньо з формулюванням стратегій комунікації, та підкреслено наявність некоректного використання систем понять, які вироблено наукою для чіткої диференціації тактик, методів, прийомів і засобів реалізації цих стратегій, то перед нам постало питання попереднього напрацювання чітких методологічних вимог щодо логіки подальшого пошуку. Для його вирішення як вихідне положення було прийнято відоме [39, с. 3] твердження про те, що під час спілкування люди зазвичай вибудовують вербальні та невербальні повідомлення у досить шаблонні способи.

При цьому ми дійшли висновку, що на всі очікувані результати теоретичного пошуку слід накласти такі обмеження: кожний понятійний елемент наукового опису чи безпосереднього формулювання стратегії комунікації у мовленні харизматика має розглядатися стосовно неї як засіб певного ієрархічного рівня, покликаний забезпечити її ефективну реалізацію; уявну ієрархічну вісь загальної системи засобів актуалізації стратегії комунікації у мовленні харизматика доцільно будувати у векторній формі їх підпорядкування: тактики – методи – способи – прийоми – вербальні та невербальні засоби; будь-яке поняття, вживане під час опису методологічної специфіки міждисциплінарних досліджень невербальних засобів комунікації харизматиків, не має допускати двох різних трактувань; міждисциплінарний лінгвістичний опис особливостей взаємодії вербальних і невербальних засобів у харизматичній комунікації слід здійснювати офіційно чи природно конвенціолізованими поняттями, загальновідомими дослідникам з таких суміжних галузей наукового знання, як психологія, фізіологія, соціологія тощо.

Що стосується невербальних засобів комунікації, то більшість дослідників поділяють думку [напр. 48, с. 84] про те, що вони відіграють роль особливо важливого елемента соціального лідерства у харизматичній комунікації та придатні транслювати реципієнту інформацію про особистість, статус і групову приналежність мовця, посилювати вплив виражених ним вербально ідей

та інформації про те, що є доречною чи схвальною поведінкою в певній ситуації і забезпеченні перебігу суспільних ритуалів [28].

Активне поглиблення уявлень про роль та взаємодію вербальних і невербальних засобів у процесах спілкування розпочалося у гуманітарних науках з 1950-х років. Схоже, одним із перших мові тіла приділив особливу увагу А. Мейребіан [42], який виявив, що загальний вплив вербальних засобів (лише слова) на повідомлення становить біля 7%, 38% припадає на роль вокальних засобів (тобто паравербальних, які включають тон голосу, інтонацію та інші елементи) і 55% – на невербальні. Дещо пізніше антрополог Рей Бердвістел започаткував оригінальне дослідження невербальної комунікації – те, що він назвав «кінесикою». Ним було виявлено, що вплив вербального компонента у розмові віч-на-віч становить менше 35%, а понад 65% спілкування відбувається невербально [26]. Своєю чергою відомі бізнес-автори Аллан і Барбара Піз, досліджуючи роль невербальної комунікації в діловому спілкуванні, виявили, що на мову тіла припадає 60–80% впливу на реципієнта, в уяві якого думки про комуніканта виникають менш ніж за чотири хвилини [45, с. 28]. Ван-дер Хофштадт (2005) з'ясував такий відсотковий розподіл навантаження інформації на засоби комунікації: вербальні елементи – 20% (10%), паравербальні елементи – 40% (50%) і невербальні елементи – 40% [47, с. 178].

Таким чином, було доведено функційну значущість невербальних засобів у комунікації, і науковці зосередились на їхній взаємодії з невербальними. Спектр пошуків був досить широким, у їх межах розглядалися такі питання, як: взаємодія вербальних і невербальних засобів сучасної англійської комунікації [16; 18; 41]; взаємодії лідера та аудиторії у різних видах дискурсу [5; 15; 19]; визначення провідних та додаткових функцій невербальних засобів у мовленні [8; 41]; участь невербальних засобів у створенні смислу і значень повідомлень [27; 41]. Завдяки цим працям, стало зрозуміло [41], що невербальні засоби виконують міжособистісні та внутрішньо особистісні функції комунікативної поведінки. У відомій праці [8] сфокусовано увагу лише на таких головних функціях вербальних, невербальних і паралінгвальних засобів по відношенню до смислу висловлень в емоційному мовленні, як: 1) підсилювальна; 2) послаблююча; 3) супроводжуюча; 4) компенсуюча; 5) уточнююча; 6) доповнююча.

Автори більшості згадуваних робіт поділяють невербальні засоби спілкування на просодичні, кінесичні та проксемічні. Додаткове диференціювання невербальних засобів за природою їх походження має місце у праці Ф. С. Бацевича, який поділяє їх на акустичні, до яких належать

екстралінгвальні й просодичні, оптичні, куди входять кінесичні, проксемічні, графемічні, а також зовнішній вигляд комуніканта як невербальний знак, і тактильно-кінестезичні, які представлені такесичними, ольфакторними й темпоральними засобами [1, с. 60]. При цьому у праці [33, с. 184] показано, що невербальна комунікація заснована переважно біологічно, а вербальна – культурно.

Свою чергою автори праці [30, с. 194] диференціюють невербальні, паравербальні й вербальні засоби вираження у комунікації (перші та другі слугують інтерпретаційними ключами, треті формують текст), а також інтерпретаційну базу – світ мовця / слухача, тобто ідеї та почуття, знання культури й дійсності.

Проте однією із найбільш функційно ефективних класифікацій невербальних засобів спілкування вбачається запропонований у роботі [27, с. 31] їх розподіл на: візуальні та слухові коди продуктивності (кінесика та вокаліка), коди тіла (зовнішній вигляд, прикраси й ольфакція), контактні коди (проксеміка та гаптика), а також коди часу й місця (хронеміка та артефакти).

У межах традиційного розподілу засобів комунікації на невербальні й паравербальні важливу роль відіграє систематизована А. А. Калітою академічна класифікація елементів інтонації на: 1) мелодіку мовлення; 2) фразовий наголос; 3) ритм; 4) гучність; 5) темп 6) паузацію; 7) тембр [7, с. 97].

Виходячи з методологічної необхідності систематизації вербальних, невербальних та паравербальних засобів, що беруть участь в актуалізації харизми лідера-мовця, для розробки методик більшості міждисциплінарних досліджень вбачається достатнім звертатися до сформованої нами узагальненої системної класифікації класів ознак наявних засобів комунікації. Для реалізації методики міждисциплінарного дослідження ми пропонуємо класифікувати засоби комунікації харизматичного мовця таким чином:

вербальні: лексико-семантичні, синтаксичні, лінгво-стилістичні;

паравербальні: мелодика мовлення, фразовий наголос, ритм, гучність, темп, паузація, тембр;

невербальні: вираз обличчя, погляд, постава, орієнтація у просторі, відстань / фізичний контакт, жести, зовнішній вигляд (одяг, макіяж, аксесуари).

Щодо просодичних характеристик мовлення харизматика було з'ясовано, що вони зумовлені взаємодією просодії з властивостями голосу, інтонацією, гучністю, темпом мовлення, словесним тоном, словесним наголосом та здатністю змінюватися під впливом акценту [24]; змінюються залежно від цільової аудиторії, конкретної ситуації комунікації та створюють ефект харизми

мовця варіюванням не двох окремих просодичних характеристик, а їх певного комплексу залежно від кожної ситуації [44].

Дослідженнями було встановлено, що на сприйняття мовця як харизматичної особистості здійснюють провідний вплив: висота голосу і чіткість вимови, швидкість мовлення, артикуляція, контекст мовлення, ситуації комунікації та гендерна належність учасників комунікації; акустичні, психологічні і фонетичні особистісні характеристики, наголос та емпізи мовлення, мова тіла, міміка, жести, поза тощо; зовнішній вигляд (включає декілька компонентів, таких як привабливість, одяг і доглянутість); а також вік і фізична привабливість мовця [44].

У багатьох наукових працях наголошувалось, що риторика харизматичного лідера має бути ситуативною і варіюватися залежно від мети комунікації, її контексту, ситуації спілкування [34; 36], та підкреслювалась необхідність збігу культурних норм мовця і реципієнта [14, с. 34 ; 29; 31, с. 32; 34, с. 2].

Узагальнюючи здобуте знання, дослідники з'ясували, що на вживання харизматичним мовцем тих чи інших вербальних, невербальних та паравербальних засобів спілкування вихідний і провідний вплив здійснює правильний добір стратегій і тактик комунікації. У вітчизняній лінгвістиці найбільш повний авторський варіант систематизації дискурсивних стратегій і тактик харизматичного мовця запропоновано у фундаментальній праці Н. В. Петлюченко (2009), яка охоплює проблему етимології поняття харизми та історію вивчення цього явища, містить узагальнену модель харизматичної комунікації, розглядає стратегії і тактики харизматичного мовця. У її праці, яка є вагомим науковим доробком, визначено також вербальні, паравербальні й екстралінгвальні засоби досягнення харизматичної апеляції у промовах політичного лідера Німеччини й України та сформовано дискурс-портрети самих політиків.

Наслідком широкого вивчення стратегій та тактик харизматичного спілкування та мовленевого інструментарію їх реалізації іншими авторами стає, як це і відбувається зазвичай, виникнення певних суперечностей та некоректностей у їх визначеннях.

Саме за цих обставин множину безсистемно накопичуваних їх визначень склали найменування таких комунікативних стратегій: докору, позитивної / негативної оцінки [3]; маніпулятивна [4]; інформування на інтернет-форумах [20]; стверджувальна, пояснювальна, молитовна [12]; позиціонування [10] тощо.

Як бачимо, всі зазначені стратегії за класифікацією праці [9] є переважно типовими тактиками,

методами та прийомами комунікації, а отже, як підкреслено у працях [9; 21], наявність їх вельми суперечливих дефініцій значною мірою перешкоджає уніфікації цих понять у міждисциплінарних лінгвістичних дослідженнях. З цього приводу є сенс звернути увагу на академічну працю [9, с. 48–49], у якій ідеться про те, що у комунікації має існувати лише одна стратегія, яка може реалізуватися за рахунок однієї чи багатьох тактик.

Тут варто додати, що, за визначенням авторок, для уникнення типових похибок у розрізненні стратегій та тактик необхідно пам'ятати три основних ознаки, за якими їх слід відрізнити: 1) формулювання стратегії – вибір мети, задач і шляхів їх виконання, а тактика – лише інструмент реалізації стратегії; 2) стратегія – довгостроковий план дій, тактика – завдання, обмежене у часі його вирішення; 3) стратегія – своєрідний гіпотетичний план, що включає шляхи і засоби його виконання, а тактика – сукупність дій, спрямованих на виконання конкретного завдання в цілком визначених обставинах.

На рівні загальних визначень [22; 23] існують семантично тотожні за значенням такі поняття стратегій: комунікативна, мовленнєва, мовленнєво-поведінкова, комунікативно-мовленнєва, (дискурсивна [17, с. 607–608]), риторична [37, с. 1054], або стратегія: спілкування, мовленнєвого спілкування, комунікативної поведінки, мовленнєвої поведінки, комунікативної взаємодії, комунікативна стратегія дискурсивної поведінки. Таке вживання загальних понять стратегії (від комунікативної поведінки до стратегії мовленнєвого спілкування) видається нам раціональним, оскільки вони стосуються об'єктів різного рівня ієрархічної значущості.

Вдаючись до такого аналізу найменувань тактик комунікації, ми побачимо, що наявна множина їх різновидів набула у гуманітарних науках назв типу: тактика «ефекту передування» (праймінг-ефект), тактика творення дієвих слоганів, інформативна, нагадувальна, переконувальна, розширення позитивного образу; ідеології об'єктивності, політичного впливу [13, с. 144]; створення неформальної / природної атмосфери, встановлення контакту, стимулювання, привернення уваги слухача, формування негативної оцінки ситуації, полегшення розуміння / оцінки ситуації, інклюзивності та дотримання дистанції [25, с. 243–244]; верифікації, заклику, обіцянки, заклику-обіцянки, наведення прикладу, переконання, прихованої загрози [2]; обґрунтування тези, діалогічності, компромісу [6]; диференціації, надання оцінного значення, акцентування на позитивній інформації [10] тощо. Інколи харизматичний лідер для створення емоційного зв'язку і почуття унікальності його аудиторії може засто-

совувати тактику інтимізації, що може реалізуватися за рахунок прийомів збудження емоцій, апелювання до спільного досвіду, прикладу спільного досвіду тощо. Вельми ефективною, на наш погляд, є також тактика критики опонентів, що реалізується за допомогою методу демонстрації, підбору інформації та її інтерпретації у необхідному світлі, до прийомів якого можна віднести критичні зауваження, демонстрацію переваги у знаннях, протиставлення себе опонентові, створення контрасту тощо.

Стосовно визначення тактик у розглядуваних вище працях слід звернути увагу на те, що їх назви частково збігаються з назвами методів актуалізації харизматичної комунікації. Це пов'язано з існуванням реального зміщення ієрархічних рівнів вихідних понять стратегії та тактики в уявленнях багатьох лінгвістів, про яке ідеться у публікації [9].

Оскільки за рекомендаціями цієї публікації у межах загальної системи засобів комунікації особливості актуалізації її інших елементів, нижчих за ієрархією по відношенню до тактик, рівнів, слід розглядати у такий послідовності: методи, способи, прийоми і засоби, то ми маємо також звернутися й до методів харизматичного спілкування.

У міркуваннях про харизматичну комунікацію К. Кляйна і Р. Хауза йдеться про те, що мовці використовують такі методи, як вираження ідеологічних цілей, високих сподівань і впевненості у послідовниках, підкреслюючи символічні та емоційні аспекти завдання / мети; вираження візіонерської місії, апеляція до колективного і до колективної ідентичності (а не до особистісних інтересів послідовника) і прийняття на себе особистісних ризиків і жертв) [40, с. 184]. Проте ці ознаки радше віднести до цільових або зарахувати до множини прийомів спілкування. Певна відсутність визначення лінгвістами методів реалізації тактик харизматичної комунікації пов'язана, на наш погляд, з тим, що мовець не може реалізувати будь-яку тактику спілкування або впливу на аудиторію без застосування таких загальнонаукових методів, як аналіз, узагальнення, ідеалізація, вербальне моделювання, абстракція тощо [11, с. 85–97]. Це припущення добре узгоджується з визначеннями методу у праці [9, с. 50] як елемента теоретичного знання, що вказує шлях та послідовність застосування способів та прийомів, спрямованих на досягнення певної мети або вирішення конкретного завдання. При цьому авторами цієї праці підкреслено, що **спосіб** комунікативного впливу як засіб реалізації його певного методу включає чітку та однозначну послідовність мовних операцій та прийомів із зазначенням засобів їх актуалізації. У свою чергу, за їх визначенням

прийом є апробованим практикою засобом реалізації способу комунікативного впливу, що вказує на конкретну послідовність застосування мовних та немовних засобів та/або їх певних комбінацій.

Тому, враховуючи, що навички актуалізації будь-яких способів, необхідних для реалізації методів (аналіз, узагальнення, ідеалізація тощо) комунікації, у мовленнєвій практиці харизматичного мовця є майже автоматичними, перейдемо до розгляду наявної реально множини прийомів комунікації лідера та аудиторії.

До прийомів харизматичної комунікації лідерів більшість дослідників відносять: риторичні запитання, антитези, метафори, алітерацію, алюзію, антитезу та протиріччя, списки з трьох елементів, розширені метафори та порівняння, паралелізм, дужки, запитання та пропозиції відповідей, повторення та гру слів [43, с. 81]; збудження позитивної реакції аудиторії, контраст; списки (особливо такі, що складаються з трьох пунктів), головоломку-рішення, займання певної позиції щодо якогось питання, повтори та алітерацію [35]; заперечення, включення (інклюзії) та абстракції [32, с. 27]; створення візуалу, використання метафори, історії (зокрема, і з особистого життя), контрасту, повтори або списки [38]; підкреслення символічної поведінки лідера, візіонерські й надихаючі повідомлення, звернення до ідеологічних цінностей, інтелектуальну стимуляцію послідовників лідером, вираження впевненості у собі і послідовниках, очікування лідером самопожертви послідовників і дій з власної ініціативи [31]; звернення до історії, наголошення на впевненості послідовників у власних силах, акцент на колективну ідентичність, вираження впевненості, підсилення певних цінностей, зазначення минулих успіхів, наголошення на схожості з послідовниками [49, с. 3]; посилення на: колективну історію та на наступність між минулим і сьогоденням, колектив і колективну ідентичність, позитивні згадки про цінність та ефективність послідовників, схожість лідера з послідовниками й ідентифікацію з послідовниками, цінності та моральні виправдання, дистанційні цілі й віддалене майбутнє, надію та віру [46, с. 153]; візіонерські твердження, автобіографію, метафори, аналогії, підвищення впевненості у власних силах, сторітелінг, твердження на основі суджень про цінності, підвищення очікувань [50]. Підкреслимо, що саме у прийомах зазвичай вказується раціональній шлях або орієнтування представників аудиторії на перспективне майбутнє і через апелювання до моральних переконань і настроїв слухачів доводиться необхідність збереження духовних національних цінностей та подальшого техніко-економічного розвитку їхньої держави.

Щодо множини невербальних засобів комунікації, то природу та методологічну сутність їхньої взаємодії з вербальними засобами розглянуто вище, а наявну множину їх основних класів проаналізовано нами вище.

Висновки і перспективи подальших розробок. Узагальнюючи викладене, ми маємо підстави вважати, що, з одного боку, типовими похибками у формулюваннях назв стратегій, тактик, методів, способів та прийомів актуалізації явища харизматичної комунікації є ігнорування у працях більшості дослідників існування чіткої ієрархічної супідрядності та методологічних функцій зазначених понять. З іншого боку, наявні множини понять, вживаних на позначення стратегій, тактик, методів, способів, прийомів і засобів мовленнєвої поведінки харизматика, є достатніми для вичерпного міждисциплінарного наукового опису будь-яких пов'язаних з нею когнітивних процесів і явищ. Для підвищення ефективності подальшої природної конвенціалізації термінологічний апарат наукового опису результатів дослідження особливостей функціонування невербальних засобів у харизматичній комунікації та їх взаємодії з невербальними засобами мовлення доцільно структурувати у вигляді певної мегасистеми розглядуваних нами понять.

Ми сподіваємося, що систематизовані в роботі в цілому методологічні основи та умови виконання міждисциплінарних досліджень особливостей функціонування невербальних засобів комунікації харизматиків слугуватимуть надійним теоретичним підґрунтям підвищення адекватності майбутніх результатів цілої низки наукових пошуків, пов'язаних з процесами публічного спілкування як окремою об'єктною сферою когнітивістики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 342 с.
2. Білик О. І. Лінгвостилістичні особливості реалізації стратегій передвиборчого дискурсу (на матеріалі промов Дональда Трампа). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»: Збірник наукових праць*. 2017. № 27 (2). С. 14–16.
3. Гулієва Д. О. Вербальне та невербальне втілення комунікативної стратегії докору (на матеріалі англomовного кінодискурсу). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2015. № 2. С. 215–220.
4. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2006. 21 с.

5. Дубик В. Невербальні та вербальні засоби комунікації в політичному дискурсі ЗМІ. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2013. № 18. С. 31–36.
6. Завальська Л. В. Комунікативна стратегія аргументації в українському політичному дискурсі. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. С. 66–69.
7. *Калита А. А. Фонетичні засоби актуалізації смислу англійського емоційного висловлення*. Київ, 2001. 351 с.
8. *Калита А. А. Актуалізація емоційно-прагматичного потенціалу висловлення : монографія. Тернопіль : Підручники і посібники, 2007. 320 с.*
9. Калита А. А., Тараненко Л. І. Система цілей та засобів сугестивного впливу в комунікації. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Філологія»*. 2012. № 15(2). С. 47–56.
10. Кліщевська М. Комунікативна тактика позиціонування в українськомовному маркетинговому дискурсі. *Мова: класичне – модерне – постмодерне : збірник наукових праць*. 2018. Вип. 3. С. 36–46.
11. Клименюк О. В. Методологія та методи наукового дослідження : навчальний посібник. Київ : «Міленіум», 2005. 186 с.
12. Матієнко-Сільницька А. В. Просодія переконування в усних англомовних судовому та релігійному дискурсах (інструментально-фонетичне дослідження) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса, 2021. 24 с.
13. Одарчук Н., Неділько С. Реалізація мовленнєвого впливу в сучасному англомовному релігійному дискурсі. *Актуальні питання іноземної філології*. 2018. Вип. № 9. С. 154–161.
14. Петлюченко Н. В. Харизматика: мовна особистість і дискурс : монографія. Одеса : Астропринт, 2009. 464 с.
15. Петренко І. Кореляція вербального та невербального планів вираження у сучасному англомовному медіадискурсі. *Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія «Філологія (мовознавство)»*. 2013. Вип. 17. С. 230–235.
16. Рибалко М.-М. О. Вербальний та невербальний аспекти дискурсивної поведінки обманника (на матеріалі сучасної англомовної художньої прози) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2008. 20 с.
17. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.
18. Солощук Л. В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англомовному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2009, 37 с.
19. Сотников А. В. Взаємодія вербальних та невербальних засобів комунікації у політичному дискурсі (на матеріалі британських політичних промов). *Лінгвістика XXI століття*. 2014. С. 162–170.
20. Теличко В. Вербальні та невербальні засоби реалізації стратегії інформування на англомовних професійних інтернет-форумах. *Studia linguistica*. 2013. Вип.7. С. 407–414.
21. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивна стратегія позитиву в українській мові : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01. Київ, 2013. 35 с.
22. Фролова І. Є. Дискурсивна стратегія як організуючий конституент вербально-соціальної інтеракції. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. 2009. № 3. С. 242–249.
23. Храбан Т. Дискурсивна стратегія дослідження сучасного українського неінституційного військового дискурсу. *Соціальні комунікації: теорія і практика*. 2022. Вип. 13(2). С. 157–169.
24. Abelin Åsa C. Charisma – who has charisma and can I get it? *Journal of Speech Sciences*. 2017. Vol. 6(2). P. 3–5.
25. Artym K. Verbalization of communicative strategies and tactics in the speech genre of parliamentary debate (based on debates in the House of Commons on March 25, 2013). *Computer Sciences and Engineering 2013 (CSE-2013)*, 21–23 November 2013, Lviv, Ukraine. P. 243–247.
26. Birdwhistell R.-L. *Kinesics and Context: Essays on Body Motion and Communication*. Philadelphia. PA: University of Pennsylvania Press, 1970. 352 p.
27. Burgoon J. K., Guerrero L. K., Floyd K. *Nonverbal communication*. Allyn & Bacon, 2010. 542 p.
28. Campbell A., Rushton, J. P. Bodily communication and personality. *British Journal of Social & Clinical Psychology*. 1978. Vol. 17(1). P. 31–36.
29. D'Errico F., Signorello R., Demolin D., Poggi I. The perception of charisma from voice: A crosscultural study. *In Affective Computing and Intelligent Interaction (ACII), 2013 Humaine Association Conference on Affective Computing and Intelligent Interaction (ACII)*, 2013. P. 552–557.
30. Driven R., Verspoor M. *Cognitive Exploration of Language and Linguistics*. John Benjamins, 1998. 277 p.
31. Fabbi P. The effects of charismatic communication training on leader communication effectiveness :

- Doctoral dissertation. Olivet Nazarene University, 2013. 174 p.
32. Fiol C. M., Harris D., House R. Charismatic leadership: Strategies for effecting social change. *The Leadership Quarterly*. 1999. Vol. 10(3). P. 449–482.
 33. Grabo A., Spisak B. R., Vugt, M. V. Charisma as signal: An evolutionary perspective on charismatic leadership. *Leadership Quarterly*. 2017. Vol. 28. P. 473–485.
 34. Gutnyk A., Niebuhr O., Gu W. Speaker Charisma Analyzed through the Cultural Lens. In *2021 12th International Symposium on Chinese Spoken Language Processing (ISCSLP) IEEE*, 2021.
 35. Hartog D. N., Verburg R. M. Charisma and rhetoric: Communicative techniques of international business leaders. *Leadership Quarterly*. 1997. Vol. 8. P. 355–391.
 36. Heracleous L., Klaering L. A. Charismatic Leadership and Rhetorical Competence: An Analysis of Steve Jobs's Rhetoric. *Group & Organization Management*. 2014. Vol. 39(2). P. 131–161.
 37. Jacquart P., Antonakis J. When does charisma matter for top-level leaders? Effect of attributional ambiguity. *Academy of Management Journal*. 2015. Vol. 58(4). P. 1051–1074.
 38. Jensen U., Rohner D., Bornet O., Carron D., Garner P., Loupi D., Antonakis J. Combating COVID-19 with Charisma: Evidence on Governor Speeches in the United States. *The Leadership Quarterly*, 2023.
 39. Key M. R. Nonverbal communication today : current research / edited by Mary Ritchie Key. Mouton, 1982. 336 p.
 40. Klein K. J., House R. J. On fire: Charismatic leadership and levels of analysis. *The Leadership Quarterly*. 1995. Vol. 6(2). P. 183–198.
 41. Krauss R. M., Chen Y., Chawla P. Nonverbal behavior and nonverbal communication: What do conversational hand gestures tell us? *Advances in experimental social psychology* / M. Zanna (Ed.). San Diego, CA: Academic Press. 1996. 71 p.
 42. Mehrabian A., Wiener M. Decoding of Inconsistent Communications. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1967. Vol. 6 (1). P. 109–114.
 43. Mrozková I. Bednaříková B. Introduction to leadership communication. Olomouc : Univerzita Palackého, 2014. 126 p.
 44. Niebuhr O., Brema A., Novák-Tót E., Voße J. Charisma in business speeches: A contrastive acoustic-prosodic analysis of Steve Jobs and Mark Zuckerberg. In J. Barnes, A. Brugos, S. Shattuck-Hufnagel, & N. Veilleux (Eds.), *Proceedings of the 8th International Conference of Speech Prosody*, 2016. P. 79.
 45. Pease A., Pease B. *The Definitive Book of Body Language*. New York, NY: Bantam, 2004. 121 p.
 46. Pradhan R, Pradham, S. Charismatic Leadership and Rhetoric: A Critical Review. *Asian Journal of Research in Business Economics*. 2012. Vol. 2(6). P. 146–160.
 47. Rodrigo S. R. “A Reader , Not a Speaker” : On the Verbal, Paraverbal and Nonverbal Communication Trichotomy. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*. 2018. Vol. 11(1). P. 172–186.
 48. Schubert G. Nonverbal communication as political behavior. / In Key, M. R., and Preziosi, D. (eds.). *Nonverbal communication today*. Berlin, Boston, 1982. P. 69–86.
 49. Tan H. H., Wee G. The Role of Rhetoric Content in Charismatic Leadership: A Content Analysis of a Singaporean Leader's Speeches. *International Journal of Organization Theory and Behavior*. 2002. Vol. 5 (3/4). P. 317–342.
 50. Towler A. J. Effects of charismatic influence training on attitudes, behavior, and performance. *Personnel Psychology*. 2003. Vol. 56(2). P. 363–381.

REFERENCES

1. Abelin, Åsa C. (2017). Charisma – who has charisma and can I get it? *Journal of Speech Sciences*, 6(2), 03–05.
2. Artym, K. (2013). Verbalization of communicative strategies and tactics in the speech genre of parliamentary debate (based on debates in the House of Commons on March 25, 2013). *Computer Sciences and Engineering 2013 (CSE-2013)*, 21–23 November 2013 (Lviv, Ukraine), 243–247.
3. Batsevyich, F.S. (2004). Osnovy komunikativnoi linhvistyky [The fundamentals of the communicative linguistics]. Kyiv : Academy [in Ukrainian].
4. Bilyk O. I. (2017). Linhvostylistychni osoblyvosti realizatsii stratehii peredyvborchoho dyskursu (na materialy promov Donalda Trampa) [Linguistic features of the actualisation of pre-election discourse strategies (based on the material of Donald Trump's speeches)]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: «Filolohiia»: Zbirnyk naukovykh prats*, 2, 14–16 [in Ukrainian].
5. Birdwhistell, R.-L. (1970). *Kinesics and Context: Essays on Body Motion and Communication*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
6. Burgoon, J. K., Guerrero, L. K. & Floyd, K. (2010). *Nonverbal communication*. Allyn & Bacon.
7. Campbell, A., & Rushton, J. P. (1978). Bodily communication and personality. *British Journal of Social & Clinical Psychology*, 17(1), 31–36.

8. D'Errico, F., Signorello, R., Demolin, D., & Poggi, I. (2013, September). The perception of charisma from voice: A crosscultural study. In *Affective Computing and Intelligent Interaction (ACII)*, 2013 Humaine Association Conference on Affective Computing and Intelligent Interaction (ACII), 552–557.
9. Dmytruk, O. V. (2006). *Manipulative Strategies in Modern English Communication (On the Material of Printed and Internet Editions of 2000–2005)* [Manipuljatyvni strategiji v suchasnij angломovnij komunikatsiji (na materiali tekstiv drukovanyh ta internet-vydan 2000–2005 rokiv) [PhD Thesis. Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka, Kyiv] [in Ukrainian].
10. Driven, R., & Verspoor, M. (1998). *Cognitive Exploration of Language and Linguistics*. John Benjamins.
11. Dubyk, V. (2013). Neverbalni ta verbalni zasoby komunikatsii v politychnomu dyskursi ZMI [Non-verbal and verbal means of communication in the political discourse of mass media]. *Naukovyi visnyk Shkhidnoevropeiskoho natsionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrainky. Filolohichni nauky. Movoznavstvo*, 18, 31–36 [in Ukrainian].
12. Fabbi, P. (2013). The effects of charismatic communication training on leader communication effectiveness [Doctoral dissertation, Olivet Nazarene University].
13. Fiol, C. M., Harris, D., & House, R. (1999). Charismatic leadership: Strategies for effecting social change. *The Leadership Quarterly*, 10(3), 449–482.
14. Frolova, I. Ye. (2009). Dyskursyvna stratehiia yak orhanizuiuchy konstyuent verbalno-sotsialnoiinteraktsii [A discursive strategy as the organizing constituent of the socioverbal interaction]. *Linhvistyka XXI stolittia: novi doslidzhennia i perspektyvy*, 3, 242–249 [in Ukrainian].
15. Grabo, A., Spisak, B. R., & Vugt, M. V. (2017). Charisma as signal: An evolutionary perspective on charismatic leadership. *Leadership Quarterly*, 28, 473–485.
16. Gutnyk, A., Niebuhr, O., & Gu, W. (2021). *Speaker Charisma Analyzed through the Cultural Lens*. In 2021 12th International Symposium on Chinese Spoken Language Processing (ISCSLP) IEEE.
17. Hartog, D. N., & Verburg, R. M. (1997). Charisma and rhetoric: Communicative techniques of international business leaders. *Leadership Quarterly*, 8, 355–391.
18. Heracleous, L., & Klaering L. A. (2014). Charismatic Leadership and Rhetorical Competence: An Analysis of Steve Jobs's Rhetoric. *Group & Organization Management*; 39(2), 131–161.
19. Huliieva, D.O. (2015). Verbalne ta neverbalne vtillennia komunikatyvnoi stratehii dokoru (na materiali anhломovnoho kinodyskursu) [Verbal and non-verbal embodiment of the communicative strategy of reproach (based on the material of the English-language film discourse)]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo universytetu imeni Ivana Franka*, 2, 215–220 [in Ukrainian].
20. Jacquart, P., & Antonakis, J. (2015). When does charisma matter for top-level leaders? Effect of attributional ambiguity. *Academy of Management Journal*, 58(4), 1051–1074.
21. Jensen, U., Rohner, D., Bornet, O., Carron, D., Garner, P., Loupi, D., & Antonakis, J. (2023). Combating COVID-19 with Charisma: Evidence on Governor Speeches in the United States. *The Leadership Quarterly*, 2023.
22. Kalyta, A. A. (2001) Fonetychni zasoby aktualizatsii smyslu anhliiskoho emotsiinoho vyslovliuvannia: monohrafiia [Phonetic means of actualizing the meaning of English emotional expression: monograph]. Kyiv, Vydavnychytse KDLUs [in Ukrainian].
23. Kalyta, A. A. (2007). Aktualizatsiia emotsiino-prahmatychnoho potentsialu vyslovlennia : monohrafiia [Actualisation of emotional-and-pragmatic potential of an utterance: monograph]. Ternopil', Ukraine: Pidruchnyky i posibnyky [in Ukrainian].
24. Kalyta, A. A. & Taranenka, L. I. (2012). Systema tsilei ta zasobiv suhestyvnoho vplyvu v komunikatsii [The system of aims and means of a subliminal influence in communication]. *Visnyk Kyi'vs'kogo nacional'nogo lingvistychnogo universytetu. Serija filologija*, 15(2), 47–56 [in Ukrainian].
25. Key. (1982). *Nonverbal communication today : current research / edited by Mary Ritchie Key*. (Key, Ed.). Mouton.
26. Khraban, T. (2022). Dyskursyvna stratehiia doslidzhennia suchasnoho ukrainskoho neinstytutsiinoho viiskovoho dyskursu [Discursive strategy of the study of modern Ukrainian non-institutional military discourse]. *Sotsialni komunikatsii: teoriia i praktyka*, 13(2), 157–169 [in Ukrainian].
27. Klein, K. J., & House, R. J. (1995). On fire: Charismatic leadership and levels of analysis. *The Leadership Quarterly*, 6(2), 183–198.
28. Klishchevska, M. (2018). Komunikatyvna taktyka pozytsionuvannia v ukrainskomovnomu marketynhovomu dyskursi [Communicative tactics of positioning in Ukrainian-language marketing discourse]. *Mova: klasychne – moderne – postmoderne*, 3, 36–46 [in Ukrainian].
29. Klymeniuk, O.V. (2005). Metodolohiia ta metody naukovooho doslidzhennia: Navchalnii posibnyk

- [Methodology and methods of scientific research: Study guide]. Kyiv, «Milenium» [in Ukrainian].
30. Krauss, R. M., Chen, Y., & Chawla, P. (1996). Nonverbal behavior and nonverbal communication: What do conversational hand gestures tell us? In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, Vol. 28, pp. 389–450). Academic Press.
 31. Matiienko-Silnytska A. V. (2021). *Prosodiia perekonuvannia v usnykh anhlomovnykh sudovomu ta relihiinomu dyskursakh (instrumentalno-fonetychnedoslidzhennia) [Prosody of persuasion in oral English-speaking judicial and religious discourses (instrumental and phonetic research)] [PhDdissertationabstract, Odeskyi natsionalnyi universytet imeni I. I. Mechnykova]* [in Ukrainian].
 32. Mehrabian, A., Wiener, M. (1967). Decoding of Inconsistent Communications. *Journal of Personality and Social Psychology*. 6 (1), 109–114.
 33. Mrozková, I., & Bednaříková, B. (2014). *Introduction to leadership communication*. Univerzita Palackého.
 34. Niebuhr, O., Brem, A., Novák-Tót, E., & Voße, J. (2016). Charisma in business speeches: A contrastive acoustic-prosodic analysis of Steve Jobs and Mark Zuckerberg. In J. Barnes, A. Brugos, S. Shattuck-Hufnagel, & N. Veilleux (Eds.), *Proceedings of the 8th International Conference of Speech Prosody* (pp. 79). Speech Prosody Special Interest Group.
 35. Odarchuk, N., Nedilko, S. (2018). Realizatsiia movlennievoho vplyvu v suchasnomu anhlomovnomu relihiinomu dyskursi [Realization of speech influence in contemporary English-language religious discourse]. *Aktualni pyttannia inozemnoi filolohii*, 9. 154–161 [in Ukrainian].
 36. Pease, A., & Pease, B. (2004). *The Definitive Book of Body Language*. Orion.
 37. Petliuchenko, N. V. (2009). *Kharyzmatyka: movna osobystist i dyskurs [Charisma: linguistic personality and discourse]*. Odesa: Astroprynt [in Ukrainian].
 38. Petrenko, I. (2013). Koreliatsiia verbalnogo ta neverbalnogo planiv vyrazhennia u suchasnomu anhlomovnomu mediadyskursi [Correlation of verbal and non-verbal plans of expression in modern English-language media discourse]. *Naukovi zapysky [Vinnytskoho derzhavnogo pedahohichnogo universytetu imeni Mykhaila Kotsiubynskoho]*. Seriiia : Filolohiia (movoznavstvo), 17, 230–235 [in Ukrainian].
 39. Pradhan, R & Pradham, S. (2012). Charismatic Leadership and Rhetoric: A Critical Review. *Asian Journal of Research in Business Economics*. 2(6), 146–160.
 40. Rodrigo, S. R. (2018). “A Reader, Not a Speaker” : On the Verbal, Paraverbal and Nonverbal Communication Trichotomy. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 11(1). 172–186.
 41. Rybalko, M.-M. O. (2008). *Verbalnyi ta neverbalnyi aspekty dyskursyvnoi povedinky obmannyka (na materialy suchasnoianhlomovnoi khudozhnoi prozy) [Verbal and Nonverbal Aspects of the Liar’s Discourse Behaviour (A Study of Modern English Fiction)] [PhD thesis abstract, Kyivskyi natsionalnyi linhvistychnyi universytet]* [in Ukrainian].
 42. Schubert, G. (1982). Nonverbal Communication as Political Behavior. In M. Key (Ed.), *Nonverbal Communication Today* (pp. 69–86). Berlin, Boston: De Gruyter Mouton.
 43. Selivanova, O. O. (2008). *Suchasna linhvistyka: napriamy ta problemy: pidruchnyk [Modern linguistics: approaches and problems: a textbook]*. Poltava, Dovkillia [in Ukrainian].
 44. Shkitska, I. Yu. (2013). *Manipuliatyvna stratehiia pozytyvu v ukrainskii movi [Manipulative strategy of positivity in the Ukrainian language]* [PhD thesis abstract, Instytut movoznavstva im. O. O. Potebni NAN Ukrainy] [in Ukrainian].
 45. Soloshchuk, L. V. (2009). *Vzaiemodiia verbalnykh i neverbalnykh komponentiv komunikatsii u suchasnomu anhlomovnomu dyskursi [Interaction of Verbal and Non-Verbal Components of Communication in Modern English-Language Discourse]* [PhD thesis abstract, Kyiv National University] [in Ukrainian]
 46. Sotnykov, A. V. (2014). *Vzaiemodiia verbalnykh ta neverbalnykh zasobiv komunikatsii u politychnomu dyskursi (na materialy brytanskykh politychnykh promov)*. *Linhvistyka XXI stolittia*, 162–170 [in Ukrainian].
 47. Tan, H. H., & Wee, G. (2002). The role of rhetoric content in charismatic leadership: A content analysis of Singaporean leader's speeches. *International Journal Organisation Theory and Behavior*, 5(3/4), 317–342.
 48. Telychko, V. (2013). Verbalni ta neverbalni zasoby realizatsii stratehii informuvannia na anhlomovnykh profesiinykh internet-forumakh. *Studia linguistica*, 7, 407–414 [in Ukrainian].
 49. Towler, A. J. (2003). Effects of charismatic influence training on attitudes, behavior, and performance. *Personnel Psychology*, 56(2), 363–381.
 50. Zavalska, L. V. (2017). Communicative strategy of argumentation in Ukrainian political discourse [Communication strategy arguments in the Ukrainian political discourse]. *Odeskyi linhvistychnyi visnyk*, 66–69.