

**МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТУ ЛІДЕР
У СУЧАСНІЙ СВІДОМОСТІ УКРАЇНЦІВ****LANGUAGE REPRESENTATION OF THE CONCEPT OF “LEADER”
IN THE PRESENT-DAY CONSCIOUSNESS OF UKRAINIANS****Патрун В.В.,***orcid.org/0009-0001-0681-2558**студентка II курсу магістратури**Інституту комп'ютерних наук та інформаційних технологій**Національного університету «Львівська політехніка»***Ділай М.П.,***orcid.org/0000-0001-5182-9220**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри прикладної лінгвістики**Національного університету «Львівська політехніка»*

У статті досліджено мовні уявлення носіїв української мови про концепт ЛІДЕР на основі опитування з елементами вільного асоціативного експерименту. Аналіз охоплює визначення поняття, синонімічне поле, основні риси, дії та перші асоціації респондентів. Мета дослідження – виявити, як люди визначають і описують лідерів, зосередившись на особистих якостях, діях та символічних асоціаціях. Актуальність цього дослідження полягає у зростаючому інтересі до вивчення лідерства в освітньому, організаційному та соціальному контекстах, де розуміння того, як люди сприймають лідерів, може бути корисним для розробки навчальних програм, управління командами та міжкультурної комунікації. Дослідження базується на емпіричних даних, зібраних в ході опитування 80 респондентів, які проживають у різних регіонах України. Респонденти надали відкриті відповіді на питання про їхнє визначення лідера, синоніми, характерні риси та перші асоціації. Методологія поєднувала кількісний аналіз частотності з якісною класифікацією для виявлення закономірностей у сприйнятті респондентів. Результати показують, що основне розуміння лідера передбачає керівництво іншими, прийняття відповідальності, володіння владою, організацію та координацію діяльності, подавання прикладу та орієнтацію команди на спільні цілі. Дослідження також виявляє значні гендерні відмінності: жінки, як правило, наголошують на емоційній підтримці, емпатії, мотивації та комунікативних навичках, тоді як чоловіки зосереджуються на силі, рішучості, дисципліні та стратегічних організаційних якостях. Аналіз прикметників і дієслів, пов'язаних з лідерством, ще більше ілюструє багатовимірний характер цього поняття, що охоплює моральні, когнітивні, поведінкові та професійні аспекти. Асоціативне поле поняття демонструє яскраві образи, причому респонденти порівнюють лідерів із символами керівництва, напрямку та підтримки. Дослідження сприяє глибшому розумінню того, як поняття лідера представлене в повсякденній мові, та підкреслює баланс між авторитетом, етичною цілісністю та міжособистісними навичками. Результати мають практичне застосування у розробці програм розвитку лідерства, стратегій управління командою та навчальних матеріалів, а також у порівняльних культурних дослідженнях сприйняття лідерства.

Ключові слова: концепт, концептуальний аналіз, лідер, вільний асоціативний експеримент, гендерні відмінності.

The article investigates the concept of “leader” as reflected in the linguistic consciousness of native Ukrainian speakers. The study aims to reveal how individuals define and describe leaders, focusing on personal qualities, actions, and symbolic associations. The relevance of this research lies in the growing interest in leadership studies across educational, organizational, and social contexts, where understanding how people perceive leaders can inform training programs, team management, and cross-cultural communication. The research is based on empirical data collected from a survey of 80 respondents, aged 14 to 43, residing in various regions of Ukraine. Respondents provided open-ended answers to questions about their definitions of a leader, synonyms, characteristic traits, and first associations. The methodology combined quantitative frequency analysis with qualitative classification to identify patterns in the respondents' perceptions. The results show that the core understanding of a leader involves guiding others, taking responsibility, holding authority, organizing and coordinating activities, setting an example, and orienting the team toward shared goals. The study also reveals significant gender differences: women tend to emphasize emotional support, empathy, motivation, and communication skills, whereas men focus on strength, decisiveness, discipline, and strategic organizational qualities. Analysis of adjectives and verbs associated with leadership further illustrates the multidimensional nature of the concept, encompassing moral, cognitive, behavioral, and professional aspects. The associative field of the concept demonstrates a vivid imagery, with respondents likening leaders to symbols of guidance, direction, and support. The study contributes to a deeper understanding of how the notion of a leader is represented in everyday language and highlights the balance between authority, ethical integrity, and interpersonal skills. The findings have practical applications in designing leadership development programs, team management strategies, and educational materials, as well as in comparative cultural studies of leadership perception.

Key words: concept, conceptual analysis, leader, free associative experiment, gender differences.

Постановка проблеми. У сучасній лінгвістиці науковці (А. Вержбицька, Дж. Лакофф, Дж. Лакофф, Ж. Р. Андерсон, Р. Джекендофф, О. Селіванова та інші) приділяють значну увагу вивченню концептів як базових одиниць концептуальної картини світу. Концепти відображають не лише індивідуальне, а й колективне мовне та культурне бачення, тому їх дослідження дозволяють простежити, як суспільство осмислює певні ключові явища та цінності. Аналіз концептів допомагає встановити взаємозв'язок між мовою, мисленням та культурою. Вивчення концепту ЛІДЕР набуває особливої значущості, оскільки він займає ключове місце в сучасному суспільному дискурсі. Світ сьогодні стикається з численними викликами – від криз та військових конфліктів до змін у політичних та економічних системах, що привертає дедалі більше уваги до ролі лідера в різноманітних сферах життя. Мовні уявлення про лідера не лише відображають суспільні очікування, цінності та ідеали, але й дозволяють глибше зрозуміти, які саме риси й якості є визначальними для успішного керівництва. Попри значну кількість досліджень, що присвячені аналізу політичного, психологічного чи соціального аспектів, лінгвістичний вимір цієї проблеми залишається недостатньо вивченим. Дослідження мовних репрезентацій концепту ЛІДЕР дозволяє заповнити цю прогалину та сприяє глибшому розумінню того, як українці інтерпретують феномен лідерства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасна лінгвістична наука розглядає мову як складний когнітивний процес. На думку вчених, мова розкриває та об'єктивує те, як людина бачить та інтерпретує світ [4, с. 51]. Мову розглядають як інструмент пізнання та осмислення навколишнього світу, у центрі якого перебуває концепт як базова одиниця концептуальної картини світу. Незважаючи на різноманітність визначень цього терміна, у науковій традиції концепт визначається як ментальна репрезентація, що поєднує індивідуальний і колективний досвід [16, с.220—221].

Вагомий внесок у розвиток концептології зробили А. Вежбицька, яка розглядає концепти як носії культурної пам'яті та колективних цінностей [19], Дж. Лакофф і В. Галлезе, що досліджують когнітивні механізми формування концептів [17], а також українські вчені І. Голубовська [2], А. Приходько [14], Л. Кравець [6], М. Полюжин [13], О. Левченко [8] та інші. Їхні праці підтверджують, що концепти мають багаторівневу структуру, включають ядро та периферію й реалізуються в мові через ключову лексику, метафори та

фразеологізми. Науковці застосовують різні підходи: когнітивний (Дж. Лакофф), лінгвокультурологічний (А. Вежбицька), психолінгвістичний (Л. Мондільйон, П. Ніденталь, П. Вінкельман, Н. Вермеулен [18]). Кожен із них акцентує на певних характеристиках концептів: когнітивна традиція трактує їх як гнучкі ментальні структури, культурологічна – як носії національних смислів, а психолінгвістична – як універсальні одиниці досвіду, що активуються у процесі мовлення. Водночас у науковому полі відчувається брак досліджень, присвячених саме мовній репрезентації соціально значущих концептів, зокрема концепту ЛІДЕР. Більшість праць зосереджуються на психологічному чи менеджерському вимірі лідерства, залишаючи поза увагою те, як у мові відображається уявлення про лідера, його риси та ідеалізація в суспільній свідомості.

Постановка завдання. Головним завданням роботи є комплексне дослідження мовних уявлень носіїв української мови про концепт ЛІДЕР. Робота спрямована на визначення того, як респонденти розуміють і вербалізують поняття *лідер*, які риси та дії вони пов'язують із цим поняттям, а також які слова та асоціації використовують для його опису. Особлива увага приділяється гендерним відмінностям у сприйнятті лідерства та семантичним відмінностям у номінаціях лідера.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для досягнення мети були сформульовані конкретні завдання: проаналізувати теоретичні підходи до визначення поняття *концепт* та роль лексичних і асоціативних маркерів у формуванні мовних уявлень; дослідити інтерпретацію поняття *лідер* респондентами різного віку, статі, освіти та місця проживання; виявити найхарактерніші риси, дії та якості, які асоціюються з лідером; з'ясувати найчастотніші синоніми слова «лідер» і оцінити їх семантичне поле; провести порівняльний аналіз уявлень про лідера між чоловіками та жінками; окреслити асоціативне поле концепту ЛІДЕР та його символічні образи; систематизувати отримані дані для подальшого застосування у практичних і наукових аспектах вивчення лідерства.

Дослідження було проведено шляхом анкетування 80 респондентів (54 жінки і 26 чоловіків) віком від 14 до 43 років, серед яких 71 українськомовний, 7 російськомовних, а ще 2 послуговуються обома мовами. Географія учасників охоплює різні регіони України: 55 осіб проживають на заході, 10 – на півночі, 8 – на сході, 4 – у центрі, 2 – на півдні та ще 1 респондент живе за кордоном. Анкета містить відкриті питання щодо

визначення поняття *лідер*, його синонімів, ключових рис, асоціацій і дієслівних характеристик. Отримані відповіді проаналізовано за допомогою кількісної оцінки частоти та якісної класифікації.

У першому запитанні респондентам було запропоновано дати власне визначення поняття *лідер*. Опитуванні визначали лідера як того: **хто «веде за собою інших / веде людей / веде команду»** (це формулювання відображає ключову ідею руху, ініціативи та прикладу, коли лідер спрямовує інших у буквальному й метафоричному сенсі), **хто «бере / несе відповідальність»** (відповідальність постає як центральна якість лідера), **хто «має авторитет / харизму / вплив»** (вплив здійснюється без примусу, через довіру та визнання групи), **хто «об'єднує, надихає, мотивує»** (впливає емоційно, формує спільну мету та підтримку команди), **хто «організовує, керує, координує»** (підкреслюється управлінська роль і здатність планувати), **хто «показує приклад / сам працює разом із командою»** (лідер – не лише вказує, а робить сам), **хто «має мету / веде до мети / об'єднує навколо ідей»** (орієнтований на результат і стратегічність).

Метою другого завдання було визначити синоніми до слова «лідер». Найчастіші синоніми: «керівник» (36), «провідник» (18), «голова» (16), «очільник» (13), «головний» (12), «наставник» (9), «головний» (12), «менеджер» (4), «капітан» (4), «ватажок» (4), «авторитет» (4), «організатор» (4), «командир» (4). Менш поширені – «управлінець» (3), «вожак» (3), «начальник» (3), «ведучий» (3), «старший» (3), «мотиватор» (3), «відповідальний» (3), «шеф» (2), «вожатий» (2), «ідейник» (2), «ініціатор» (2), «ідейник» (2), «активіст» (2), «вождь» (2), «поводир» (2), «бос» (2). У більшості випадків респонденти вживали слово «керівник» (36 разів), що свідчить про уявлення лідера як особи з офіційною управлінською роллю. Слова «провідник», «голова», «очільник», «головний», «наставник» демонструють розуміння лідера як ведучого, авторитетного та досвідченого. Деякі номінації мали емоційний або неформальний відтінок – «мотиватор», «душа компанії», «кумир», «альфа», «ментор» – підкреслюючи багатовимірність концепту. Інші респонденти використовували метафоричні або інноваційні назви, такі як «лев», «досягатор», «візіонер», що відображає персональні та культурні асоціації.

Найчастіше респонденти вживали слово «керівник» (36 разів), що свідчить про уявлення лідера як особи з офіційною управлінською роллю. Слова «провідник», «голова», «очільник», «головний», «наставник» демонструють

розуміння лідера як ведучого, авторитетного та досвідченого. Деякі номінації мали емоційний або неформальний відтінок – «мотиватор», «душа компанії», «кумир», «альфа», «ментор» – підкреслюючи багатовимірність концепту ЛІДЕР. Інші респонденти використовували метафоричні або інноваційні назви, такі як «лев», «досягатор», «візіонер», що відображає персональні та культурні асоціації.

Порівняльний аналіз відповідей жінок і чоловіків показав як спільні риси, так і відмінності. Обидві групи найчастіше використовують терміни формального керівництва («керівник», «голова», «очільник», «провідник»), що підтверджує загальне уявлення про лідера як організатора та очільника. Водночас жінки частіше наголошують на соціальній, емоційній та мотивуючій ролі лідера, застосовуючи слова «ініціатор», «ментор», «активіст», «душа компанії». Чоловіки ж схильються до термінів із військовою або ієрархічною конотацією – «вождь», «командир», «старший», підкреслюючи владний та статусний аспект лідерства, сприймаючи лідера як сильного й авторитетного керівника.

Образ вірцевого лідера в уявленні респондентів – це гармонійне поєднання особистісних чеснот (чесність, відповідальність, емпатія), поведінкових рис (рішучість, комунікабельність, ініціативність) і професійної зрілості (компетентність, стратегічність, мотивація команди). Це не просто керівник, а моральний, емоційний і інтелектуальний центр команди.

Відповіді обох гендерних груп підкреслюють такі ключові якості ідеального лідера, як відповідальність, впевненість, комунікабельність, рішучість і справедливість, що свідчить про загальне розуміння лідерства як поєднання особистісних та професійних компетенцій. Жінки частіше виділяють емпатію, здатність слухати, мотивацію, підтримку команди та соціальну чутливість, акцентуючи на людяності та психологічній складовій лідерства. Вони також наголошують на креативності, ініціативності та здатності надихати. Чоловіки натомість роблять більший акцент на розсудливості, стійкості, дисципліні, цінностях і лідерських якостях, пов'язаних із організацією, самоконтролем та владою. Важливими є також компетентність, відповідальність і вміння долати виклики.

Ще одне завдання, запропоноване респондентам, – написати перше слово, яке виникає у їхній свідомості, коли вони думають про лідера. Найчастіше респонденти називали відповідальність (13), що формує ядро уявлень про лідера

як людину, яка бере на себе зобов'язання перед командою й результатом. Інші поширені відповіді – розум (5), приклад (4), авторитет (3), впевненість (3), рішучість (3), сміливість (2), сила, стійкість, мудрість, ідея, команда, наставник, провідник, ватажок, керівник, головний, перший опора, довіра, мотивація. Респонденти використовують також метафоричні та символічні образи (маяк, компас, вовк, дорога, пастир, Наруто), що підкреслює багатовимірне сприйняття лідера.

Далі респонденти описували асоціації, які виникають у їхній уяві при думці про лідера, що дало можливість простежити образність і символіку цього концепту. Аналіз асоціацій показує багатогранність сприйняття лідера.

1. *Візуально-просторові образи.* Найчастіше він постає як той, хто йде попереду – «маяк», «компас», «стрілка», «дорога», «ватажок зграї». Такі метафори акцентують ідею руху, провідництва та орієнтації на мету.

2. *Особистісні риси.* Ключовими називають упевненість, рішучість, харизму, мудрість і відповідальність, а також емпатію та турботливість, що підкреслює гуманістичний вимір лідерства.

3. *Соціальні ролі.* Лідера ототожнюють із президентом, командиром, пастирем, менеджером чи наставником, що свідчить про універсальність концепту в різних сферах.

4. *Механізми впливу.* Респонденти пов'язують лідерство з умінням говорити, організовувати, приймати рішення та вести команду до результату.

5. *Символи.* У відповідях з'являються «компас», «посох», «світильник», «бетонна стіна», що вказує на уявлення про лідера як орієнтир, опору чи фундамент системи.

6. *Культурні й медійні образи.* Приклади з історії та масової культури (*Мойсей, отаман, Трамп, Наруто*) демонструють індивідуалізацію образу лідера через знайомі символи.

Асоціативне поле концепту ЛІДЕР характеризується динамічністю й образністю. Респонденти мислять не лише словами, а й сценами та символами: лідер завжди попереду, він рухається, веде, надихає. Центральними залишаються відповідальність, впевненість і командна робота. Водночас лідер сприймається не як відсторонений начальник, а як активний учасник процесу, що поєднує організаторські здібності з емпатією та ціннісним прикладом.

Також учасники називали прикметники, які, на їхню думку, найточніше характеризують лідера. Це дозволило виявити основні риси, з якими пов'язується образ цієї фігури. Серед них : *впевнений (25), відповідальний (24), силь-*

ний (21), рішучий (19), розумний (14), цілеспрямований (9), харизматичний (8), комунікабельний (8), справедливий (8), сміливий (7), мудрий (6), активний (3), чесний (3), амбітний (3), ефективний (3), працьовитий (3), авторитетний (3). До прикметників, що трапились лише один раз належать: *відкритий, впливовий, емпатичний, природжений, взірцевий, врівноважений, надійний, рішучий готовий до дій, командуючий, відданий справі, трудоголік, непохитний, адаптивний, натхненний, сонцясяйний, найкращий, керівний, головний, дисциплінований, позитивний, дружжелюбний, розуміючий, незламний, стресостійкий, ініційований, серйозний, зарозумілий, впертий, чеснотливий, пробивний, турботливий, провідний, бойовий, могутній, залучений, красномовний, небайдужий, об'єднуючий, яскравий, практичний, розважливий, кмітливий, справжній, слабкий, відсутній, результативний, чіткий, той, що єднає, спраглий до визнання, агресивний, експертний, хороший, чуйний, поганий, жорстокий, необачний, самозакоханий, успішний, гарний, вміючий, гібкий, лідерський, доступний, трохи obsesd (obsessed – одержимий).*

Прикметники, якими респонденти описують лідера, можна об'єднати у кілька семантичних груп: 1) сила та стійкість (*сильний, витривалий, непохитний, незламний, бойовий, стресостійкий*); 2) інтелектуально-вольові якості (*розумний, мудрий, кмітливий, практичний, результативний, ініціативний, активний*); 3) морально-етичні риси: (*справедливий, чесний, турботливий, емпатичний, уважний, чуйний, той, що єднає*); 4) комунікативні й соціальні характеристики (*комунікабельний, харизматичний, красномовний, об'єднуючий, дружжелюбний*); 5) творчість і натхнення (*креативний, творчий, натхненний, мотивуючий, надихаючий, ідейний*); 6) амбітність та орієнтація на успіх (*амбітний, пробивний, результативний, спраглий до визнання, успішний*); 7) негативні маркери (*зарозумілий, впертий, агресивний, жорстокий, необачний, самозакоханий, слабкий, відсутній*).

Домінантний образ лідера поєднує впевненість, відповідальність і силу, що формують основу позитивного сприйняття. Уявлення про лідера багатовимірні: від авторитетної фігури, здатної вести за собою, до емоційно-чутливої та натхненної особистості, яка мотивує та підтримує. Наявність негативних прикметників (*“зарозумілий”, “агресивний”, “жорстокий”, “самозакоханий”*) свідчить про амбівалентне сприйняття лідерства: воно асоціюється не лише з чеснотами, а й із можливими зловживаннями владою. Отже,

образ лідера в мовній свідомості респондентів – це баланс сили й етичності, комунікабельності й рішучості, доповнений індивідуальними акцентами (харизма, креативність, амбіції).

У останньому питанні респонденти назвали дієслова, які, на їхню думку, найточніше описують дії лідера. Це завдання допомогло з'ясувати, як вони бачать активну роль лідера у взаємодії з командою, у прийнятті рішень та у впливі на інших. Дієслова, що траплялись кілька разів: *вести* (22), *підтримувати* (16), *надихати* (15), *вирішувати* (15), *діяти* (12), *керувати* (12), *слухати* (12), *організовувати* (11), *допомагати* (8), *приймати рішення* (8), *мотивувати* (8), *працювати* (7), *направляти* (7), *впливати* (5), *брати відповідальність* (5), *думати* (4), *розвивати* (4), *творити* (4), *захисити* (4), *комунікувати* (3), *настановляти* (3), *планувати* (3), *аналізувати* (3), *розуміти* (3), *обмірковувати* (3), *боротися* (3), *розробляти* (2), *змінювати* (2), *організовувати* (2), *очолювати* (2), *делегувати* (2), *об'єднувати* (2), *закликати* (2), *перемагати* (2), *мислити* (2), *спонукати* (2), *узгоджувати* (2), *обговорювати* (2), *вчитися* (2). Дієслова, які респонденти вжили лише один раз: *бути*, *мобілізувати*, *створювати*, *відповідати*, *дивитися*, *показувати*, *зважувати*, *зберігати*, *не здаватися*, *взаємодіяти*, *прислухатися*, *обдумувати*, *прагнути*, *роздумувати*, *виконувати*, *ділитися*, *турбуватися*, *робити*, *поширювати*, *мирити*, *забирати*, *вміти програвати*, *наказувати*, *карати*, *розпоряджатися*, *правити*, *стимулювати*, *вислуховувати*, *рухатися*, *залучати*, *давати приклад*, *наважуватися*, *схвалювати*, *управляти*, *скеровувати*, *очолити*, *йти*, *донести*, *захистити*, *заохочувати*, *менторити*, *доводити*, *об'єднувати зусилля*, *досягати*, *генерувати*, *вести перемовини*, *імпровізувати*, *впроваджувати*, *реформувати*, *підпорядковувати*,

змінювати, *радити*, *поважати*, *командувати*, *наставляти*, *наполягати*.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отримані результати показують, що респонденти описують лідера, як того, хто веде, бере відповідальність і має авторитет, здатний організовувати команду та мотивувати її до спільної мети. Концепт ЛІДЕР поєднує моральні, емоційні, поведінкові та професійні аспекти. Лідер сприймається не лише як організатор і керівник, а й як моральний авторитет, емоційна опора, страгег і натхненник. Відповіді демонструють і певні гендерні відмінності: жінки більше наголошують на емпатії, підтримці, мотивації та комунікації, тоді як чоловіки акцентують на рішучості, дисципліні, силі та стратегічних управлінських якостях. У мові номінацій переважають слова на позначення офіційної управлінської ролі, як-от «керівник», «провідник», «голова», проте присутні й більш неформальні та емоційно забарвлені назви, наприклад «душа компанії», «ментор», «досягатор», що свідчить про ціннісну та емоційну складову сприйняття лідерства.

Таким чином, проведене дослідження дозволило окреслити мовну репрезентацію концепту ЛІДЕР у свідомості респондентів. Лідер постає як складне багатогранне явище, що поєднує організаційні, моральні та особистісні якості. Практичне значення результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані під час розробки освітніх програм з лідерства, у корпоративних тренінгах та в дослідженні культурних відмінностей у сприйнятті цього поняття. Перспективи подальших досліджень охоплюють вивчення концепту лідера в різних соціальних групах і професійних середовищах, а також у міжкультурному порівнянні, зокрема через аналіз асоціативних полів і корпусних матеріалів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гнилянська О. В. Лідерство в соціальному менеджменті: нові підходи до управління змінами. *Підприємництво і торгівля*. 2024. № 42. С. 19–25. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2024-42-03> (дата звернення: 17.09.2025).
2. Голубовська І. О. Лінгвокультурні концепти у мовній картині світу українського етносу. Київ, OlomoucVUP, 2016. С. 71-95.
3. Даниленко А. В., Врайт Г. Я. Теоретико-методологічні засади вивчення лідерства (соціально-філософський аспект). *Перспективи : соціально політичний журнал*. 2025. № 1. С. 18-23. 2025.
4. Жайворонок В. В. Проблема концептуальної картини світу та мовного її відображення. *Культура народів Причорномор'я*. 2002. № 32. С. 51–53.
5. Жуковська В. В. Вступ до корпусної лінгвістики: навчальний посібник. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2013. 142 с.
6. Кравець Л. Метафорична репрезентація концепту “час” в українській поезії ХХ ст. *Збірник наукових праць, присвячений 70-річчю від дня народження проф. С. Я. Єрмоленко. Лінгвостилістика : об'єкт – стиль, мета – оцінка*. Київ : НАН України, Ін-т української мови, 2007. С. 192–197.
7. Кузьменко Н. А. Соціальні, культурні та екзистенційні виміри лідера і лідерства. Київ : МОН України, 2024. 161 с.

8. Левченко О.П. Вербалізація концепту Покарання (лінгвокультурологічний аспект). Лінгвістика. – Луганськ: Альма-матер, 2004. – № 2 (3). – С. 33-41.
9. Лещенко С. Приходько І. Психологія військового лідерства: теорії, принципи, компетентності. Психологія і суспільство. 2024. №2. С.157-178.
10. Мотенко Я.В. Перспективи політичного лідерства як предмет українського наукового дискурсу початку XXI ст. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. 2024. С. 55.
11. Непокупна Т.А., Мисяк А.С., Шарова О.С. Політичне лідерство та політичний лідер: сутність явища та визначення понять. 2024.
12. Полюжин М. М. Типологія й аналіз концептів. Іноземна філологія. 2009. № 121. С. 80–89.
13. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.
14. Akmajian A., Demers R.A., Farmer A.K., Harnish R.M. Linguistics: An introduction to language and communication. MIT Press, 2017.
15. Gallese V., Lakoff G. The brain's concepts: The role of the sensory-motor system in conceptual knowledge. Cognitive Neuropsychology. 2005. Vol. 22, №. 3–4. P. 455–479.
16. Mondillon L., Niedenthal P.M., Gil S., Droit-Volet S. Embodiment of emotion concepts: Evidence from EMG measures. Manuscript submitted for publication. 2007.
17. Wierzbicka A. Defining emotion concepts. Cognitive Science. 1992. Vol. 16, №. 4. P. 539–581.

Дата першого надходження рукопису до видання: 29.09.2025
Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 30.10.2025
Дата публікації: 28.11.2025