

## МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ

**Бойченко М.К.**

*аспірантка,*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

### **ДО ПРОБЛЕМИ ВИДІЛЕННЯ ОЗНАК ХАРИЗМАТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Для дослідження вербальних і невербальних ознак комунікативної поведінки харизматичного лідера доцільним вбачається розглянути характеристики харизматичної комунікації, які традиційно розділяються на стратегії, тактики, методи, способи, прийоми, засоби.

Щодо ознак харизматичної комунікації, то аналіз досліджень цього явища дозволив нам з'ясувати, що різні дослідники їх виражають такими поняттями як «атрибут», «елемент», «засіб», «компонент», комунікації. Нам вбачається, що така термінологічна неузгодженість зумовлена тим, що явище харизми є об'єктом дослідження різних галузей гуманітарних наук (соціології, психології, лінгвістики тощо).

Наприклад, група авторів [1] виділяє такі елементи комунікації: 1) вербальні (вживання історій, метафор, порівнянь, риторичних запитань, трискладових списків, цілісність, вираження спільних емоцій і впевненості в комунікації, реалізація високих очікувань); 2) невербальні (міміка, жести та енергійний голос, паузи, шепотіння, підвищена гучність, посмішки, зоровий контакт).

Ще одна група авторів наголошує Holladay & Coombs (1993), що подача повідомлення харизматичного є важливішою за його зміст. Дослідники виділяють два компоненти харизматичної комунікації: 1) зміст повідомлення; 2) його презентація, подача (що включає підтримання зорового контакту, варіативність голосу, застосування міміки і жестів) [2, с. 376]. На нашу думку, подача повідомлення – це комплексний засіб реалізації комунікативного впливу, то зміст і засоби його передачі доречніше розглядати як дві його складові.

Науковці Klein&House [4] виділяють елементи харизматичної комунікації, що використовуються мовцями: вираження ідеологічних цілей, високих сподівань і впевненості у послідовниках, вираження візіонерської місії, підкреслення символічних та емоційних аспектів завдання/мети, апеляція до колективного і до колективної ідентичності і прийняття на себе особистісних ризиків і жертв [4, с. 184]. Нам вбачається, що ці ознаки є радше цільовими.

У праці (Shamir, House&Arthur, 1993) розглядається харизматична комунікація через виокремлення певних її атрибутів: візіонерські й надихаючі повідомлення, невербальна комунікація, підкреслення символічної поведінки лідера, звернення до ідеологічних цінностей, вираження впевненості у собі і послідовниках, інтелектуальна стимуляція послідовників, очікування лідером самопожертви послідовників [3]. Проте, нам вбачається, що інтелектуальну стимуляцію послідовників варто радше вважати прийомом, а всі інші атрибути відносяться до змісту повідомлення.

Ще в одній статті Howel&Frost (1989) автори виокремлюють саме атрибути комунікації як її одиниці, зокрема ходіння взад-вперед і сидіння, нахилання вперед, захоплюючий і привабливий тон голосу мовця, регулювання темпу мовлення, прямий зоровий контакт, жвавий вираз обличчя [3]. На нашу думку, зазначені вище атрибути стосуються невербальних аспектів харизматичної комунікації.

Третя група авторів (Frese, Beigel&Scnoeborn, 2003) описує харизматичну комунікацію саме через атрибути: варіативність швидкості і гучності мовлення, орієнтація на аудиторію, зоровий контакт, жести, повтори візії, пояснення важливості візії, апеляція до цінностей, використання займенника «ми», метафор, збільшення впевненості у власних силах групи, емоційна апеляція, позитивні твердження [3]. Вбачається, виділені авторами атрибути можуть умовно бути поділені на вербальні і невербальні засоби комунікації.

Автор наступної статті [6] також характеризує досліджувану комунікацію, виокремлюючи такі її атрибути: автобіографія, метафори, аналогії, підвищення впевненості у власних силах, візіонерські твердження, сторі-теллінг, твердження на основі суджень про цінності, підвищення очікувань. Зазначені можна класифікувати як вербальні засоби.

Автор праці Levine (2009) розглядає харизматичну комунікацію через її дещо інші атрибути: мовець може бути емпатичним по відношенню до інших, знає, коли треба слухати, а коли говорити, врівноважений, вмілий оратор, підтримує зорового контакту під час комунікації, заспокоює інших, повний ентузіазму, наполегливий, комфортно почувається під час публічного мовлення, розуміє, чого хочуть люди, часто посміхається, просить людей поділитися їхніми думками, просить інших розповсюджувати ідеї [3]. На наш погляд виділені автором атрибути-ознаки можна розділити на три великі групи елементів комунікації: вербальні засоби, невербальні засоби і характеристики харизматичного мовця.

Автор ще однієї праці [5, с. 3] фокусується на риторичному змісті виступів харизматичних мовців і виділяє такі їх елементи: уміння мовця надавати силу для змін, звертатися до історії, наголошувати на впевненості послідовників у власних силах, акцентувати на колективній ідентичності, виражати впевненість, підсилювати певні цінності, зазначати минулі успіхи, наголошувати на схожості з послідовниками. Всі запропоновані автором елементи радше варто розглядати як вербальні засоби комунікації.

Отже, після огляду наявних у лінгвістичних, соціологічних і психологічних дослідженнях термінів на позначення ознак харизматичної комунікації та їх класифікацій, переважна більшість авторів виділяють, зокрема, вербальні, невербальні засоби комунікації та характеристики харизматичного лідера-мовця. На наш погляд, поділ ознак харизматичної комунікації на зазначені три великі групи, є доцільним для використання при дослідженні механізму впливу харизматичного мовця на його аудиторію.

### **Список використаних джерел:**

1. Antonakis J., Fenley M., Liechti S. Learning charisma. Transform yourself into the person others want to follow. *Harvard Business Review*. 2012. Vol. 90(6). P. 127–30, 147.
2. De Vries R., Bakker-Pieper A., Oostenveld W. Leadership = Communication? The Relations of Leaders' Communication Styles with Leadership Styles, Knowledge Sharing and Leadership Outcomes. *Journal of business and psychology*. 2010. Vol. 25. P. 367–380.

3. Fabbi P. The effects of charismatic communication training on leader communication effectiveness. Doctoral dissertation/ Olivet Nazarene University, 2013. 162 p.

4. Klein K. J., House R. J. On fire: Charismatic leadership and levels of analysis. *The Leadership Quarterly*. 1995. Vol. 6(2). P. 183–198.

5. 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.

6. Towler A. J. Effects of charismatic influence training on attitudes, behavior, and performance. *Personnel Psychology*. 2003. Vol. 56(2). P. 363–381.