

**Анастасія ІЛЬЧУК,**  
здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти  
**Наталія САВЕЛЮК,**  
доктор психологічних наук, професор кафедри психології  
*Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка (м. Тернопіль)*

## **ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО МОЛОДІЖНОГО ЛІДЕРА**

Сучасне суспільство перебуває у стані динамічних змін, що зумовлені стрімким розвитком інформаційних технологій, процесами глобалізації та зростаючим впливом молоді на різні сфери суспільного життя. У цьому контексті молодіжні лідери набувають дедалі більшої впливовості, стаючи рушійною силою у формуванні громадської думки, прийнятті стратегічних рішень та впровадженні соціальних змін.

Важливим аспектом у дослідженні молодіжних лідерів є аналіз особливостей їхньої мовленнєвої поведінки, оскільки саме через мовлення вони здійснюють свій вплив, взаємодіють із аудиторією та розповсюджують інформацію. Вивчення психолінгвістичного портрету молодіжного лідера дозволяє виявити характерні риси їхнього спілкування, мотивацію, а також вплив психологічних та соціокультурних чинників на формування їхньої діяльності.

*Мета дослідження* – виявлення та аналіз специфіки мовлення сучасних молодіжних лідерів, а також особливостей відображення в мовленні їх особистісних особливостей.

У «Сучасному тлумачному психологічному словнику» подається визначення лідера як члена групи, за яким всі інші члени групи визнають право приймати відповідальні рішення у значущих ситуаціях – рішення, які торкаються їхніх інтересів і визначають напрямок та характер діяльності всієї групи. Інакше кажучи, це найбільш авторитетна особистість, котра реально відіграє центральну роль в організації спільної діяльності та регулюванні взаємин у групі [2; с. 230]. Отже, лідер – це не просто член групи, а особа, котра займає в ній центральне місце завдяки своїм особливим якостям та ролі. Його авторитет ґрунтується на визнанні з боку

інших членів групи права приймати важливі рішення, що можуть впливати на всіх.

Цей авторитет є результатом впливу цілого комплексу особистісних факторів. До прикладу, В. Татенко виокремлює наступні ознаки лідера: це ті люди, котрі знають, чого хочуть і куди йдуть; кожна виконана справа слугує їм за трамплін, аби зробити наступний, більш серйозний стрибок; їхні цілі мають авторський, творчий характер, а бажання відрізняються силою, що постійно зростає; їм властиво доводити розпочату справу до кінця; честолюбні, користуються власними критеріями при оцінці своїх досягнень і невдач, їм притаманна адекватна самооцінка; активні, ініціативні, наполегливі, відзначаються розвинутою волею, сміливістю, упевненістю в собі, не бояться ризикувати; мають різноманітні обдарування [3, с. 17–18].

Оскільки діяльність лідера тісно пов'язана з роботою у команді, то важливим атрибутом є також налагодження комунікації з її учасниками. Лідери здатні донести свої ідеї до різної аудиторії, майстерно адаптуючи стиль спілкування, щоб знайти підхід до кожної людини та встановити взаєморозуміння з кожним окремим співрозмовником, що сприятиме подальшому якісному результату.

Мовлення як одна з найвищих психічних функцій людини завжди привертало увагу дослідників. Його багатогранність і складність зумовили необхідність глибокого вивчення психологічних механізмів, які лежать в основі мовної діяльності. Ці особливості активно досліджуються в сучасній психолінгвістиці. Мовна діяльність виступає головним та універсальним інструментом спілкування між людьми в суспільстві, а також основним засобом комунікації.

Власне лідер надає словам та значенням сенси, які поділятиме і наслідуватиме його команда. Бо саме мова його «інструмент». Рівень володіння засобами комунікації створює певний портрет чи образ особистості. Імідж являє собою своєрідну програму соціальної поведінки людини, зафіксовану в образах, символах і нормах. Образ керівника та/або лідера як прикладу для наслідування для підлеглих формується поступово, включаючи як внутрішні, так і зовнішні характеристики особистості.

Риторичні навички сприяють створенню «м'якої сили» (англ. «soft power») – здатності залучати та переконувати. Характерним для мовлення лідерів є тлумачення глибоких і складних процесів простими словами, що

вибудовує зрозумілий зв'язок і комунікацію. Однак красномовство та риторика не є єдиними способами, за допомогою яких лідери передають свої ідеї та залучають учасників групи.

Важливу роль також відіграють невербальні сигнали, що є ключовим елементом людської комунікації. Символи та приклади можуть бути надзвичайно дієвими. Лідери використовують емоційну лексику, яка транслює настрої, збігається з очікуванням команди та мотивує всіх до дій. Наприклад, два типи тверджень, які може пропонувати лідер своїй команді: «Ми не можемо лише сидіти й чекати, коли шторм закінчиться і все самотійно вирішиться. Нам необхідно навчитися діяти навіть у складних умовах»; «Ми відкладаємо всі свої надії в один кошик і потім дивуємося, чому нічого не відбувається». Ці слова мають протилежні впливи на команду. Перші – впливають на слухача як мотивація до вирішення питань навіть у складних умовах, стимулюють виникнення віри в те, що це посилено, а другі – виражають засудження до почуттів і дій. Таким чином можна простежити, як тип лексики та стиль мовлення можуть творити атмосферу в робочому колективі.

Для дослідження психолінгвістичного портрету лідера використовують різні типи методів і методик, залежно від типу тексту. До прикладу, було розроблено психографологічний аналіз, що має на меті виявити особливості поведінки особи, визначити залежність її мовлення від внутрішнього стану.

Метод психолінгвістичного дослідження спрямований на дослідження вербальних характеристик текстів. Під час застосування представленого методу до уваги береться: показник обсягу тексту, кількість речень, їх середній розмір, коефіцієнт лексичної різноманітності, коефіцієнт агресивності (дієслівності), коефіцієнт логічної зв'язності, коефіцієнт емболії [1; с. 59]. Вільний асоціативний експеримент виявляє образи свідомості носіїв мови. Однією з переваг контент-аналізу як методу є його здатність виявляти та об'єктивувати певні приховані тенденції в інформації, а також точно фіксувати зовнішньо непомітні показники в масивах емпіричних даних. Завдяки цьому контент-аналіз дає змогу об'єктивно виявляти елементи тексту, які виникають несвідомо, тобто допомагає дізнатися більше, ніж автор свідомо намагався передати словами. Наприклад, повторювані теми або характерні формальні елементи та

конструкції в тексті можуть залишатися непоміченими автором, але їх виявляє та інтерпретує дослідник.

Усі ці методи й методики дають змогу визначити лідерські якості, які виявляються, зокрема, у комунікативних навичках людини. Аналізуючи результати наших власних пілотажних досліджень, можемо зробити висновок, що психолінгвістичний портрет лідера має наступні характеристики:

- коефіцієнт словникового різноманіття досить високий;
- часто використовується лексика, що виражає подяку чи підтримку;
- низький коефіцієнт агресивності;
- логічно структуровані повідомлення, зв'язність;
- лексика та невербальні сигнали, що вказують на статус мовця;
- використання доцільних методів впливу на аудиторію.

Контент-аналіз текстів, до прикладу на тему «Моє майбутнє», вказує на теми, які зазвичай піднімаються молодіжними лідерами (соціальні зміни, права людини, освіта, екологія тощо), на загальний емоційний тон, у якому переважають позитивний, надихаючий та проблемно-орієнтований підходи.

Результати асоціативного експерименту, в рамках якого респонденти реагували на стимули, що стосувалися теми патріотизму, окреслили, насамперед, поняття, що вказують на позитивне емоційне забарвлення відповідних реакцій та передають ширше соціокультурне ставлення до зазначеного поняття.

Результати проведених методик для лідерів назагал відрізняються від результатів «не лідерів». Виходячи з того факту, що людська свідомість так чи інакше відображається в мові, можна стверджувати, що спостереження за мовленням лідера є аналізом відображення його когнітивної діяльності й може відтворити більш загальну психологічну організацію явища лідерства.

Проведене дослідження дало змогу виявити низку характерних особливостей мовлення лідерів, які відрізняють їх від «не лідерів». Отримані результати засвідчують, що мова є не лише засобом спілкування, а й потужним інструментом впливу, який лідери успішно використовують для досягнення своїх цілей. Лідерське мовлення відзначається більшою лексичною різноманітністю, використанням більш складних синтаксичних конструкцій та різноманітних стилістичних засобів. Це свідчить про розвинені мовні здібності лідерів та їхню здатність точно виражати свої

думки. Мовлення лідерів більш емоційне та експресивне, що дає їм змогу залучати аудиторію, викликати емоційний відгук та мотивувати до дії.

Лідерська мова адаптується до особливостей аудиторії, що назагал засвідчує високий рівень комунікативної компетентності лідерів. Вони вмюють підбирати слова та вирази, які будуть зрозумілі та прийнятні для слухачів. Часто використовують логічні аргументи, факти, приклади, що підтверджують сказане. Це дає змогу лідерам переконувати інших у своїй правоті та мотивувати їх до спільних дій.

Отримані результати дослідження підтверджують гіпотезу про те, що ефективне мовлення є важливим компонентом успішного лідерства. Розуміння психолінгвістичних особливостей мови лідерів може бути корисним для подальшого їх дослідження у різних мовних ситуаціях.

#### **Список використаних джерел:**

1. Засекіна Л. В., Засекін С. В. Психолінгвістична діагностика : навч. посіб. Луцьк : РВВ «Вежа», 2008. 188 с.
2. Шапар В. Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с.
3. Татенко В. О. Лідер XXI / Lider XXI. Соціально-психологічні студії. Київ : Видавничий дім «Корпорація», 2004. 182 с.