

УДК 811.112.2:81'271:316.46.058

*Н. В. Петлюченко***МОДЕЛЬ ХАРИЗМАТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ  
У НІМЕЦЬКОМУ ТА УКРАЇНСЬКОМУ  
ПУБЛІЧНОМУ ДИСКУРСІ**

В харизме надо родиться!  
*Віктор Черномирдін*

Лінгвістичні студіювання феномена харизми базуються на тому, що *публічна особистість* (політик, юрист, вчений, артист, спортсмен, священнослужитель та ін.) як носій мови виявляє себе й свою суб'єктність через спілкування — ту ділянку комунікативно-суспільної діяльності, що не можлива без мови й мовлення. Мовлення людини досить повно відбиває її внутрішній світ і таким чином стає джерелом знань про її особистість (Г. І. Богін, Ю. М. Караулов, О. С. Кубрякова, О. М. Шахнарович, О. Г. Задворна, В. В. Красних, С. О. Сухих). Тому фокусування лінгвістичних студій на публічній особистості як *Ното loquens* (людини-мовця) (J. Huizinga), яка досягає впливу та утримує його серед іншого за допомогою мовних засобів, — важливий крок на шляху вивчення мовленнєвої діяльності публічної фігури (В. І. Карасик, П. Г. Крючкова, М. В. Ляпон, С. І. Потапенко), її комплексного відображення у форматі дискурс-портретів (Л. П. Крисін, Р. К. Потапова, І. Ф. Ухванова-Шмигова, В. Д. Черняк). Залучення паравербальних та екстралінгвальних складників до кола лінгвістичних досліджень дискурсу публічної особистості як носія мови розширює поняття *мовної особистості* та вимагає введення поняття *комунікативної*, або *дискурсивної особистості* (В. І. Карасик, А. Г. Баранов, Л. В. Солощук), яка діє в континуальному дискурсивному просторі і використовує разом із мовним кодом інші семіотичні коди залежно від специфіки спілкування. Наявні дослідження дискурсивних практик публічних політичних лідерів, таких як Антоніо Салазар, Беніто Муссоліні, Франциско Франко (P. Danler), Адольф Гітлер (C. Schnauber, J. Kopperschmidt, D. Laak), Уго Чавес (A. Bolívar),

Герхард Шредер, Гельмут Коль (Т. В. Юдіна), визначених в історії та соціології як харизматичні, сьогодні не дають відповіді на питання про способи їхнього мовленнєвого впливу в контексті публічної харизми. До того ж ці дослідження не враховували специфіки саме усного модусу дискурсу, що дає змогу найповніше розкрити механізми вербального й паравербального впливу публічного харизматика-мовця.

Згідно з Ю. Н. Карауловим, у структурі мовної особистості виділяються три рівні: (1) вербально-семантичний рівень (або структурно-системний), (2) когнітивний рівень (або тезаурусний), (3) прагматичний рівень (мотиваційний) [2, с. 35–37]. Ця трирівнева модель дозволяє розглядати різноманітні якісні ознаки мовної особистості в межах трьох істотних характеристик — вербально-семантичної, або власне мовної, когнітивної (пізнавальної) і прагматичної. У структурі мовної особистості можна виділити ядерні й змінні складові [2, с. 37]. Так, певна домінанта, зумовлена *національно-культурними традиціями й пануючою в суспільстві ідеологією*, дає можливість виділення в загальномовній картині світу харизматика її ядерної, загальнозначущої, інваріантної частини. Остання може розцінюватися як аналог поняття базової особистості, під якою розуміється структура особистості, спільна для всіх членів суспільства, й така, що формується під впливом сімейного, виховного, соціального середовища.

Дослідження мотиваційно-прагматичного рівня мовної особистості публічного харизматика є основним для розуміння її специфічної структури. При цьому *інваріантом* тут необхідно вважати уявлення харизматика про зміст буття, мету життя людини й людства, тоді як *змінну частину* становлять його індивідуальні мотиви й мета. На вищому, мотиваційному рівні, за яким спостерігають й аналізують за допомогою лінгвістичних методик, виявляються не мета й мотиви, а *стійкі комунікативні потреби*, що породжуються ними і інформують про внутрішні настанови, мету й мотиви харизматичної особистості. Сстійкі комунікативні потреби харизматичної особистості, зокрема, харизматичного політика, полягають, насамперед, у вираженні переконаності у вірності здійснюваних ним дій, які очікуються й збігаються з уявленням народу.

Для встановлення зв'язку між рівнями в структурі мовної харизматичної особистості необхідна *екстралінгвістична інформація*, що постачається соціальною складовою мови й пов'язана з «історією» мовної соціалізації цієї особистості. Для переходу на мотиваційно-прагматичний рівень використовуємо інформацію про соціальне функціонування мовної особистості, про її соціальні ролі й референтні групи, тобто про «актуальну соціалізацію», що створює ситуативні домінанти й вносить «перекручування» у відносно стійку картину світу. Але оскільки харизматична особистість не тільки соціальна, але й індивідуальна, і насамперед індивідуальна, іншою інформаційною складовою повинна бути *емоційно-афективна*, що характеризує її інтенціональність у комуніка-

тивно-діяльній сфері. У цілому, виокремлюють два основних різновиди харизми: соціально детермінована *політична* харизма, яка ґрунтується на виняткових лідерських властивостях політика на зламах розвитку суспільства, а також *особистісна* харизма, що пов'язується із привабливістю людини й притаманна майже від народження (нім. *Ursprungsscharisma*) як публічно відомим особистостям (кінозіркам, футбольним кумирам та ін.), так і людині взагалі.

Позачасова й інваріантна частина в структурі мовної особистості пов'язується, насамперед, з *національним колоритом* [8]. Усе, що стосується національного характеру і національної специфіки, має тільки один часовий промір — історичний. Історичне в структурі мовної особистості збігається з її інваріантною частиною, тому можна поставити знак рівності між *історичним, інваріантним* й *національним* стосовно мовної особистості. Зміст поняття етносу й етнічної самосвідомості, які для харизматика є визначальними у його взаємодії з народом, опирається на ряд наступних ознак: спільність походження, спільність історичних доль, спільність культурних цінностей і традицій, спільність мови, емоційних і символічних зв'язків, спільність території. Тому особистість харизматичного політика завжди глибоко національна і її універсальність може визначатися тільки рамками її *національної універсальності* [9, с. 463].

Глибинна аналогія між мовною особистістю й національним характером полягає в тому, що носієм національного й у тому, і в іншому випадку виступає відносно стійка в часі, тобто *інваріантна* в масштабі самої особистості, *частина в її структурі*, що є продуктом тривалого історичного розвитку й об'єктом передачі досвіду між поколіннями. Національне пронизує всі рівні організації мовної особистості, на кожному з них набуваючи своєрідної форми втілення, і застиглий, статичний, і інваріантний характер національного в структурі мовної особистості відбивається в самій мові на динамічній, історичній складовій [3, с. 189—190]. Це положення є відправним при зіставленні харизматичних мовних особистостей у німецькій та українській мовах. Поряд із системно-структурними даними й соціальними (соціолінгвістичними) характеристиками мовної спільноти, до якої належить харизматична мовна особистість, що нами розглядається, особливе значення мають відомості психологічного плану, зумовлені приналежністю досліджуваної особистості до вужчої референтної групи або окремого мовного колективу (наприклад, члени однієї партії, прихильники одного публічного руху) і такі, що визначають ті ціннісно-настановчі критерії, які й створюють унікальний, неповторний естетичний і емоційно-риторичний колорит її дискурсу, дискурсу харизматичної особистості.

Мовна особистість, пише Ю. Н. Караулов, це такий об'єкт, що може бути досліджений тільки на моделях [2, с. 236—237]. При спробі прямого вивчення реальних осіб, конкретних індивідуальностей як мовних особистостей, до яких відносяться, наприклад, харизматичні публічні особис-

тості, ми можемо зіштовхнутися із двома видами ситуацій: або ми маємо вичерпну протокольну фіксацію створених цією особистістю текстів, або, спостерігаючи за поведінкою конкретної людини, ми можемо мати у своєму розпорядженні досить повну картину її дій, її поведінки, її вчинків протягом певного часу. Поєднати ці два контексти при спостереженні за реальними об'єктами неможливо, а кожний з них окремо виявляється необхідним, але недостатнім для узагальнення й типізації, для відтворення структури й закономірностей функціонування мовної особистості [11].

Для розуміння процесу харизматизації публічного лідера було розроблено *модель харизматичної комунікації*, основу якої, за Максом Вебером, становить приписування (нім. *Zuschreibung*) лідеру народом харизматичних ознак. Основними етапами перетворення публічного лідера на харизматизованого є: (1) відправлення публічним лідером послання народу, (2) здійснення впливу через аргументи та заклики, (3) усвідомлення народом аргументами і закликами послання, (4) збіг відправленого змісту з очікуванням, (5) піднесення народу, (6) здійснення спільних дій на основі довіри, (7) виникнення харизматичного екстазу, (8) приписування лідеру харизматичних ознак [4, с. 93–94].

Послання (нім. *Botschaft*) становить собою триєдність особистості публічного лідера, його дій і пропаганди і повинно максимально відповідати очікуванням уявленням народу про цього політика, коли народ, у свою чергу, готовий сприйняти це послання лідера й здійснити ряд сумісних з його/її закликами дій. Вербальна реалізація послання здійснюється через аргументи й заклики, якими аудиторія опановує й наповнює їх своїм змістом. Якщо зміст послання, направлено «згори», збігається зі сприйнятим значенням «знизу» й обидва вони сплавляються в єдине ціле, тоді можна говорити про успішну харизматичну комунікацію, результатом якої є виникнення *стану довіри*. Стосунки на основі довіри дають змогу кожному індивідові з натовпу уявити собі, що він/вона перебуває в особистому контакті з лідером, яким захоплюється, якому довіряє, а отже, *вірить* у нього. Під вірою в цьому контексті розуміємо прийняття будь-яких суджень за істинні, що завжди пов'язано з певною формою довіри [14, с. 71]. Завдяки застосуванню піар-технологій та активному використанню політиками медійних ресурсів, відсоток збігу змісту послання лідера з «очікуваннями» народу буде завжди досить високим, що слугує як засіб штучного створення харизматичного іміджу політика [5] і свідчить про можливість імітації харизми (нім. *inszeniertes Charisma*) [15]. Джерелами піднесеного стану публічного лідера слугують його/її жагуча переконаність у правильності вчинених дій, віра у високі ідеї, усвідомлення себе здатним на здійснення змін у масштабах країни або світу, а також історичність, епохальність публічної ситуації, у якій бере участь сам лідер. Зазначений мотиваційний блок налаштовує його й аудиторію на спільну емоційну хвилю, унаслідок чого виникає різкий сплеск емоцій у всіх учасників комуні-

кації, тобто *харизматичний екстаз*, своєрідний *unio mystica* (містичне поєднання з Богом). У цей момент між лідером і аудиторією зникають суб'єктно-об'єктні відносини, лідер не відокремлює себе від неї, а вона асоціює себе з образом лідера й приписує йому всі властивості, якими той, за його уявленнями, наділений або які він/вона повинен мати. Надалі публічний лідер сприймається як харизматичний, і всі його/її наступні послання (звертання) до народу будуть сприйматися також як харизматичні (рис. 1).

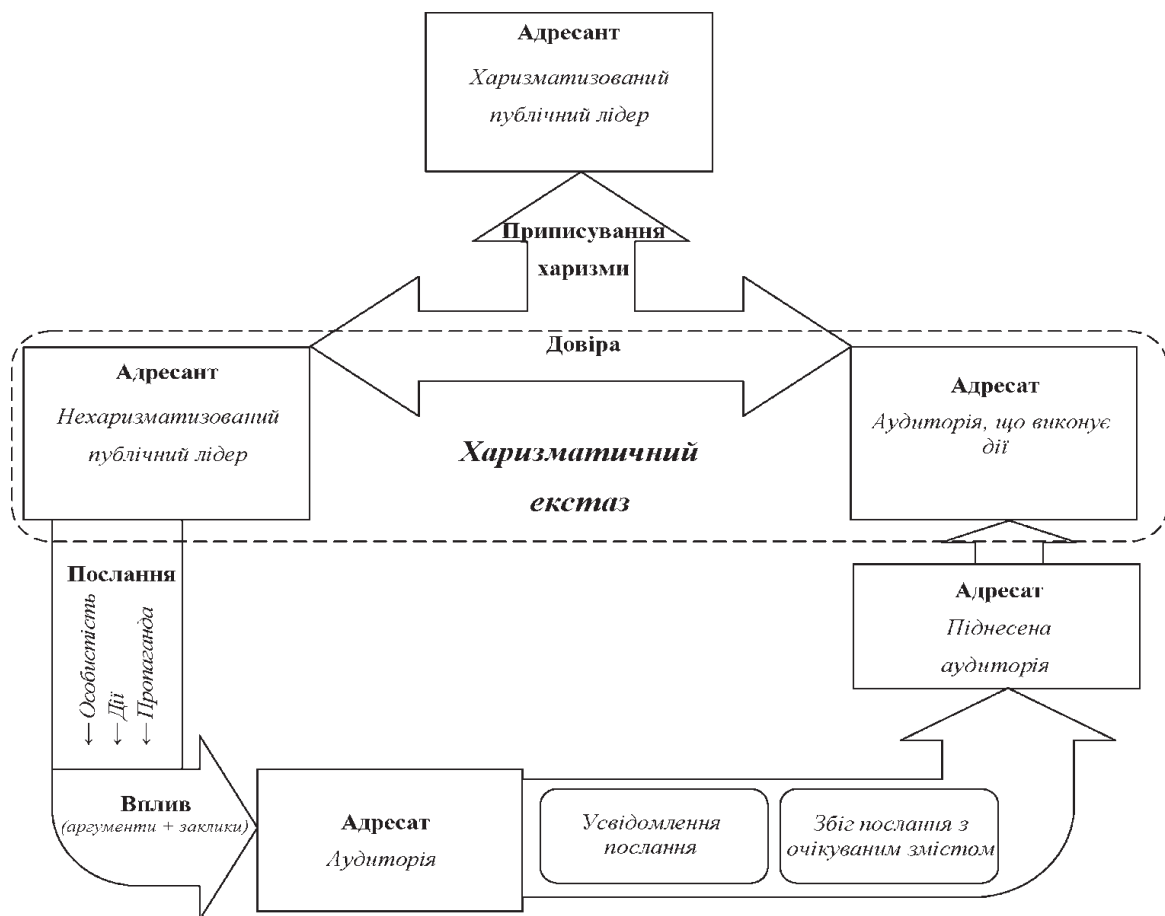


Рис. 1. Модель харизматичної комунікації

Ступінь стану харизматичного піднесення багато в чому залежить від екстраординарних зовнішніх умов (криза, революція), а також таких особистісних якостей лідера, як мотивація, цільові настанови, характер, тип особистості, індивідуальний стиль прийняття рішень, ораторський дар захоплювати своїми виступами великі скупчення людей та ін. Частотність, повторюваність таких ситуацій, коли публічний лідер все частіше й частіше занурюється в стан піднесення в момент комунікації зі

своїми прихильниками, зумовлює метонімічне перенесення моментного емоційного стану на постійну властивість людини.

Кажучи про емоційну енергетику харизматичного публічного лідера й про її зіставлення у двох культурах, Німеччини й України, необхідно враховувати відмінність у розумінні такого терміна, як *енергія*, що, на думку П. Н. Донця, може бути зарахована до найважливіших культурно-фізичних першо- або глибинних елементів культури різних народів [1, с. 316–318]. Питання про те, наскільки різним може бути енергетичний потенціал у різних народів, є досить спірним. Німцям, зокрема, приписуються досить високі енергетичні показники «для збереження прагнення й занепокоєння» [17, с. 73]. У Л. Фробеніуса знаходимо характеристики відмінностей західної й східної енергетичних специфік, сформульовані ним у межах концепції виховання, «пайдеуми»: «Західна пайдеума характеризується «організованим фурором», постійною силою свого впливу, східна — різкою зміною терплячого спокою й дикого екстазу, тобто нічим не обмеженого буйства. Його сила при цьому незрівнянно більша, ніж у першому випадку» [13, с. 112].

Таку властивість російського менталітету як повільне розгойдування з наступним бурхливим фіналом можна визнати архетипною, тому що його можна зустріти протягом тривалого часу, наприклад, у багатьох народних піснях, які часто починаються повільно й неспішно, однак потім раптово переходять до бурхливої, стрімкої фази (наприклад, знаменита «Калинка»). Німецька ритміка також у багатьох моментах відрізняється від російської та української, що виявляється зокрема в характері трудової діяльності німців: «Рене Шеваль якось помітив, що знаменита німецька «машина» рухається в досить повільному ритмі, але без зупинок і нервозності. Брак жвавості при цьому корегується за рахунок більшої регулярності. Оскільки німець не дозволяє собі відволікатися і витримує робочий план, він ніколи не запізнюється. Проблеми не накривають його з головою, а якщо виникають, то вирішуються крок за кроком» [16, с. 15].

Аналізуючи специфіку харизматичного піднесення німецьких і українських публічних лідерів, необхідно також враховувати відмінність у темпераментах і специфіках *холодності/теплоти* міжлюдських взаємин у двох культурах. Так, Н. А. Бердяєв, використовує для опису православної церкви епітет «теплий», а в українській мові епітет «теплий» пронизує всю поезію Тараса Шевченка, Івана Франка, Миколи Зерова, Миколи Вороного при описуванні українських ночей, вітрів, взаємин, дахів, будинків та ін. Трактування національного характеру й темпераменту українців робиться у межах їхньої «кордоцентричності», яка пов'язується із такими емоційністю, сентиментальністю, ліризмом, мрійливістю ментальності українців [10, с. 43]. Я. К. Радевич-Винницький у своїх працях наводить враження іноземців від мови українських козаків, яка вважалась ніжною, вишуканою, сповненою зменшувальних форм та незвичайно витончених зворотів [6, с. 216]. Навпаки, західні культури

часто сприймаються носіями інших культур як «холодні», «мертві», «такі, що відштовхують», напр., порівн. враження одного з поляків, що мешкає у ФРН: «Щоразу, повертаючись до Німеччини, я відчуваю, начебто опинився в холодильній камері, у якій з мене вивірюється польська безтурботність» [1, с. 319].

Цікаво, що для німецького менталітету характерне сприйняття видатних лідерів своєї країни насамперед у контексті конкретної історичної ситуації й тієї ролі, яку вони в ній відіграли. Цим визначаються такі міфологічні характеристики німецьких публічних харизматів, як «втілення нації», «рівний Німеччині» (Г. Гагерн), «залізний Канцлер», «будівник рейху» (О. Бісмарк), «заспокійливий фактор для Німеччини в післявоєнні роки», «пам'ятник свого часу» (К. Аденауер), «канцлер-об'єднувач» (Г. Коль). Для українського менталітету, у свою чергу, характерна схильність до перетворення людини в легенду, національного героя, символу національної української ідеї, що відбивають відповідні міфологічні характеристики українських харизматичних публічних лідерів: «видатний син», «великий учений», «патріот» (М. Грушевський), «легендарна особистість», «революціонер-бунтар» (Н. Махно), «відважний борець за незалежну республіку» (Симон Петлюра), «природжений вождь», «символ української національної ідеї» (В. Чорновіл) [4, с. 167].

У процесі успішної комунікації харизматичного лідера зі своїми прихильниками вирішальним фактором є підтримка високого рівня харизматичного екстатичного стану між адресантом і адресатом (адресатами) цього ланцюжка, що, у першу чергу, визначається наступними характеристиками *адресанта — харизматичного лідера*: (1) мотивація дій, (2) цілеустановка, (3) емоційний стан, (4) фенотип, (5) зовнішня умова (криза). У розумінні структури особистості харизматичного політика вирішальним є вивчення його мотиваційного блоку, оскільки *мотивація, комунікативні потреби* харизматичної особистості є визначальними при виборі харизматичним лідером певних мовленнєвих стратегій і тактик [12, с. 28–29].

Кваліфікація мовної особистості харизматика відповідно до виконуваної нею в тій або іншій ситуації ролі (функції) може служити підставою для характеристики її мовної поведінки, але така кваліфікація не може бути вирішальною для виявлення власне *комунікативних потреб*. При уточненні кількість комунікативних потреб або починає примножуватися (наприклад, потреба в аргументації, потреба в оперуванні текстами духовної культури, потреба у використанні підмов та ін.), або навпаки, слідуючи лінією їх типізації й укрупнення, дослідники співвідносять комунікативні потреби з функціями мови, і тоді говорять про фатичну, номінативну, пізнавальну, емотивну, апелятивну, волюнтативну та інші потреби. Цей ряд незакінчений і логічно непослідовний, оскільки, наприклад, номінативна функція (потреба) не існує сама по собі, а входить як складова частина в усі інші; емотивна й волюнтативна потреби є різновидом апелятивної функції, що впливає.

В основі комунікативних потреб харизматика може лежати «взаємна потреба», причиною якої є наступна спільна умова: недостатність особистості в будь-якому відношенні є ніби імпульсом, що спонукає шукати її доповнення в іншій особистості. В умовах публічної комунікації швидше потрібно говорити не про суто комунікативні потреби, а про потреби *комунікативно-діяльнісні*, оскільки публічна комунікація пов'язана з досягненням певної мети (одержання влади) і ґрунтується на певному типі, насамперед, соціальних взаємин. *Афірмація* й *негація* адресата є для харизматичного лідера визначальними в його комунікативних потребах. Харизматичний лідер точно знає, до якого табору відноситься колективний адресат, яку роль він відіграє в комунікації, тому він абсолютно правильно вибирає положення, за («афірмація») і проти («негація») яких виступає адресат.

Як відзначено вище, для дослідження мовної особистості харизматичного політика у першу чергу релевантним є прагматичний рівень, оскільки на цьому рівні мовна особистість пов'язана з навколишнім світом і потребує його. Ця об'єктивна необхідність, відбиваючись у психіці, випробовується нею як потреба. Над потребами перебувають інтереси, а над останніми домінують ідеали. Як особливий момент виділяється настанова особистості. Настанова, або *цілеустановка* — це обрана особистістю позиція, що полягає в певному відношенні до поставленої мети та завдань і виражається у виборчій мобілізованості й готовності до діяльності [7, с. 520]. Будь-яка настанова особистості виникає при входженні суб'єкта в ситуацію й прийнятті ним поставлених у цій ситуації завдань. Відповідно, настанова, як один з компонентів спрямованості особистості, а в нашому випадку — мовної особистості, залежить від того, що суб'єктивно важливо для індивіда. *Спрямованість особистості* тлумачиться як сукупність стійких, незалежних від сформованої ситуації мотивів, що орієнтують поведінку й діяльність особистості [7, с. 520]. Спрямованість особистості характеризується її інтересами, схильностями, переконаннями, ідеалами, у яких виражається світогляд людини. Настанова складається й постійно перебудовується в процесі діяльності особистості. Таким чином, настанова особистості, що включає в себе цілий спектр компонентів, починаючи від елементарних потреб і потягів, закінчуючи світоглядними поглядами, є явищем динамічним [7, с. 521].

Необхідно підкрислити, що саме тип сприйняття образу публічного лідера є вирішальним у розумінні феномену публічної харизми. Сприйняття політика як харизматичного може відбуватися в пасивному режимі, опором навіюванню й за активної участі з боку адресата. При *пасивному сприйнятті* навіювання адресата очікують, що рівень побоювань, глибина проблеми, що порушується, і інтенсивність мовного навіювання будуть відповідати нормі. У ситуації з *активним сприйняттям* навіювання реципієнт ніби допомагає переконати себе, особливо якщо він сподівається, що все відбувається в його інтересах. Коли адресат *активно пручається навіюванню*, то тут повинні враховувати-



ся кілька можливих ситуацій. Якщо має місце попереднє оброблення, «вагомість» основної атаки обернено пропорційна ефективності висловлень, що готуються. Якщо ж мовні властивості атакуючих висловлень порушують очікування, вироблені в результаті «спростовувальної підготовки», опір зменшується.

Стосовно мовної особистості харизматичного публічного лідера у двох лінгвокультурах, ми можемо підсумувати, що для сприйняття образу харизматичного лідера характерний саме другий тип режиму сприйняття — активне сприйняття навіювання. У процесі харизматичної комунікації адресат «допомагає» переконати себе, оскільки він і його лідер перебувають на одній емоційній хвилі. Збіг інтересів досягає максимального ступеня саме тому, що слухач обов'язково налаштовується на емоційний стан промовця (публічного лідера). У ході впливу спостерігається пряме співвідношення між інтенсивністю використаних лідером мовних засобів у впливі, що активно здійснюється, і подоланням спротиву, що є результатом підтримуючої, спростувальної або змішаної передпідготовки. Цілісність образу харизматичного лідера буде підсилюватися спільністю мотивів, цілеспрямованості, емоційного стану, фенотипних переваг і спільністю дій у період кризи.

Також при лінгвокультурологічній інтерпретації феномена харизми необхідно виходити із того, що в образі харизматичної публічної особистості відбивається колективна свідомість суспільства, і конкретна публічна ситуація змушує народ шукати свого публічного ідола. У кожній революційній фазі німецької й української історії артикулюється насамперед бажання народу знайти такого лідера, який би стовідсотково відповідав публічним очікуванням і культурним стереотипам різним із протиборчих сторін і втілював у собі певні уподобання, які кожний народ притуляє до своїх публічних лідерів, називаючи його (народу) уподобання його (лідера) харизмою.

### Л і т е р а т у р а

1. Донец П. Н. Основы общей теории межкультурной коммуникации: научный статус, понятийный аппарат, языковой и неязыковой аспекты, вопросы этики и дидактики : монография / П. Н. Донец. — Х. : Штрих, 2001. — 386 с.
2. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. — М. : Наука, 1987. — 264 с.
3. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики / А. А. Леонтьев. — М. : Смысл, 1999. — 287 с.
4. Петлюченко Н. В. Харизматика : мовна особистість і дискурс : монографія / Н. В. Петлюченко. — О. : Астропринт, 2009. — 464 с.
5. Почепцов Г. Г. Имиджология / Г. Г. Почепцов. — М. ; К. : Рефл-бук-Ваклер, 2004. — 574 с.
6. Радевич-Винницький Я. К. Україна: від мови до нації / Я. К. Радевич-Винницький. — Дрогобич : Вид. фірма «Відродження», 1997. — 360 с.
7. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. — СПб. : Питер, 2001. — 702 с.

8. Седых А. П. Языковая личность и этнос (национально-культурные особенности коммуникативного поведения русских и французов) / *А. П. Седых*. — М.: Компания Спутник+, 2004. — 269 с.
9. Сорокин П. А. Основные черты русской нации в двадцатом столетии / *П. А. Сорокин* // О России и русской философской культуре. Философы русского зарубежья. — М.: Наука, 1990. — С. 463–489.
10. Тараненко О. О. Про демінутив як вияв національної ментальності (деякі міжмовні паралелі) / *О. О. Тараненко* // Проблеми зіставної семантики: зб. наук. ст. / відп. ред. О. О. Тараненко. — К.: Вид. центр КНЛУ, 2009. — Вип. 9. — С. 43–52.
11. Шахнарович А. М. Языковая личность и языковая способность / *А. М. Шахнарович* // Язык — система. Язык — текст. Язык — способность. — М.: Изд-во РАН, 1995. — С. 260–276.
12. Янко Т. Е. О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии (на материале русского языка) / *Т. Е. Янко* // Вопросы языкознания. — 1999. — № 4. — С. 28–55.
13. Frobenius L. Paideuma. Umriss einer Kultur- und Seelenlehre / *L. Frobenius*. — Dusseldorf: Diederichs, 1953. — 113 S.
14. Klaus G. Sprache der Politik / *Georg Klaus*. — Berlin: Dt. Verl. der Wissenschaft, 1971. — 294 S.
15. Lenze M. Postmodernes Charisma: Marken und Stars statt Religion und Vernunft / *Malte Lenze*. — 1. Aufl. — Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl., 2002. — X, 217 S.
16. Nippel W. Virtuosen der Macht: Herrschaft und Charisma von Perikles bis Mao / *Wilfried Nippel*. — München: Beck, 2000. — 319 S.
17. Nuss B. Das Faustsyndrom: ein Essay über die Mentalität der Deutschen / *B. Nuss*. — Bonn; Berlin: Bouvier, 1992. — 213 S.

#### А н о т а ц і я

**Петлюченко Н. В. Модель харизматичної комунікації у німецькому та українському публічному дискурсі.** — Стаття.

Статтю присвячено вивченню специфіки мовної комунікації харизматичного лідера у німецькому та українському публічних дискурсах.

*Ключові слова:* мовна особистість, харизма, харизматичний лідер, комунікація, піднесення, приписування.

#### А н н о т а ц и я

**Петлюченко Н. В. Модель харизматической коммуникации в немецком и украинском публичных дискурсах.** — Статья.

В статье рассматривается специфика языковой коммуникации харизматического лидера в немецком и украинском публичных дискурсах.

*Ключевые слова:* языковая личность, харизма, харизматический лидер, коммуникация, воодушевление, приписывание.

#### S u m m a r y

**Petlyuchenko N. V. Charismatic Communication Model in German and Ukrainian Public Discourse.** — Article.

The article deals with the specifics of language communication of a charismatic leader in German and Ukrainian public discourse.

*Keywords:* linguistic personality, charisma, charismatic leader, communication, inspiration, attribution.