

DOI: 10.26565/2786-5312-2022-96-01

УДК 811.1/.8-26: 81'23

М. К. Бойченко

аспірантка кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»;

e-mail: boychenko515@gmail.com;

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6100-4855>;

SCHOLAR.GOOGLE: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=jJtYg1AAAAAJ&hl=uk>;

RESEARCHGATE: https://www.researchgate.net/profile/Mariia-Boichenko-2?ev=hdr_xprf

Стан та перспективи досліджень взаємодії вербальних і невербальних засобів у харизматичній комунікації

Статтю присвячено теоретичному огляду результатів попередніх наукових розробок, що є підґрунтям для подальших міждисциплінарних досліджень взаємодії вербальних і невербальних засобів у харизматичній комунікації. Автор представляє короткий діахронічний опис формування поняття явища харизми у науковій царині з античних часів і його функціонування у сучасних гуманітарних науках, зокрема психології, соціології, менеджменті тощо. Окрема увага приділяється аналізу лінгвістичних досліджень масової комунікації, комунікативних стратегій і тактик, взаємодії вербальних, невербальних і паравербальних засобів у різних типах комунікації, результати яких є підґрунтям дослідження харизматичної комунікації в рамках енергетичної теорії мовлення А. А. Калити, що дозволяє розглядати комплексну якісно-кількісну картину саморозвитку будь-якого когнітивного явища взагалі та особливостей взаємодії вербальних і невербальних засобів у харизматичній комунікації зокрема. Досліджені наукові доробки дозволили узагальнити універсальні характеристики харизматичної комунікації та харизматичного мовця, зокрема те, що ефект харизматичності мовця не є результатом дії окремих просодичних характеристик його мовлення, а цілого комплексу елементів: взаємодією харизматичної просодії з властивостями голосу, гучністю, темпом мовлення, словесним тоном, словесним наголосом, мовою тіла, мімікою, жестами, віком, гендерною приналежністю і фізичною привабливістю мовця тощо. Автор доходить висновків, що результати ретроспективного аналізу підтверджують доцільність міждисциплінарного дослідження харизматичної комунікації в рамках когнітивного підходу з урахуванням усіх вербальних, невербальних та позамовних засобів (фізіологічних, психологічних, соціальних тощо), взаємодія яких дозволяє аудиторії сприймати мовця як харизматичного.

Ключові слова: вербальні засоби, комунікація, невербальні засоби, харизма, харизматичний мовець.

1. ВСТУП

Важливість системного ретроспективного розгляду низки провідних питань, пов'язаних безпосередньо з феноменом взаємодії вербальних і невербальних засобів у харизматичній комунікації, важко переоцінити, оскільки останнім часом у сучасній лінгвістиці спостерігається чітка тенденція до її переходу на міждисциплінарний рівень наукових розвідок. Міждисциплінарність вивчення харизматичної комунікації зумовлюється комплексною природою явища харизми, яка виступає об'єктом досліджень у низці гуманітарних наук: соціології, психології, менеджменті та, зокрема, лінгвістиці. Отже, об'єктом започаткованого нами огляду слугує актуалізація харизматичної комунікації, а предметом – сучасний стан ступеня вивчення цього явища у різних галузях гуманітарного знання. Актуальність зазначеної проблеми підсилюється, насамперед, гострою необхідністю здійснення випереджаючого конвенціонально-оглядового аналізу наявного термінологічного апарату суміжних галузей наукового знання з погляду його придатності та достатності для міждисциплінарного опису явищ харизматичної комунікації для з'ясування типових механізмів взаємодії вербальних і невербальних засобів її актуалізації, а також для адекватного планування подальших лінгвістичних досліджень.

Тому метою започаткованого нами пошуку є встановлення шляхом оглядового аналізу стану придатності результатів попередніх наукових розробок для реалізації перспектив міждисциплінарного дослідження проблем взаємодії вербальних і невербальних засобів у харизматичній комунікації. Визначена мета передбачає виконання таких завдань: 1) розглянути походження поняття харизми та його введення у науковий світогляд; 2) дослідити стан вивчення явища харизми у сучасних гуманітарних науках, зокрема у лінгвістиці.

2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для цього згадаємо, насамперед, що явище харизми як таке було відомо людству ще з міфологічних часів. З часом воно привернуло увагу античних філософів, а пізніше вивчалось у теології, зокрема християнській [17]. Після ознайомлення з роботами теологів явищем харизми зацікавився й німецький соціолог Макс Вебер, який у 20-х рр. минулого століття вирішив розширити вчення теологів про харизматичне лідерство і довести, що воно також присутнє у політиці [16]. Вводячи поняття харизми до наукового вжитку, М. Вебер розглядав її як одну з головних характеристик типів лідерства: харизматичного, легітимного і традиційного. За М. Вебером, харизма – це незвична якість особистості, завдяки якій мовець оцінюється слухачами як наділений надприродними, надлюдськими силами, чи щонайменше специфічними особливими

силами, недоступними іншим людям [40]. Тому він наголошував на важливості особистості лідера, навколо якої і вибудовується легітимність влади в очах послідовників. З плином часу визначення та підхід Макса Вебера критикувалися та спростовувалися багатьма вченими у різних галузях наукового знання, проте саме до його концепції харизматичного лідерства здебільшого звертаються у сучасних дослідженнях феномена харизми.

Таким чином, поняття харизми почало набирати популярності серед соціологів взагалі і, зокрема, у випадках його «функційного» трактування. До групи дослідників, що розглядали харизму з позиції функційного підходу, прийнято відносити Е. Дюркгейма, на ґрунті ідей якого у межах його концепції лідерства і послідовництва харизму було досліджено як виключно соціальне явище, що виконує функцію створення і підтримання солідарності у групі [49]. Саме завдяки Е. Дюркгейму явище харизми починає розглядатися не як магічний релігійний феномен, а як реальна стабільна сила, що може забезпечити владу [49]. Ці ідеї вплинули й на трактування харизми соціологом Т. Парсонсом, який стверджував, що харизма є строго емпіричним явищем, пов'язаним безпосередньо з особистістю та промовами лідера стосовно людських дій і установок [42]. Це твердження дало поштовх для проведення емпіричних дослідів феномену харизми взагалі та уточнення визначення самого поняття зокрема.

Представники іншого – плюралістичного – напряму, найяскравішим з яких вважають Е. Шилза, не обмежували поняття харизми лише його зв'язками з особистістю лідера, а інституалізували це явище, розділяючи різновиди харизми на «сильну» (приналежну індивідууму) і «слабку/дисперсну», якою можуть характеризуватися інституції, групи, класи. При цьому сам Е. Шилз підкреслював, що харизматичне лідерство та усі види харизми є важливими для збереження порядку в організації [51]: «Харизма порушує соціальний порядок, однак у той самий час підтримує та зберігає його» [47, с. 200]. Особливе зростання зацікавлення науковців явищем харизми у менеджменті та організації роботи відбулося у 1970-х рр. і досягло свого піку у 1990-х, оскільки з того моменту почалися багатомірні дослідження харизматичного лідерства, що зокрема фокусувалися на тому, як лідер виражає свою харизму, яка роль послідовників у процесах лідерства, як можна навчити людей бути більш харизматичними тощо.

У зв'язку з цим, однією із фундаментальних теорій харизматичного лідерства стала вважатися [27] теорія лідерства в організаціях, запропонована А. Етціоні. Його метою було розробити теорію, що пояснює, як і де харизма виникає в організаційній структурі, окрім найвищих ланок управління. Він також приділяв увагу тому, чи можна навчити людину бути харизматичною.

Унаслідок поширення цієї теорії у галузі соціології і психології [21; 24] з'явилися розробки «нової теорії харизматичного лідерства», що розглядала це явище в рамках організації, як таке, що може виникати на кожному її ієрархічному рівні. Науковці почали вивчати і аналізувати особистість харизматичного лідера [33], описувати механізм породження і сприйняття харизми [35], виявляти окремі елементи чи аспекти харизми як явища, визначати атрибути поведінки харизматичного лідера тощо [24].

У 1960-х і 1970-х рр. Г. Когут започатковує розгляд харизми з позиції «прикладного психоаналізу». Він, спираючись на ідеї З. Фрейда про нарцисизм і самооцінку особистості, зацікавився тим, як харизматичний лідер може керувати людьми [39] і доходить висновків, що лише окремі типи особистостей можуть стати харизматичними лідерами. У наступні декілька десятиліть дослідники, зокрема А. Залезнік, у сфері психоаналізу виокремили новий тип харизматичного лідера (на протигагу політичному) – керівник компанії (1970, 1980-ті рр.) [39]. Підкреслимо, що А. Залезнік також використовував концепцію нарцисичної особистості, яка може управляти іншими; саме він та його колеги описували явище виникнення харизматичного лідера у царині бізнесу.

Поглиблення концептуальних уявлень щодо харизми також вплинуло на дослідження у галузі антропології і стало об'єктом особливої уваги серед представників цієї науки. Так, Ен-Рут Вілнер на підставі міжкультурного порівняння харизми стверджувала, що харизма не стільки знаходиться в особистості лідера, як в очах його послідовників [37]. Цей погляд є важливим, адже сучасні концепції харизми, яку можна сконструювати і якій можна навчити, спираються саме на очікування конкретної аудиторії.

З розуміння того, що навколо-наукове дослідження поняття «харизма» відбувалося у теології і саме слово було запозичено М. Вебером зі Старого Заповіту [16], є цілком логічним, що у різних релігіях світу це явище і досі досліджується з погляду теологічної, релігієзнавчої і соціальної перспектив: шаманізму [36], іудаїзму [15], різних гілках християнства [43], мусульманстві [20], іудаїзмі [38].

Згодом, на новому витку розвитку теорії харизматичного лідерства, дослідники почали вважати, що лідер може сприйматися як харизматичний за рахунок певних особистісних, поведінкових та комунікативних ознак. Однак, як відчували самі науковці, результати теоретичних й експериментальних досліджень особистісних характеристик харизматичного лідера були ще досить обмеженими та фрагментарними. Тому за умов, що склалися, соціологи [19; 21; 28; 33; 52] намагалися визначити оптимальний та універсальний список ознак харизматичних особистостей. До визначення особистіс-

них характеристик долучилися і лінгвісти, що було зумовлено необхідністю найбільш об'єктивного добору персоналії для досліджень усного й письмового харизматичного мовлення [48].

Методологічні реакції на поширення започаткованих таким чином фактичних спроб міждисциплінарних досліджень були різними. Так, з'явилося відоме твердження Дж. Ройсмана [44, с. 54], згідно з яким вивчення харизми, як комплексного соціального факту, вимагає набору знань і навичок, які зрідка можуть набути спеціалісти однієї галузі. Його аргументи спирались на те, що політологи зацікавлені в харизмі як в аспекті владних стосунків; соціологи переймаються структурою харизматичних стосунків; психологи прагнуть отримати доступ до внутрішнього стану і життя як лідерів, так і послідовників; антропологи фокусуються на культурних аспектах, артефактах і моделях взаємодії, які зберегли феномен харизми протягом цих всіх років. Але вважати такі аргументи вагомими важко, оскільки з погляду мети означених пошуків у них ідеться лише про орієнтованість на практичне використання результатів досліджень у тій чи тій царині конкретно-наукового знання.

Розуміючи подальший майже лавиноподібний приріст внутрішньо-наукових ознак як сталу реальність, ми набуваємо підстав стисло розглянути нижче останні здобутки міждисциплінарних пошуків з проблем взаємодії вербальних і невербальних засобів у харизматичній комунікації.

Нам уже відомо [18], що сучасні дослідники на прикладах експериментального вивчення позитивного впливу на ефективність роботи працівників у менеджменті, правильний вибір електорату при голосуванні за харизматичного політика тощо [46; 50] довели важливість результатів перспективного міждисциплінарного дослідження харизматичної комунікації (напр., у царинах психології, економіки і біології і т. ін.) для їх практичного застосування під час навчання і тренування харизматичних мовців [14; 18; 50].

Переважна більшість науковців зазначає, що зміст харизматичного повідомлення є менш важливим за спосіб його вираження і передачі аудиторії [32; 41], зокрема важливими є невербальні засоби, що варіюються від мови тіла, зорового контакту, поз, жестів, міміки, зовнішності, посмішки до мелодичних характеристики голосу мовця і є універсальними для різних типів комунікації. На думку багатьох фахівців, в успішності [24] впливу харизматичного мовця на аудиторію особливу роль відіграє риторика, а також виразність (експресивність) мовлення і засоби, за допомогою яких вона досягається.

На підтвердження провідної ролі невербальних засобів комунікації в успішності лідера та його впливі на аудиторію було доведено, що існує зв'язок між невербальними засобами, якими користується

мовець, і його темпераментом та психотипом; висувано припущення, що невербальні засоби комунікації такої особистості виражатимуть домінантність і силу [22; 23].

Як бачимо, викладене не лише містить місце для сумніву в тому, що, по-перше, стійкий ефект харизматичного мовлення досягається за рахунок комплексної взаємодії і поєднання мовцем певних вербальних і невербальних засобів у комунікації; по-друге, наукове знання, надбане на цей час у галузях лінгвістики, психології, соціології, менеджменту тощо, переконливо свідчить про неминучу необхідність додаткового міждисциплінарного вивчення особливостей взаємодії вербальних і невербальних засобів, здатних викликати ті чи інші ефекти харизматичного впливу мовця на реципієнта у різних умовах комунікації і дискурсах.

Зважаючи на це, й виникає сенс подальшого огляду низки важливих теоретичних і теоретико-експериментальних наукових робіт саме лінгвістів, що є орієнтованими або безпосередньо спрямованими ними на дослідження механізмів та типових моделей взаємодії вербальних і невербальних засобів у харизматичній комунікації.

Зазначимо з цього приводу, що взаємодію вербальних і невербальних засобів сучасної англійської комунікації розглянуто науковцями [11] з метою встановлення моделей їх взаємодії у різних ситуаціях комунікації (наприклад, ситуації домінування [1], що є дотичною до харизматичної взаємодії лідера та аудиторії; у політичному дискурсі [12]; у медіа-дискурсі [10]). При цьому у більшості наукових робіт має місце тенденція до розподілу невербальних засобів спілкування на просодичні, кінесичні та проксемічні. Але не всі ці праці встановлюють характер взаємодії таких засобів, хоча автор роботи [1] ввів поняття комплементарності невербальних засобів по відношенню до вербальних, розділивши її на квалітативну і квантитативну. З огляду на це, незайве нагадати, що у фундаментальному дослідженні А.А. Калити [5, с. 20] чітко вказано лише на такі функції вербальних, невербальних і паралінгвальних засобів в емоційному мовленні: 1) підсилювальну; 2) послаблюючу; 3) супроводжуючу; 4) компенсуючу; 5) уточнюючу; 6) доповнюючу. Саме такий принцип взаємодії вербальних і невербальних засобів у мовленні харизматичної особистості вважаємо доцільним застосовувати у нашому подальшому дослідженні харизматичної комунікації.

Під час розгляду харизматичної комунікації в цілому неважко також переконатися в тому, що у створенні ефекту харизматичності та його сприйнятті аудиторією вагому роль відіграє реалізація мовцем певної комунікативної стратегії, як інтегрального позалінгвального засобу спілкування. У площині цієї проблеми лінгвістами було досліджено: засоби переконання [7] і впливу [4] в політичному дискурсі

та їх взаємодію під час реалізації певних стратегій і тактик, залежно від ситуації спілкування (у ситуації примирення [8]; засоби реалізації стратегії докору, стратегії позитивної/негативної оцінки [2]; маніпулятивні стратегії у ЗМІ [3]; стратегії інформування на інтернет-форумах [13]) тощо.

Авторський варіант систематизації дискурсивних стратегій і тактик харизматичного мовця запропоновано у фундаментальній праці Петлюченко Н.В. [9], яка охоплює: проблему етимології поняття харизми та історію вивчення цього явища, містить узагальнену модель харизматичної комунікації, розглядає стратегії і тактики харизматичного мовця. У роботі визначено також вербальні, паравербальні і екстралінгвальні засоби досягнення харизматичної апеляції у промовах політичних лідерів Німеччини й України та сформовано дискурс-портрети самих політиків.

Паралінгвальні компоненти комунікації привернули увагу лінгвістів десь у 1960-х рр. [25]. Однак з розвитком лінгвістичної науки і технологій, появи зацікавленості у когнітивному і соціолінгвістичному аспектах комунікації, з'явилася необхідність у більш комплексному погляді на паралінгвальні засоби у мовленні. Особливу увагу було звернено лінгвістами на просодію, яка слугує важливим маркером особистісної та соціальної ідентифікації мовця. Специфіку взаємодії вербальних і невербальних засобів та роль просодичних характеристик мовлення було ретельно досліджено представниками Київської фонетичної школи [6] в обсязі таких питань: особливості просодичного оформлення висловлень співчуття; просодичні засоби інтенсифікації висловлень сучасного англійського мовлення, просодичні маркери британського політичного дискурсу, просодія як фактор вираження точки зору мовця; просодичні засоби реалізації зв'язності тексту англійської прозової байки і текстів малої форми; лінгвокогнітивні особливості просодичного оформлення англійських висловлень на позначення позитивних емоцій; просодія висловлювань-захоплень в англійському мовленні; соціолінгвістичні особливості просодичного оформлення відмови; просодичні характеристики мовлення акцентуєваних особистостей.

Виходячи з того, що однією із найбільш досліджуваних типів комунікації ставала політична комунікація, а, отже, харизма політичного лідера [26; 45; 48], у роботі [26] було висвітлено спробу створення анотованого корпусу політичних промов американських та ірландських політиків з погляду впливу культурного аспекту на сприйняття харизми. За результатами експерименту автори визначили, що саме просодичні характеристики мовлення впливають на сприйняття мовця як харизматичного представника різних культур, зокрема висота тону, напрямок тону, коливання, інтенсивність тощо.

У лінгвістиці також відомі інші спроби дослідити експериментально особливості взаємодії вербальних і невербальних засобів у мовленні харизматичних лідерів. Зокрема у роботі [45] автори намагались визначити, чи сприймається лідер як харизматичний на основі *акустично/просодичних характеристик його мовлення і як ці характеристики взаємодіють з лексичним змістом і синтаксичною формою його повідомлення* на матеріалі американського політичного дискурсу. Для експерименту було дібрано матеріал, що максимально варіювався за жанрами та темами промов, щоб виключити вплив окремого типу повідомлення на результати. Серед лексичних характеристик автори виокремили використання займенників першої особи, довгих слів; що стосується акустично/просодичних елементів, то дослідження *особливостей, висоти, інтенсивності, швидкості та тривалості виступу* показали, що чим довші слова, паузи та паузи у мовленні, тим більш харизматичним воно сприймається, чим голосніше і швидше говорить лідер, тим більш харизматичним його бачить аудиторія.

Лінгвістам [53] також належать спроби створити автоматизовану систему розпізнавання мовлення лідерів, зокрема і з метою визначення харизматичності самого мовлення. Для цього автори дослідження спиралися на акустичний аналіз мовлення за параметрами, визнаними у попередніх експериментах [45], та лінгвістичний аналіз промов. На жаль, автоматизованість системи не дозволила їм визначити важливість акустичних чи лінгвістичних параметрів окремо, чого було досягнуто в інших дослідженнях [41; 45; 58].

Цікаво й те, що один із найвідоміших дослідників харизми у лінгвістиці Р. Сігнорелло разом з колегами, вивчаючи акустично-просодичні характеристики харизматичного мовлення [48], експериментально довів, що ці характеристики відповідають за актуалізацію харизми у мовленні політичного лідера. Матеріалом згаданого дослідження слугували промови Умберто Россі, італійського політика, що під час своєї політичної кар'єри пережив інсульт, якій призвів до значних порушень його мовленнєвої діяльності. При цьому було обрано дві промови з періоду до інсульту та після нього. Особливість експерименту полягала в застосуванні принципу делексікалізованого мовлення: за допомогою спеціального програмного забезпечення вчені виключили всі слова, голос мовця та сегментні характеристики з аудіо-треків, таким чином слухачі мали визначати треки як харизматичні лише на основі інтонації. Для того, щоб слухачам було легше пояснювати чому вони сприймають мовця як харизматичного, було відібрано 67 прикметників, за допомогою яких учасники експерименту мали описувати своє враження від політика під час прослуховування його промов.

У результаті цього було доведено, що мовлення політика до інсульту сприймалося як більш хариз-

матичне не лише завдяки *силі голосу, а й семантичному наповненню, інтонації*. У наступній роботі [48] також було підкреслено важливість *мультимодальної поведінки лідера (взаємодія мовлення, жестів, пози тощо)* для сприйняття його аудиторією як харизматичного.

Подальше звернення багатьох лінгвістів до питань взаємозв'язку та взаємовпливу вербальних і невербальних засобів у харизматичному мовленні дозволило їм стверджувати таке:

1) просодичні характеристики промов харизматичних особистостей зумовлені, у першу чергу, *взаємодією харизматичної просодії з властивостями голосу, інтонацією, гучністю, темпом мовлення, словесним тоном, словесним наголосом* та здатні змінюватися під впливом акценту [14];

2) просодичні характеристики індивідуального мовлення харизматичних лідерів змінюються в залежності від цільової аудиторії, конкретної ситуації комунікації, а харизма є градуальним, багатопараметричним концептом, що залежить від контексту [41];

3) ефект харизми мовця створюється варіюванням не двох окремих просодичних характеристик, а залежить від цілого комплексу елементів (недостатньо просто говорити гучно, експресивно та швидко, а необхідно вміти управляти голосом і варіювати його в залежності від ситуації комунікації) [41];

4) на сприйняття мовця як харизматичної особистості здійснюють провідний вплив висота голосу та чіткість вимови, швидкість мовлення, чітка вимова та артикуляція, контекст мовлення, ситуації комунікації та гендерна приналежність учасників комунікації [41];

5) харизматичному сприйняттю мовця аудиторією сприяють його акустичні, психологічні і фонетичні особистісні характеристики, наголос та емоції мовлення, мова тіла, міміка, жести, поза тощо [41];

6) риторика харизматичного лідера є ситуативною і має варіювати в залежності від мети комунікації, її контексту та ситуації спілкування [29; 31];

7) більш харизматичними сприймаються оратори, які використовують більше запитань та голоси яких є голоснішими, вищими, швидшими, з більшою різницею у висоті [54];

8) харизматичний мовець використовує, зазвичай, такі комунікативні техніки, стратегії як: використання метафор, сторітеллінг, символізм тощо та вживає вербальні елементи комунікації поряд з невербальними [30], а також реалізує тактики моральних переконань, комунікативної впевненості, використання метафор, риторичних питань, варіювання голосу, вираження високих сподівань щодо себе і своїх послідовників [18];

9) для того щоб за однакових умов спілкування сприйматися однаково харизматичними з чолові-

ками, мовцям жінкам доводиться менше вагатися, більш швидко говорити та застосовувати вищий рівень акустичної енергії [34; 41];

10) сприйняттю мовця як харизматичної особистості сприяють такі елементи невербальної комунікації, як стиль одягу, вік, стать, гендерна приналежність та фізична привабливість мовця [41];

11) загальний акустичний профіль харизматичної комунікації, лексичні характеристики, темп мовлення, висота мовлення та паузи є універсальними параметрами, які відрізняють харизматичне мовлення у різних культурах [45].

Враховуючи згадувані вище накопичені знання про природу явища харизми, особистість харизматичного мовця та його комунікативну поведінку, для проведення подальших лінгвістичних розвідок харизматичного мовлення вважаємо за потрібне спиратися на засади когнітивної лінгвістики та такі методи, що відповідатимуть вимогам міждисциплінарного підходу до дослідження цього явища. На нашу думку, у сучасній вітчизняній лінгвістиці такі вимоги задовольняє нова енергетична теорія мови, розроблювана А. А. Калитою [5] та апробована авторкою та її колегами в низці відомих функційно пов'язаних фундаментальних праць, що містять необхідне системне знання щодо теоретичних положень самої теорії, логіки та методології проведення у її межах міждисциплінарних лінгво-енергетичних досліджень, методів, прийомів та методик обробки і форм презентації отриманих результатів, покликаних вичерпно транслювати комплексну якісно-кількісну картину саморозвитку будь-якого когнітивного явища взагалі та особливостей взаємодії вербальних і

невербальних засобів у харизматичній комунікації зокрема. Саме ця теорія стане для нас основою подальшого експериментального дослідження закономірностей взаємодії вербальних і невербальних засобів актуалізації смислу емоційних висловлювань харизматичних мовців з урахуванням ситуативно-прагматичних перемінних і побудови психо-енергограми розвитку потоку мислення мовців у процесі комунікації, що сприймається як харизматична, з урахуванням взаємодії всіх учасників комунікації та її елементів.

3. ВИСНОВКИ І ПОДАЛЬШІ ПЕРСПЕКТИВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Резюмуючи викладене, зазначимо, що результати проведеного таким чином оглядового аналізу, дають нам підстави стверджувати таке.

По-перше, на теперішній час у розпорядженні лінгвістів, психологів, соціологів і представників інших наук, які присвячують свою діяльність системному міждисциплінарному вивченню когнітивних процесів мислёмовлення та мислєдій людини, є достатньо методологічних знань для вирішення нагальних проблем лінгво-когнітивних розвідок у межах енергетичної теорії мови взагалі та комунікативної поведінки зокрема.

По-друге, ми бачимо практичну можливість, спираючись на енергетичну теорію мовлення, отримання множини альтернативних статистично надійних результатів майбутніх лінгво-когнітивних досліджень взаємодії вербальних і невербальних засобів у мовленні окремих харизматичних мовців, з урахуванням множини ситуативно-прагматичних факторів комунікації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Барташева, Г. І. (2004). *Взаємодія невербальних та вербальних компонентів ситуації комунікативного домінування в англomовному дискурсі* (Автореф. канд. філол. наук). Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків.
2. Гулієва, Д. О. (2015). Вербальне та невербальне втілення комунікативної стратегії докору (на матеріалі англomовного кінодискурсу). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, 2, 215-220. Відновлено з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2015_2_45
3. Дмитрук, О. В. (2006). *Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000 - 2005 рр.)* (Автореф. канд. філол. наук). Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ.
4. Іщенко, Т. В. (2014). Вербальні та невербальні засоби впливу в сучасних політичних текстах. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*, 29, 128-141. Відновлено з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl_2014_29_13
5. Калита, А. А. (2007). *Актуалізація емоційно-прагматичного потенціалу висловлення : монографія*. Тернопіль : Підручники і посібники.
6. Київська фонетична школа. Відновлено з: https://terraludens.com/our_works.html
7. Куліш, В. С. (2019). Вербальні та невербальні засоби переконання в політичному дискурсі: типологічний аспект. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*, 41(2), 144-147. Відновлено з: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2019_41\(2\)_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2019_41(2)_37)
8. Передон, Н. О. (2018). *Вербальні та невербальні засоби реалізації стратегій і тактик учасників комунікативної ситуації «примирення» (на матеріалі англійської мови)*. (Дис. канд. філол. наук). Херсонський державний університет Міністерства освіти і науки України, Херсон.
9. Петлюченко, Н. В. (2009). *Харизматика: мовна особистість і дискурс : монографія*. Одеса : Астропринт.
10. Петренко, І. (2013). Кореляція вербального та невербального планів вираження у сучасному англomовному медіадискурсі. *Наукові записки [Вінницького державного педагогічного . університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія : Філологія (мовознавство)*, 17, 230-235. Відновлено з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu_filol_2013_17_50

11. Солощук, Л. В. (2009). *Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англомовному дискурсі*. (Автореф. канд. філол. наук). Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ.
12. Сотников, А. В. (2014). Взаємодія вербальних та невербальних засобів комунікації у політичному дискурсі (на матеріалі британських політичних промов). *Лінгвістика XXI століття*, 162-170. Відновлено з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/linds_2014_2014_19
13. Теличко, В. (2013). Вербальні та невербальні засоби реалізації стратегії інформування на англомовних професійних інтернет-форумах. *Studia linguistica*, 7, 407-414. Відновлено з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Stling_2013_7_66
14. Abelin, Åsa C. (2017). Charisma – who has charisma and can I get it?. *Journal of Speech Sciences*, 6(2), 03–05. <https://doi.org/10.20396/joss.v6i2.14986>.
15. Aberbach, D. (2020). Charisma and Judaism. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma (1st ed.)*. (pp. 140-150). London: Routledge.
16. Adair-Toteff, C. (2020). Max Weber and the sociology of charisma. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma (1st ed.)*. (pp. 7-17). London: Routledge.
17. Antonakis, J., Bastardo, N., Jacquart, P., & Shamir, B. (2016). Charisma: An ill-defined and ill-measured gift. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3(1), 293–319. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062305>
18. Antonakis, J., Fenley, M.A., & Liechti, S. (2011). Can Charisma Be Taught? Tests of Two Interventions. *Academy of Management Learning and Education*, 10, 374-396.
19. Bono, J. E., & Judge, T. A. (2004). Personality and Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 89(5), 901-910.
20. Brockopp, J. E. (2020). Constructing Muslim charisma. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma (1st ed.)*. (pp. 163-174). London: Routledge.
21. Bryman, A. (1992). *Charisma and leadership in organizations*. London: Sage Publications.
22. Burgoon, J. K., & Dunbar, N. E. (2006). Nonverbal expressions of dominance and power in human relationships. In V. Manusov & M. Patterson (Eds.), *The SAGE handbook of nonverbal communication*: (pp. 279-297). SAGE Publications.
23. Campbell, A., & Rushton, J. P. (1978). Bodily communication and personality. *British Journal of Social & Clinical Psychology*, 17(1), 31-36. <http://dx.doi.org/10.1111/j.2044-8260.1978.tb00893.x>
24. Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1998). Charismatic leadership in organizations. SAGE Publications, Inc., <https://www.doi.org/10.4135/9781452204932>.
25. Crystal, D., & Quirk, R. (1964). *Systems of prosodic and paralinguistic features in English*. The Hague: Mouton.
26. Cullen, Ailbhe & Hines, Andrew & Harte, Naomi. (2014). *Building a Database of Political Speech: Does Culture Matter in Charisma Annotations?*. AVEC 2014 – Proceedings of the 4th International Workshop on Audio/Visual Emotion Challenge, Workshop of MM 2014, 27-31.
27. Etzioni, A. (1961). *A comparative analysis of complex organizations*. New York, NY: Free Press.
28. Gardner, W. L., & Avolio, B. J. (1998). The Charismatic Relationship: A Dramaturgical Perspective. *The Academy of Management Review*, 23(1), 32-58.
29. 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. <https://doi.org/10.1109/ISCSLP49672.2021.9362100>
30. Fragouli, E. (2018). The dark-side of charisma and charismatic leadership. *The Business and Management Review*, 9(4), 298-307.
31. 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.
32. Holladay, S. J., & Coombs, W. T. (1994). Speaking of Visions and Visions Being Spoken: An Exploration of the Effects of Content and Delivery on Perceptions of Leader Charisma. *Management Communication Quarterly*, 8(2), 165-189.
33. House, R. J., & Howell, J. M. (1992). Personality and charismatic leadership. *The Leadership Quarterly*, 3(2), 81-108.
34. Joosse, P., & Willey, R. (2020). Gender and charismatic power. *Theory and Society*, 49 (4), 533-561.
35. Klein, K.J., & House, R.J. (1995). On fire: Charismatic leadership and levels of analysis. *Leadership Quarterly*, 6, 183-198. [https://doi.org/10.1016/1048-9843\(95\)90034-9](https://doi.org/10.1016/1048-9843(95)90034-9).
36. Kelley, E. M. (2020). Charisma and shamanism. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma (1st ed.)*. (pp. 129-139). London: Routledge.
37. Lindholm, C. (2020). The anthropology of charisma. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma (1st ed.)*. (pp. 39-50). London: Routledge.
38. Lucia, A. (2020). Charisma in Hinduism. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma (1st ed.)*. (pp. 175-185). London: Routledge.
39. Lunbeck, E. (2020). Freud and charisma. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma (1st ed.)*. (pp. 28-38). London: Routledge.
40. Miyahara, K. (1983). Charisma: From Weber to Contemporary Sociology. *Sociological Inquiry*, 53(4), 368-388. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.1983.tb01229.x>
41. 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.

42. Parsons, T. (1949). *The structure of social action*. Illinois: Glencoe.
43. Pryce, P. (2020). Charisma in Christianity. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma* (1st ed.). (pp. 151-162). London: Routledge.
44. Roisman, J. (2020). Charismatic leaders in Ancient Greece. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma* (1st ed.). (pp. 53-64). London: Routledge.
45. Rosenberg, A., & Hirschberg, J. (2009). Charisma perception from text and speech. *Speech Communication*, 51(7), 640-655.
46. Sheaffer, T. (2008). Charismatic communication skill, media legitimacy, and electoral success. *Journal of Political Marketing*, 7(1), 1-24.
47. Shils, E. (1965). Charisma, order, and status. *American Sociological Review*, 30(2), 199-213.
48. Signorello, R., D'Errico, F., Poggi, I., Demolin, D., & Mairano, P. (2012). Charisma perception in political speech: a case study. *International Conference on Speech and Corpora (GSCP 2012)*, 2012, 343-348.
49. Smith, P. (2020). Émile Durkheim and charisma. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma* (1st ed.). (pp. 18-27). London: Routledge.
50. Towler, A.J. (2003). Effects of charismatic influence training on attitudes, behavior, and performance. *Personnel Psychology*, 56(2), 363-381.
51. Turner, S. (2003). Charisma Reconsidered. *Journal of Classical Sociology*, 3, 5-26.
52. Vergauwe, J. (2017). *Personality and leadership: trait-perspectives on charisma, curvilinear relationships, and measurement innovations*. (Published doctoral dissertation). Ghent University.
53. Weninger, F., Krajewski, J., Batliner, A., and Schuller, B. (2012). The Voice of Leadership: Models and Performances of Automatic Analysis in On-Line Speeches. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 3, 496-508
54. Yang, Z., Huynh, J., Tabata, R., Cestero, N., Aharoni, T., Hirschberg, J. (2020) *What Makes a Speaker Charismatic? Producing and Perceiving Charismatic Speech*. Proc. Speech Prosody 2020, 685-689

Стаття надійшла до редакції 10.11.2022

Стаття рекомендована до друку 26.12.2022

Mariia Boichenko – PhD Student at the Department of Theory, Practice and Translation of English of National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”; e-mail: boychenko515@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6100-4855>; SCHOLAR.GOOGLE: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=jJtYg1AAAAAJ&hl=uk>; RESEARCHGATE: https://www.researchgate.net/profile/Mariia-Boichenko-2?ev=hdr_xprf

THE STATE AND PERSPECTIVES OF THE RESEARCH INTO THE INTERPLAY OF VERBAL AND NON-VERBAL MEANS IN CHARISMATIC COMMUNICATION

The paper covers a theoretical analysis of the existing scientific research findings which can serve as the basis for further interdisciplinary investigation of the interplay of verbal and non-verbal means in charismatic communication. The author presents a short diachronic review of how the notion of charisma has evolved and been functioning in the scientific domain from ancient times to modern humanitarian studies, in particular psychological, sociological, managerial ones, etc. The review focuses on linguistic research into mass communication, communicative strategies and tactics which can be employed in different types of mass communication, as well as the interplay of verbal, non-verbal and paralingual means in charismatic communication, whose results serve as a basis for further investigation of charismatic communication within the framework of Alla Kalyta's speech energetic theory, as the theory allows us to consider a complex qualitative and quantitative picture of the self-development of any cognitive phenomenon in general and the specificity of the interplay of verbal and non-verbal means in charismatic communication in particular. The works reviewed in the paper provide the list of universal characteristics of charismatic communication which can be summarised as follows: the effect of a speaker's charisma is achieved not through separate elements of one's speech but with the complex interaction of charismatic prosody and speaker's voice, loudness, tempo of speech, word stress, body language, mimics, gestures, speaker's age, gender and physical attractiveness, etc. The author comes to the conclusion that the results of this retrospective analysis provide grounds for an interdisciplinary research of charismatic communication within the cognitive approach framework which accounts for all verbal, non-verbal and paralingual means (physiological, psychological, social, etc.) whose interplay allows the audience to perceive a speaker as a charismatic one.

Keywords: *charisma, charismatic speaker, communication, non-verbal means, verbal means.*

REFERENCES

- Abelin, Åsa C. (2017). Charisma – who has charisma and can I get it?. *Journal of Speech Sciences*, 6(2), 03-05. <https://doi.org/10.20396/joss.v6i2.14986>.
- Aberbach, D. (2020). Charisma and Judaism. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma* (1st ed.). (pp. 140-150). London: Routledge.

- Adair-Toteff, C. (2020). Max Weber and the sociology of charisma. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma (1st ed.)*. (pp. 7-17). London: Routledge.
- Antonakis, J., Bastardoz, N., Jacquart, P., & Shamir, B. (2016). Charisma: An ill-defined and ill-measured gift. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3(1), 293-319. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062305>
- Antonakis, J., Fenley, M.A., & Liechti, S. (2011). Can Charisma Be Taught? Tests of Two Interventions. *Academy of Management Learning and Education*, 10, 374-396.
- Bartasheva, G. I. (2004). *Vzayemodiya neverbalnykh ta verbalnykh komponentiv sytuatsii komunikatyvnoho dominuvannia v angломovnomu dyskursi (Avtoreferat kandydatskoi dysertatsii)* [Interaction of nonverbal and verbal components of the situation of communicative dominance in the English language discourse (Philology PhD thesis synopsis)] Kharkivskiy natsionalnyi universytet imeni V. N. Karazina, Kharkiv. (in Ukrainian)
- Bono, J. E., & Judge, T. A. (2004). Personality and Transformational and Transactional Leadership: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 89(5), 901-910.
- Brockopp, J. E. (2020). Constructing Muslim charisma. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma (1st ed.)*. (pp. 163-174). London: Routledge.
- Bryman, A. (1992). *Charisma and leadership in organizations*. London: Sage Publications.
- Burgoon, J. K., & Dunbar, N. E. (2006). Nonverbal expressions of dominance and power in human relationships. In V. Manusov & M. Patterson (Eds.), *The SAGE handbook of nonverbal communication*: (pp. 279-297). SAGE Publications.
- Campbell, A., & Rushton, J. P. (1978). Bodily communication and personality. *British Journal of Social & Clinical Psychology*, 17(1), 31-36. <http://dx.doi.org/10.1111/j.2044-8260.1978.tb00893.x>
- Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1998). *Charismatic leadership in organizations*. SAGE Publications, Inc., <https://www.doi.org/10.4135/9781452204932>.
- Crystal, D., & Quirk, R. (1964). *Systems of prosodic and paralinguistic features in English*. The Hague: Mouton.
- Cullen, Ailbhe & Hines, Andrew & Harte, Naomi. (2014). *Building a Database of Political Speech: Does Culture Matter in Charisma Annotations?*. AVEC 2014 – Proceedings of the 4th International Workshop on Audio/Visual Emotion Challenge, Workshop of MM 2014, 27-31.
- Dmytruk, O. V. (2006). *Manipulyatynni stratehii v suchasni angломovni komunikatsii (na materiali tekstiv drukovanykh ta Internet-vydan 2000 - 2005 rr.) (Avtoreferat kandydatskoi dysertatsii)* [Manipulative Strategies in Modern English Communication (on the material of printed and Internet editions of 2000-2005)]. Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka, Kyiv. (in Ukrainian)
- Etzioni, A. (1961). *A comparative analysis of complex organizations*. New York, NY: Free Press.
- Fragouli, E. (2018). The dark-side of charisma and charismatic leadership. *The Business and Management Review*, 9(4), 298-307.
- Gardner, W. L., & Avolio, B. J. (1998). The Charismatic Relationship: A Dramaturgical Perspective. *The Academy of Management Review*, 23(1), 32-58.
- Guliyeva, D. O. (2015). Verbalne ta neverbalne vtilennia komunikatyvnoyi strategii dokoru (na materiali angломovnoho kinodyskursu) [Verbal and non-verbal actualisation of the reproach communicative strategy (case study of English film discourse)]. *Visnyk Zhytomyr's'kogo derzhavnogo universytetu imeni Ivana Franka [Zhytomyr Ivan Franko State University Journal]*, 2, 215-220. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2015_2_45
- 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. <https://doi.org/10.1109/ISCSLP49672.2021.9362100>
- 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.
- Holladay, S. J., & Coombs, W. T. (1994). Speaking of Visions and Visions Being Spoken: An Exploration of the Effects of Content and Delivery on Perceptions of Leader Charisma. *Management Communication Quarterly*, 8(2), 165-189.
- House, R. J., & Howell, J. M. (1992). Personality and charismatic leadership. *The Leadership Quarterly*, 3(2), 81-108.
- Ishhenko, T. V. (2014). Verbalni ta neverbalni zasoby vplyvu v suchasnykh politychnykh tekstakh [Verbal non-verbal means of influence in modern political texts]. *Aktualni problemy ukraïns'koyi lingvistyky: teoriya i praktyka [Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice]*, 29, 128-141. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl_2014_29_13 (in Ukrainian)
- Joose, P., & Willey, R. (2020). Gender and charismatic power. *Theory and Society*, 49 (4), 533-561.
- Kalyta, A.A. (2007). *Aktualyzacija emocijno-pragmatychnogo potencialu* [Actualization of emotional-and-pragmatic potential]. Ternopil': Pidruchnyky i posibnyky Publish. (in Ukrainian). (in Ukrainian)
- Kelley, E. M. (2020). Charisma and shamanism. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma (1st ed.)*. (pp. 129-139). London: Routledge.
- Klein, K.J., & House, R.J. (1995). On fire: Charismatic leadership and levels of analysis. *Leadership Quarterly*, 6, 183-198. [https://doi.org/10.1016/1048-9843\(95\)90034-9](https://doi.org/10.1016/1048-9843(95)90034-9).
- Kulish, V. S. (2019). Verbalni ta neverbalni zasoby perekonannya v politychnomu dyskursi: typologichniy aspekt [Verbal and non-verbal means of persuasion in political discourse: typological aspect]. *Naukovyj visnyk Mizhnarodnogo humanitarnogo universytetu. Seriya: Filologiya [Scientific Journal of the International Humanitarian University. Series: Philology]*, 41(2), 144-147. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2019_41\(2\)_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2019_41(2)_37). (in Ukrainian)
- Kyiv School of Phonetics. Retrieved from: https://terraludens.com/our_works.html

- Lindholm, C. (2020). The anthropology of charisma. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma* (1st ed.). (pp. 39-50). London: Routledge.
- Lucia, A. (2020). Charisma in Hinduism. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma* (1st ed.). (pp. 175-185). London: Routledge.
- Lunbeck, E. (2020). Freud and charisma. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma* (1st ed.). (pp. 28-38). London: Routledge.
- Miyahara, K. (1983). Charisma: From Weber to Contemporary Sociology. *Sociological Inquiry*, 53(4), 368-388. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.1983.tb01229.x>
- Niebuhr, O., Brem, A., Novák-Tót, E., & Voše, 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.
- Parsons, T. (1949). *The structure of social action*. Illinois: Glencoe.
- Peredon, N. O. (2018). *Verbalni ta neverbalni zasoby realizaciyi strategij i taktyk uchasnykiv komunikatyvnoyi sytuaciji «prymyrennya» (na materialy anglijskoyi movy)* (Dys. kand. filol. nauk) [Verbal Realization of the Main Strategies and Tactics Used in the Communicative Situation of Reconciliation (case study of the English Language) (Philology PhD thesis)]. Xersonskiyi derzhavnyi universytet Ministerstva osvity i nauky Ukrainy, Kherson. (in Ukrainian)
- Petlyuchenko N. V. *Kharyzmatyka: movna osobystist i dyskurs: monohrafiya*. [Charisma: language personality and discourse: monograph]. Odessa: Astroprint. (in Ukrainian)
- Petrenko, I. (2013). Korelyaciya verbalnogo ta neverbalnogo planiv vyrazhennya u suchasnomu anglo-movnomu mediadyskursi [Correlation of verbal and non-verbal planes of expression in the modern English media discourse]. *Naukovi zapysky [Vinnytskogo derzhavnogo pedagogichnogo universytetu imeni Mykhajla Kocubynskogo]. Seriya : Filologiya (movoznavstvo)* [Scientific Journal [of the Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University] Series: Philology], 17, 230-235. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu_filol_2013_17_50. (in Ukrainian)
- Pryce, P. (2020). Charisma in Christianity. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma* (1st ed.). (pp. 151-162). London: Routledge.
- Roisman, J. (2020). Charismatic leaders in Ancient Greece. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma* (1st ed.). (pp. 53-64). London: Routledge.
- Rosenberg, A., & Hirschberg, J. (2009). Charisma perception from text and speech. *Speech Communication*, 51(7), 640-655.
- Sheafer, T. (2008). Charismatic communication skill, media legitimacy, and electoral success. *Journal of Political Marketing*, 7(1), 1-24.
- Shils, E. (1965). Charisma, order, and status. *American Sociological Review*, 30(2), 199-213.
- Signorello, R., D'Errico, F., Poggi, I., Demolin, D., & Mairano, P. (2012). Charisma perception in political speech: a case study. *International Conference on Speech and Corpora (GSCP 2012)*, 2012, 343-348.
- Smith, P. (2020). Émile Durkheim and charisma. In J.P. Zúquete (Ed.), *Routledge International Handbook of Charisma* (1st ed.). (pp. 18-27). London: Routledge.
- Soloshchuk, L. V. (2009). *Vzayemodiya verbalnykh i neverbalnykh komponentiv komunikaciyi u suchasnomu anglo-movnomu dyskursi (Avtoreferat kandydatskoi dysertatsii)*. [Interaction of Verbal and Non-Verbal Components of Communication in Modern English Discourse (Philology PhD thesis synopsis)]. Kyivskiyi natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka, Kyiv. (in Ukrainian)
- Sotnykov, A. V. (2014). Vzayemodiya verbalnykh ta neverbalnykh zasobiv komunikaciyi u politychnomu dyskursi (na materialy brytanskykh politychnykh promov) [Interplay of verbal and non-verbal communicative means in political discourse (case study of British political speeches)]. *Lingvistyka XXI stolittya [21st century Linguistics]*, 162-170. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/linds_2014_2014_19. (in Ukrainian)
- Telychko, V. (2013). Verbalni ta neverbalni zasoby realizaciyi strategiyi informuvannya na anglo-movnykh profesiynykh internet-forumakh [Verbal and non-verbal means of realization of information strategy aimed at communication optimization on the English-language professional online discussion forums]. *Studia linguistica*, 7, 407-414. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Stling_2013_7_66. (in Ukrainian)
- Towler, A.J. (2003). Effects of charismatic influence training on attitudes, behavior, and performance. *Personnel Psychology*, 56(2), 363-381.
- Turner, S. (2003). Charisma Reconsidered. *Journal of Classical Sociology*, 3, 5-26.
- Vergauwe, J. (2017). *Personality and leadership: trait-perspectives on charisma, curvilinear relationships, and measurement innovations*. (Published doctoral dissertation). Ghent University.
- Weninger, F., Krajewski, J., Batliner, A., and Schuller, B. (2012). The Voice of Leadership: Models and Performances of Automatic Analysis in On-Line Speeches. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 3, 496-508
- Yang, Z., Huynh, J., Tabata, R., Cestero, N., Aharoni, T., Hirschberg, J. (2020) *What Makes a Speaker Charismatic? Producing and Perceiving Charismatic Speech*. Proc. Speech Prosody 2020, 685-689

The article was received by the editors 10.11.2022

The article is recommended for printing 26.12.2022