

УДК 159.96

**Т. М. Білик**

аспірантка Херсонського державного університету

## РОЗКРИТТЯ СТРУКТУРИ МОВЛЕННЕВОГО ІМІДЖУ

У статті розкриваються поняття «імідж», «мовленнєвий імідж», описано процедуру проведеного дослідження та результати факторного аналізу, що дав змогу розкрити структуру мовленнєвого іміджу.

**Ключові слова:** імідж, мовленнєвий імідж, збудження, гальмування, врівноваженість, емболія.

### Постановка проблеми

В сучасному світі імідж відіграє значну роль у процесі взаємодії особистості із соціумом. Важливим є ґрунтовне вивчення сутності мовленнєвого іміджу особистості для вдалого та ефективного спілкування. Розкриття мовленнєвого іміджу та його структури зумовило **актуальність** цієї роботи.

**Аналіз досліджень із цієї проблеми.** Дослідженням іміджу займаються багато вчених у різних областях наук, зокрема такі вчені, як О. Б. Перелигіна, О. О. Петрова, В. Н. Черепанова і багато інших [2; 3; 6].

**Метою** статті є встановлення та розкриття структури мовленнєвого іміджу за допомогою факторного аналізу.

**Виклад основного матеріалу.** Імідж є широко досліджуваним феноменом у сучасній науці. Існує велика кількість визначень поняття іміджу, а також різновидів та складових іміджу. Так, одне з визначень понять тлумачить імідж як символічний образ суб'єкта, створюваний у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії. Варто звернути увагу, що автор запропонованого визначення О. Б. Перелигіна трактує це поняття, таким чином, що імідж, містячи в собі поняття «образ», передбачає включення у систему людської діяльності. При цьому явище імідж є не лише включеним у процес діяльності, але й створюється у результаті процесу діяльності, зокрема в такому її специфічному виді, як спілкування у ракурсі суб'єкт-суб'єктної взаємодії [2].

Тому, на нашу думку, виходячи з вищенаведеного поняття іміджу про те, що він створюється у специфічному виді діяльності — спілкуванні, доцільно виділити та окремо приділити увагу саме мовленнєвому іміджу особистості. Окрім того, імідж охарактеризований як символічний образ, а отже, має символічну структуру, оскільки при його створенні обов'язково використовується мова.

Проаналізувавши теоретичний матеріал із цієї теми, ми дійшли наступного визначення мовленнєвого іміджу:

**Мовленнєвий імідж** — це мовленнєва поведінка індивіда у сукупності психологічного, соціального і символічного компонентів, які реалізуються відповідно у мовленнєвому, інтерперсональному та мовному стилях, а також характеризуються віковими, соціальними та культурними проявами.

Для дослідження структури мовленнєвого іміджу та виділення його типів (типологічний підхід полягає в глобальному сприйнятті особистості і наступному зведенні різноманіття індивідуальних форм до невеликого числа груп, які об'єднуються навколо репрезентативного типу) [4] були проведені наступні методики: мовний стиль досліджувався за допомогою написання досліджуваними диктанту обсягом 226 слів, враховувалися при підрахунку орфографічні та пунктуаційні помилки, та їх загальна кількість; мовленнєвий стиль досліджувався за допомогою психографологічного аналізу усної розповіді досліджуваних; інтерперсональний стиль досліджувався за допомогою методики міжособистісних відносин Т. Лірі. Вибірка складалася з 220 досліджуваних.

Також були проведені методики, що відображали психологічні якості особистості (емоційний, когнітивний та мотиваційний компоненти): методика діагностики темпераменту Я. Стреляу, методика діагностики вербального та наочно-образного мислення, методика «Мотивація успіху та боязнь невдачі» А. А. Реана.

В результаті факторного аналізу, після процедури ротації Varimax, ми отримали наступну структуру показників, які розташувалися у межах трьох факторів.

Перший фактор, до складу якого увійшли 8 показників, отримав назву «Активний мовленнєвий імідж». У цьому факторі низький полюс показника виразності підлеглого типу зіставляється з високими полюсами значень всіх інших показників. Також варто звернути увагу, що перший фактор відображає активність процесів нервової діяльності та якості особистості, які є вагомими при взаємодії з іншими людьми, тобто виражені в міжособистісних відносинах. У таблиці 1. зазначені факторні навантаження основних параметрів, які утворили фактор, що відображає схильність до активності.

Таблиця 1

## Фрагмент фактору «Активний мовленнєвий імідж»

Показники	Фактор 1
Показник процесу збудження	0,64
Показник рухливості нервових процесів	0,64
Показник врівноваженості	0,55
Авторитарний тип відносин	0,74
Егоїстичний тип відносин	0,69
Агресивний тип відносин	0,53
Підлеглий тип відносин	-0,69
Показник домінування	0,88
% загальної дисперсії	14,8

Таким чином, досліджувані з високими значеннями за даним фактором, мають високий рівень процесу збудження, що свідчить про сильну реакцію особистості на стимул, збудження, відсутність ознаки позамежного гальмування, швидке включення в роботу, впрацювання і досягнення високої продуктивності в діяльності, низьку стомлюваність, високу працездатність і витривалість [5].

Такий високий рівень збудження поєднується з високим рівнем рухливості нервових процесів та високим рівнем врівноваженості. Показник рухливості нервових процесів виражає здатність нервової системи швидко перебудовуватися зі збуджуючих подразників на гальмові й навпаки, він формує здатність до швидкої перебудови реакцій при зіткненні з новими ситуаціями і, як наслідок, виражається в готовності та бажанні взаємодіяти з новими предметами і явищами. А рівень врівноваженості за силою, що вираховується за формулою відношення сили за збудженням до сили за гальмуванням, свідчить про те, що чим ближче до одиниці значення, тим вищою є урівноваженість. Якщо ж значення врівноваженості виходить за межі інтервалу, то можна стверджувати, що даний індивідуум відрізняється неврівноваженістю своєї психологічної активності, тобто процеси збудження не врівноважують собою процеси гальмування, а таким чином ймовірно: неврівноважена поведінка, сильні короточасні емоційні переживання, нестійкий настрій, слабке терпіння, агресивна поведінка, переоцінка своїх здібностей, хороша адаптація до нового, ризикованість, сильне прагнення до мети з повною віддачею, бойове ставлення до небезпеки без особливого розрахунку.

Враховуючи вище перераховані високі рівні, можна припустити, що тип темпераменту особистості з активним мовленнєвим іміджем — холерик, рідше сангвінік. Ці дані також можуть підтверджувати інші високі показники, що входять до даного фактору, зокрема: високий рівень виразності авторитарного типу, що свідчить про наявні властивості домінантності, енергійності, компетентності, успішності у справах, вимагання поваги до себе, що можуть переходити у диктаторський, владний, деспотичний характер, тип сильної особистості, яка лідирує у всіх видах групової діяльності, всіх наставляє, повчає, у всьому прагне покладатися на власну думку, не вміє приймати поради інших; високий рівень виразності егоїстичного типу, що свідчить про прагнення бути над усіма, але одночасно в стороні від усіх, самозакоханість, незалежність, прагнення труднощі перекладати на оточуючих, ставиться до них дещо відчужено, хвалькуватість, самовдоволеність, зарозумілість; високий рівень виразності агресивного типу, що свідчить про вимогливість, прямолінійність, відвертість, строгість і різкість в оцінці інших, непримиренність, схильність у всьому звинувачувати оточуючих, іронічність, дратівливість, що у крайніх випадках може переходити у жорсткість і ворожість по відношенню до оточуючих, різкість, агресивність може доходити до асоціальної поведінки; високий показник по формулі «домінування» свідчить про виразне намагання особистості лідерства в спілкуванні, домінування.

Низький показник виразності підлеглого типу свідчить про відсутність покірності, схильності до самоприниження, схильності поступатися всім і у всьому, схильності завжди ставити себе на останнє місце і засуджувати себе, пасивності, сором'язливості, лагідності, схильності підкорятися сильнішому.

Таким чином, досліджувані, з високими значеннями за даним фактором, мають високу активність процесів нервової діяльності та якості, які

є вагомими при взаємодії з іншими людьми, а саме авторитарність, егоїстичність, агресивність, відсутність покірності, що знаходить виразність у домінуванні в міжособистісних відносинах.

Другий фактор вміщує в собі показники виразності гнучкості мислення, писемного та усного мовлення, що характеризують вербальні інтелектуальні якості особистості, а отже даний фактор був названий нами «Інтелектуальний мовленнєвий імідж». Фрагмент фактору «Інтелектуальний мовленнєвий імідж» наведений у таблиці 2, де зазначені факторні навантаження основних параметрів, які утворили фактор та відсоток сумарної дисперсії.

В даному факторі високий показник вербальної та образної гнучкості мислення, що має виразність в продуктивності при виконанні задач різного типу, які вимагають швидкого переключення з одного вирішення на інше, та високий показник обсягу тексту, що виражає повноту висловлювання і може свідчити про особливості вербального інтелекту, співвідносяться з низькими показниками орфографічних, пунктуаційних помилок, та їх загальної кількості, та з низьким показником коефіцієнта емболії. Це свідчить про те, що відсутні помилки, які відносяться до неправильного написання слів та помилки, що відносяться до система знаків пунктуації, а також правил їх постановки в письмовій мові, окрім того, відсутні помилки, що відносяться до «засміченості» мовлення, а саме відсутні слова, що не несуть семантичного навантаження, наприклад, вигуки, ненормативна лексика, нерелевантні повтори, прагматичні маркери [1].

Таблиця 2

## Фрагмент фактору «Інтелектуальний мовленнєвий імідж»

Показники	Фактор 2
Показник вербальної гнучкості	0,57
Показник образної гнучкості	0,51
Показник орфографічних помилок	-0,59
Показник пунктуаційних помилок	-0,6
Показник загальної кількості помилок	-0,78
Показник обсягу тексту	0,55
Коефіцієнт емболії	-0,64
% загальної дисперсії	12,4

Таким чином, досліджувані, з високими значеннями за даним фактором, мають високий рівень гнучкості мислення, як образного так і вербального, їх характеризує грамотність (правильність) писемного та усного мовлення.

Третій фактор, до складу якого увійшли 5 показників, отримав назву «Пасивний мовленнєвий імідж». В даному факторі низький полюс показника виразності підозрілого типу зіставляється з високими полюсами значень у всіх інших показників.

Варто звернути увагу, що третій фактор відображає, також як і перший фактор, активність процесів нервової діяльності та якості особистості, які є вагомими при взаємодії з іншими людьми, тобто виражені в міжособистісних відносинах, але навпаки — замість активності та домінантності —

гальмування та дружелюбність. У таблиці 3 зазначені факторні навантаження основних параметрів, які утворили фактор.

Таблиця 3

**Фрагмент фактору «Пасивний мовленнєвий імідж»**

Показники	Фактор 3
Показник процесу гальмування	0,57
Підозрілий тип відносин	-0,49
Дружелюбний тип відносин	0,69
Альтруїстичний тип відносин	0,69
Показник дружелюбності	0,82
% загальної дисперсії	11,1

Таким чином, досліджувані з високими значеннями за даним фактором, мають високий рівень процесу гальмування, це свідчить про сильні нервові процеси з боку гальмування, збудження, стимули легко гасяться, існує швидке реагування відповідних дій на прості сенсорні сигнали, а також хороша реакція, високий самоконтроль, зібраність, пильність, холодно-кровність в поведінкових реакціях.

Низький показник виразності підозрілого типу відносин свідчить про відсутність: відчуженості у відношенні до світу, підозрливості, образливості, схильності до сумніву в усьому, незадоволеності, критичності, труднощів в інтерперсональних контактах через невпевненість в собі, замкнутості, скептичності.

Всі інші високі показники, що входять до даного фактору, зокрема: високий рівень показника дружелюбності та показників виразності дружелюбного та альтруїстичного типів відносин, свідчать про намагання особистості до встановлення дружніх відносин і співробітництва з оточуючими, що виявляється в доброзичливості і люб'язності з усіма, орієнтованості на прийняття і соціальне схвалення, прагненні задовольнити вимоги всіх, «бути хорошим» для всіх без урахування ситуації, прагненні до цілей мікрогруп, гіпервідповідальності, намагання завжди приносити у жертву свої інтереси, прагненні допомогти і співчувати всім, нав'язливості у своїй допомозі до оточуючих.

Таким чином, досліджувані, з високими значеннями за даним фактором, мають сильні нервові процеси з боку гальмування та якості, які є вагомими при взаємодії з іншими людьми, а саме дружелюбність та альтруїстичність, відсутність підозрливості, що знаходить виразність у встановленні дружніх відносин і співробітництва з оточуючими в міжособистісних відносинах.

Варто звернути увагу, що перший та третій фактори відображають саме активність процесів нервової діяльності та якості особистості, які є вагомими при взаємодії з іншими людьми, тобто виражені в міжособистісних відносинах, тоді як другий фактор стосувався лише інтелектуальних можливостей особистості. Таким чином можна відзначити відображення емоційного компонента в інтерперсональному стилі, тобто спілкуванні, тоді як в мовному та мовленнєвому стилях можна прослідкувати когнітивні можливості особистості.



Можна зробити висновок, що потребує подальшого вивчення мовленнєвий імідж особистості та фактори, що його обумовлюють, для самовдосконалення особистості та подальшої її ефективної взаємодії із соціумом.

### **Список літератури**

1. Засекіна Л. В., Засекін С. В. Психолінгвістична діагностика : навч. посіб / Л. В. Засекіна, С. В. Засекін. — Луцьк : РВВ «Вежа» Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2008. — 188 с.
2. Перельгіна Е. Б. Психологія іміджа : учебное пособие / Е. Б. Перельгіна. — М. : Аспект Пресс, 2002. — 223 с.
3. Петрова Е. А. Психологія іміджа: Психосемиотический поход / Е. А. Петрова // Психологія как система направлений : ежегодник Российского психологического общества. — М., 2002. — Т. 9, Вып. 2. — С.72–89.
4. Психологический словарь. — 2-е изд., перераб. и доп. / под ред. В. П. Зинченко, Б. Г. Мецеракова. — М., 1996. — С. 49.
5. Стреляу Я. Роль темперамента в психологическом развитии / Я. Стреляу. — М. : Прогресс, 1982. — 231 с.
6. Черепанова В. Н. Курс лекций по имиджологии: учебное пособие / В. Н. Черепанова. — Тюмень : ТюмГНГУ, 2002. — 178 с.

**Т. Н. Билык**

аспирантка Херсонского государственного университета

### **РАСКРЫТИЕ СТРУКТУРЫ РЕЧЕВОГО ИМИДЖА**

#### **Резюме**

В статье раскрываются понятия «имидж», «речевой имидж», описана процедура проведения исследования и результаты факторного анализа, который дал возможность раскрыть структуру речевого имиджа.

**Ключевые слова:** имидж, речевой имидж, возбуждение, торможение, уравновешенность, эмболия.

**T. M. Bilik**

Aspirant of Kherson State University

### **DISCLOSURE OF SPEECH IMAGE**

#### **Summary**

This article describes the concept of «image», «verbal image», discloses a process for the study and the results of factor analysis, which made it possible to reveal the structure of verbal image.

**Key words:** image, the image of the speech, agitation, sedation, balance, embolism.