

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра української мови та прикладної лінгвістики

**ЛІНГВІСТИЧНІ ПАРАМЕТРИ МЕДІЙНОГО ІМІДЖУ ВОЛОДИМИРА
ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА БОРИСА ДЖОНСОНА**

Кваліфікаційна робота

на здобуття ОС «бакалавр»

студентки IV курсу

галузі знань 03 «Гуманітарні науки»,

спеціальності 035 «Філологія»,

спеціалізації 035.01 «Українська мова

і література», ОПІ «Українська і

англійська мови: переклад та

редагування»

Дар'ї ФІЛІПОВОЇ

Науковий керівник:

к.філол.н., асистент кафедри української

мови та прикладної лінгвістики

Святослав ШЕВЕЛЬ

«Допущено до захисту»

Протокол № 11 засідання кафедри

української мови та прикладної лінгвістики

ННІФ від 01.06.2023

Завідувач кафедри _____ **Сергій РІЗНИК**

КИЇВ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛІНГВІСТИЧНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ІМІДЖЕЛОГІЇ.....	6
1.1. Комунікативний імідж політичного лідера.....	6
1.2. Лінгвістична аспектологія публічних виступів політичних лідерів.....	11
Висновки до першого розділу.....	16
РОЗДІЛ II. МЕДІЙНИЙ ІМІДЖ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА БОРИСА ДЖОНСОНА.....	18
2.1. Іміджологія публічних виступів Володимира Зеленського.....	19
2.2. Іміджологія публічних виступів Бориса Джонсона.....	27
Висновки до другого розділу.....	35
ВИСНОВКИ.....	38
Список використаних джерел.....	40

ВСТУП

Останні півтора року видалися надзвичайно важкими для кожного українця. Наразі більше року протистояння російським терористам неабияк виснажило український народ, але й згуртувало водночас. Так само, як незламні українці об'єдналися заради перемоги, об'єдналися і деякі політики. Ця бакалаврська робота присвячена дослідженню лінгвістичних параметрів медійного іміджу Володимира Зеленського, діючого Президента України і експрем'єр-міністра Великобританії Бориса Джонсона.

Ці два політики вважаються дуже впливовими у політичному суспільстві, адже Президент України є, безперечно, одним із ключових осіб, які впливають на хід воєнних дій проти російських терористів, а Борис Джонсон на момент своєї діяльності був одним із перших серед політиків, які відреагували на широкомасштабне вторгнення терористів в Україну не тільки словами занепокоєння, а реальною допомогою у вигляді зброї, фінансової підтримки і санкцій у бік Росії.

Обидві ці постаті мають багато інтерв'ю і промов, що допоможе дослідити мовні процеси достатньо докладно, адже наразі ми можемо спостерігати значні зміни всюди: в медіа-просторі, безперечно, в країні, в політиці, в житті.

Аналізуючи інтерв'ю та промови обох політиків, ми маємо можливість детально розглянути мовні процеси, які відбуваються в сучасному політичному дискурсі. Оскільки останні роки супроводжувалися значними змінами в медіа-просторі, політиці та житті загалом, це дослідження допоможе зрозуміти вплив мовлення політиків на громадську думку та формування медійного іміджу.

Продовжуючи дослідження, ми маємо намір зосередитися на аналізі лінгвістичних аспектів комунікації Володимира Зеленського та Бориса Джонсона, зокрема їхнього стилю мовлення, вживання лексичних засобів, використання риторичних прийомів та емоційної виразності. Такий підхід

дозволить нам розкрити особливості політичного дискурсу цих двох впливових постатей і сприяти більшому розумінню їхнього впливу на громадські настрої та думки.

Актуальність теми дослідження. Лінгвістичні параметри медійного іміджу політичних діячів викликають все більший інтерес у сучасному політичному контексті. У зв'язку зі зростанням ролі медіа в політиці, аналіз та розуміння мовних стратегій та методів комунікації, які використовують політики, стає надзвичайно важливим. Зважаючи на те, що Володимир Зеленський та Борис Джонсон є впливовими політичними фігурами, дослідження лінгвістичних параметрів їхнього медійного іміджу має велике значення для розуміння їхніх комунікативних стратегій, впливу на громадську думку та формування політичного іміджу.

Мета дослідження. Основною метою цієї бакалаврської роботи є виявлення параметрів медійного образу Володимира Зеленського та Бориса Джонсона з метою розкриття їхніх комунікативних стратегій, а також виявлення специфіки їхнього політичного стилю. Дослідження має на меті виявити спільні та відмінні риси у використанні мовних засобів, таких як стилістичні прийоми, образність, риторичні стратегії та емоційне навантаження. Це дозволить краще зрозуміти вплив мовного іміджу на сприйняття політиків суспільством, а також з'ясувати, які ефективні комунікативні стратегії використовуються для досягнення політичних цілей.

Об'єктом дослідження є медійний образ Володимира Зеленського та Бориса Джонсона, мовні стратегії та комунікативні прийоми, які використовують ці політичні діячі для формування свого іміджу в медіа та впливу на громадську думку.

Предмет дослідження бакалаврської роботи є лінгвістичними параметрами, що визначають та впливають на медійний імідж політичних лідерів Володимира Зеленського та Бориса Джонсона. У цьому дослідженні буде зосереджено увагу на аналізі лінгвістичних засобів, використовуваних у медійних матеріалах, що стосуються образу та комунікації цих двох політиків.

Методи дослідження. *Описовий метод*, що передбачав детальний опис та аналіз лінгвістичних особливостей мовлення обох політиків. Вивчити їхню лексику, граматику, стилістичні прийоми, риторичні стратегії тощо. *Порівняльний аналіз*, що дав змогу порівняти лінгвістичні аспекти медійного іміджу Б. Джонсона і В. Зеленського з іншими політиками. *Корпусний аналіз*, завдяки використанню якого створено корпус текстів, які містять медійні висловлювання обох політиків. Вивчити частотність вживання певних лексичних одиниць, стилістичних засобів, семантичних конструкцій та інших лінгвістичних особливостей у їхньому мовленні.

РОЗДІЛ I

ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛІНГВІСТИЧНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ІМІДЖЕЛОГІЇ

1.1. Комунікативний імідж політичного лідера

У сучасному суспільно-політичному контексті України, значна увага приділяється формуванню іміджу політичних діячів. Це впливає з того, що реальні політичні відмінності між кандидатами часто зводяться до мінімуму, і на виборах електорат, обираючи, керується не кількістю програм, наявністю досвіду, компетентності та обізнаністю політика, а робить вибір на основі створеного образу діяча, який закріплюється в громадській свідомості, за допомогою різних стратегій впливу на суспільство.

Засоби масової інформації відіграють важливу роль у формуванні репутації політиків і впливають на масову свідомість. Питання створення ідеальних образів та впровадження їх у маси, є важливим аспектом політичної діяльності.

Вагоме місце у формуванні іміджу політика займає комунікація, що дістає все більшого впливу в сучасному світі. Осмислення значущої ролі мови в політичному процесі вилилося у проблематику співвідношення мови та влади і вивчення мови, як важливого владного інструменту. Загалом, проблема дослідження методик політичної комунікації, вмілого використання механізму мовлення, майстерного володіння прийомами риторики – є основною складовою іміджу політика. [1, с. 67]

Комунікативний імідж політичного лідера – сукупність вербальних стереотипів поведінки (ролей), механізмів і засобів їх реалізації (стратегій), що використовуються комунікантом, наділеним високим соціальним та професійним статусом, з метою (вираженою в інтенціях) формування свідомості слухачів/співрозмовників узагальненого образу своєї особистості. [7, с. 26]

Імідж – це набір якісних ознак, що асоціюються з тією чи іншою особистістю. На думку вчених, існують три групи складових іміджу. Насамперед це персональні характеристики лідера, до яких належать фізичні та психофізіологічні особливості, характер та тип особистості, індивідуальний стиль прийняття рішень тощо.

Наступним складником є соціальні характеристики. При цьому мається на увазі статус лідера, пов'язаний не лише з його офіційним становищем, а й з походженням, багатством тощо. Зі статусом тісно пов'язані моделі ролі поведінки. Крім того, соціальні характеристики включають зв'язок політика з різними соціальними верствами, інтереси яких він представляє, а також опонентами й очевидними ворогами.

Соціальна належність значною мірою визначає норми й цінності, котрих дотримується політик. Слід зазначити, що образ політичного лідера має більш символічний зміст: політик стає ніби знаковим відображенням певної ідеології, того чи іншого можливого майбутнього, певного курсу дій. [4, с.1]

Побудова іміджу, зокрема політичного, базується на використанні емоційних аргументів. Особистий імідж включає в себе зовнішні й внутрішні фактори, які відображають самооцінку: сприйняття іміджу та бажаний імідж. Загалом, імідж є складним поняттям. Людина повинна почуватися комфортно у своєму “образі”. Відчуття дискомфорту й нервозності, які вона відчуває, можуть передатися іншим людям. Це може стати перешкодою для їх сприйняття. Тому, формуючи імідж, важливо опиратися на реальні особистісні характеристики, такі як темперамент, характер, зовнішність, сім'я, діти, улюблені тварини, хобі тощо.

Отже, кожна з цих характеристик має вплив на формування особистого іміджу політика і може бути свідомо сконструйованою. Необхідно зазначити, що персональні характеристики кожної людини різняться, і більшість з них практично незмінні. Оскільки політики зазвичай спілкуються з масами через ЗМІ, небажані риси їх характеру майже не помітні потенційному виборцеві.

Важливо зазначити, що зовнішність лідера набуває особливої ваги в епоху телебачення.

Соціальні характеристики є динамічною складовою політичного іміджу, що тісно взаємодіє з актуальними вимогами. Вони постійно переглядаються та використовуються згідно з аналізом конкретної ситуації. З іншого боку, символічні характеристики є постійним і не змінним елементом.

Вони пов'язані з ідеологіями, які залишаються стійкими з часом, та утвердженими культурними архетипами. Таким чином, існує певний набір рис і якостей, яким повинен відповідати політик, щоб його прихильники бачили його як лідера.

Ці якості пов'язані з ідеальним типом, який існує в уявленнях громадськості, а також з лідерським архетипом. Політик, який здатний «відповісти» цьому ідеальному типу, може досягти успіху як публічний лідер. [10, с. 8]

У сучасному політичному контексті України, формування іміджу політичних діячів відіграє важливу роль у приверненні уваги виборців та впливі на громадську думку. Кандидати залучають увагу не лише за допомогою програм та політичних позицій, але й через створення образу, який закріплюється в свідомості громадян. Це досягається за допомогою різних стратегій комунікації та використанням засобів масової інформації.

Основні складники комунікативного іміджу політичного лідера включають персональні характеристики, соціальні характеристики та символічний зміст. Персональні характеристики включають фізичні та психофізіологічні особливості, характер та тип особистості, індивідуальний стиль прийняття рішень. Соціальні характеристики відображають статус політика, його зв'язки з різними соціальними групами та інтересами, які він представляє. Символічний зміст пов'язаний з ідеологіями та культурними архетипами, які політик втілює в своїй діяльності.

Побудова комунікативного іміджу базується на використанні емоційних аргументів та сприйнятті особистості політика. Важливо, щоб політик відчував комфорт у своїй ролі і виражав свої реальні особистісні характеристики, що сприяє їх сприйняттю громадськістю. Зовнішність політика має особливу вагу в епоху телебачення, тому важливо приділяти увагу його зовні.

Особливого значення у під час дослідження комунікативного іміджу сучасного політика набувають лінгвістичні методики аналізу його медійного образу. Так, критичний дискурс-аналіз вважається відносно новим напрямом у зарубіжній лінгвістиці. На думку «критичних лінгвістів» (Дж. Бломмаерт, Т. ван Лейвен, М.В. Гаврилова, Г. Віддоусон, К. О'Халлоран тощо), особливість сучасного суспільства полягає в тому, що домінування однієї соціальної групи відбувається не через примушення, а через згоду, ідеологію, мову. Іншими словами, критичний дискурс-аналіз спрямовано на вивчення засобів, за допомогою яких соціальна влада здійснює своє панування у суспільстві. Дискурс є невід'ємною частиною суспільних відносин, адже формує ці відносини і формується ними. [5, с.10]

Лінгвокогнітивний аналіз політичного дискурсу спрямований на те, щоб з'ясувати, як у лінгвістичних структурах проявляються знання людини про світ, а також політичні уявлення однієї людини, соціальної групи чи суспільства загалом. Когнітивна спрямованість підходу складається з метафоричного моделювання, лінгвоідеологічного аналізу, моделювання політичного процесу, операційного коду та когнітивного картування.

Становлення теорії політичної метафори ґрунтується на концепції когнітивної метафори, що освітлена у працях О.М. Баранова, Ю.М. Караулова, О.П. Чудінова тощо. Метафора у когнітивній лінгвістиці постає як засіб пізнання дійсності. Метафори відіграють особливу роль у прийнятті політичних рішень, тому що сприяють появі альтернатив, завдяки яким потім здійснюється вибір.

У межах описового методу найповніше представлено риторичний підхід до вивчення політичного дискурсу, що зумовлено головною функцією політичного дискурсу – мовленнєвим впливом. Увага лінгвістів зосереджена не стільки на риторичних прийомах та фігурах, скільки на здатності політичного тексту формувати очікування та норми суспільства, впливати на культурні стереотипи, актуалізувати ідеологію та інтенції політиків за допомогою лінгвальних засобів, що використовуються політиками для нав'язування певних політичних уявлень і контролю за свідомістю людей. [7, с 55]

Проводячи лінгвістичні дослідження виступів політичних лідерів у межах лінгвопрагматики, вчені описують мовленнєву поведінку політика, вивчають риторичні стратегії у політичній діяльності, реконструюють мовну особистість політика. Традиційно виділяють психолінгвістичний, лінгвостилістичний та семантичний напрями дослідження, лінгвістичну теорію аргументування, лінгвістичну теорію управління істиною тощо.

Дослідники політичного дискурсу аналізують вживання певних мовних структур, таких як метафори, аналогії, евфемізми, гіперболи тощо, які допомагають політикам змінити сприйняття аудиторії та впливати на її емоції та переконання. Вони також досліджують мовні стратегії, які використовуються для виклику певних асоціацій, створення образів, риторичних питань та інших мовних засобів для залучення уваги та переконання аудиторії. [14, с.50]

Отже, критичний дискурс-аналіз та лінгвокогнітивний аналіз політичного дискурсу є важливими напрямками у сучасній лінгвістиці. Вони дозволяють розкрити способи використання мови для здійснення соціальної влади, виявити мовні засоби та стратегії, що впливають на сприйняття аудиторії та формування її уявлень про політичну реальність. Дослідження мовних структур, таких як метафори, аналогії, евфемізми, гіперболи, а також аналіз риторичних стратегій допомагають розкрити маніпулятивний потенціал політичного дискурсу та його вплив на суспільство. Такі дослідження

сприяють кращому розумінню політичного мовлення, його роль у формуванні громадської думки та прийнятті політичних рішень.

1.2. Лінгвістична аспектологія публічних виступів політичних лідерів.

Класифікація публічних виступів залежить від способу їхнього виголошення, обставин, призначення та змісту. Вони можуть мати різні цілі, такі як надання інформації, переконання аудиторії або виклик певного настрою. У сучасному діловому та соціальному світі поширені імпрізовані, рукописні та непідготовлені виступи. Кожен тип виступу має свої особливості, і вміння володіти кожним з них дозволяє стати впевненим і ефективним публічним оратором.

Імпрізована промова є спонтанною, без заздалегідь підготовлених нотаток чи часу на роздуми. І хоча вона може здатися непередбачуваною, відомі спікери часто жартують, що найкращими імпрізованими виступами є ті, що все ж підготовлені заздалегідь. Цей тип промови характеризується обмеженим часом на підготовку або відсутністю його зовсім.

Рукописний тип мовлення написаний як рукопис і призначений для виголошення слово за словом. Його використовують у політичних та соціальних промовах, коли кожне слово має велику вагу і повинно точно передати задумане. Підготовлені промови доповідачі читають, підкреслюючи важливі слова, надаючи особливу сили голосовим фразам, ритмізуючи та наголошуючи.

Непідготовлена промова є найпоширенішим видом виступу, що дозволяє встановити емоційний зв'язок із аудиторією. Її структура побудована навколо ключових моментів, проте матеріал можна викладати вільно, дозволяючи доповідачу змінювати свою промову залежно від реакції слухачів.

[16, с. 20]

В античній риторичі значної ваги набували похвальні або епідейктичні промови. Вони не лише служили для висловлення похвали та величання дій людей або певних подій у їхньому житті, але також могли містити засудження та ганьбу. Використання цього виду промови було спрямоване на похвалу та високу оцінку, а використання критики та осуду практично не зустрічалося.

Існують різні типи виступів, такі як імпровізовані, рукописні та непідготовлені, кожен з яких має свої особливості та вимагає від оратора певних навичок.

Імпровізовані промови є спонтанними і можуть бути як підготовленими заздалегідь, так і зовсім без підготовки. Рукописний тип мовлення передбачає детальне написання промови та виголошення її слово в слово. Непідготовлені виступи дозволяють оратору встановити емоційний зв'язок з аудиторією, пристосовуючи своє мовлення до реакцій слухачів. [15, с. 4]

Класифікація виступів також відображає різноманітні цілі, які вони можуть мати, включаючи надання інформації, переконання аудиторії або створення певного настрою. Крім того, у риторичі були розрізнені різні роди промов, такі як дорадчі (політичні) та епідейктичні (урочисті), кожен з яких мав свої особливості та мету.

Отже, розуміння та володіння різними типами виступів є важливими навичками для досягнення успіху в публічних виступах та ефективного спілкування з аудиторією. Це дозволяє ораторам досягати поставлених цілей промови та впевнено виступати перед слухачами.

Як зазначає В.З. Дем'янков, «політичний дискурс можна розглядати з чотирьох точок зору: політологічної, лінгвістичної, соціопсихолінгвістичної та індивідуально-герменевтичної».

Політологічна слугує підґрунтям для політичних висновків; філологічна інтерпретує політично-ідеологічні концепції; соціопсихолінгвістика досліджує ефективність досягнення прихованих та явних політичних цілей мовця; індивідуально-герменевтична вісь політичного дискурсу виявляє особистий зміст мовлення автора у певних обставинах». Отож і виникнення

«політологічної лінгвістики», на думку В.З. Дем'янкова, «є передбачуваним явищем, оскільки досліджує співвідношення характеристик дискурсу із такими термінами, як «влада», «вплив», «авторитет». Вона пронизує мовні рівні синтаксису і семантики». [25, с. 5]

У політичному дискурсі існує кілька типів лінгвістичних аспектів, які впливають на спосіб сприйняття та передачу політичних повідомлень. Основні типи лінгвістичних аспектів політичного дискурсу включають:

1) семантичний аспект: Цей аспект відноситься до значень та інтерпретацій слів та фраз у політичному контексті. Він включає аналіз політичної лексики, полісемії, метафор та інших стилістичних засобів, що використовуються політиками для впливу на громадську думку.

2) синтаксичний аспект: Цей аспект стосується організації та структури політичних висловлювань. Він включає аналіз синтаксичних конструкцій, риторичних фігур, засобів акцентуації, порядку слів тощо. Впевнене використання синтаксичних засобів може підкреслити важливість та переконливість політичного повідомлення.

3) прагматичний аспект: Цей аспект відноситься до способу використання мови з метою досягнення певних комунікативних цілей. Він охоплює аналіз ролі мовленнєвих актів, таких як заперечення, прохання, заклики, обіцянки тощо, а також стратегій впливу на аудиторію, таких як переконання, маніпуляція.

4) дискурсивний аспект: Цей аспект відноситься до способу, яким політичні повідомлення взаємодіють з існуючими політичними дискурсами та нормами. Він охоплює аналіз жанрів політичного мовлення, таких як промови, дебати, інтерв'ю, засідання парламенту тощо, а також розкриття підтексту, ідеологічних установок та використання термінології певного політичного середовища. [16, с. 15]

Важливе значення для дослідження комунікативного образу політичного лідера набуває також лінгвістична жанрологія. Мовленнєвий жанр – це усталені в конкретних ситуаціях і призначені для передачі певного

змісту типові способи побудови мовлення; розгорнута мовленнєва побудова, яка складається з кількох (іноді великої кількості) мовленнєвих актів, ілюктивна сила котрих підпорядкована певній стратегії й тактиці адресанта; еталон соціально значущої взаємодії, типізовані форми мовленнєвої комунікації.

Мовленнєві жанри (далі МЖ) у сучасній лінгвістиці щораз частіше сприймають як фреймові «сітки» соціокультурномовної поведінки учасників спілкування, які засвоюються й удосконалюються у процесах соціалізації особистості. З позицій комунікативної лінгвістики МЖ постає як категорія, залежна від складових комунікативного акту, що перебуває між дискурсом і мовленнєвим актом, пов'язується з тактиками втілення дискурсивних стратегій. [19, с. 25]

Мовленнєві жанри є різновидами усного мовлення, які використовуються для спілкування та передачі інформації між людьми. Вони мають свої специфічні особливості, цілі та форми вираження, які відображаються в різноманітних комунікативних ситуаціях.

Одним з таких жанрів є розповідь. Розповідь передає послідовну історію або подію, зазвичай з деталями, описами та елементами діалогу. Вона слугує для розважання, інформування або здійснення певного впливу на слухачів.

Інша важлива одиниця – це дискурс. Дискурс є організованим способом вираження думок, ідей та аргументів. Він може мати різні форми, такі як дебати, промови або наукові доповіді. Головна мета дискурсу полягає в переконанні аудиторії, викладанні інформації або обміні поглядами на певну тему.

Звіти є ще одним типом мовленнєвого жанру. Вони передають інформацію про певний події, дослідження, статистику або результати проектів. Звіти часто використовуються в науковій та бізнес-сферах для документування та представлення даних. [6, с. 12]

Кожен мовленнєвий жанр має свої правила організації, мовленнєві засоби та специфічні вимоги до комунікативної ситуації. Оволодіння різними

жанрами мовлення допомагає розширити комунікативні навички та ефективно взаємодіяти з іншими людьми в різних контекстах.

До основних функцій політичного дискурсу належать мобілізаційна, маніпулятивна, ідеологічна, корпоративна та функція привернення уваги до тексту чи зображення.

Мобілізаційна функція – це емоційний заклик адресанта до ціннісних та ідеологічних преференцій електорату. Вона найчіткіше виражена у плакатах, лозунгах, листівках.

Маніпулятивна полягає у спекуляції інформацією стосовно нагальних суспільних проблем з метою розпалювання ворожнечі між політичними опонентами.

Ідеологічна та корпоративна – це функції виокремлення ключових позицій політика чи партії з метою демонстрування власних особливостей.

Функція привернення уваги має на меті якщо не прихилити реципієнта на бік політика, то принаймні заявити про його існування яскравим зображенням чи слоганом. Однак Л. Нагорна підкреслює, що на практиці надмірна експресивність політичних дискурсів здатна руйнувати ідентифікаційний простір, зводячи нанівець як їхню інформаційну, так і консолідаційну функції. [21, с. 4]

Інформативна функція: Політичний дискурс надає інформацію про політичні питання, програми, стан справ та рішення. Він допомагає громадянам усвідомити політичну ситуацію, розуміти проблеми та вибрати свою позицію.

Переконувальна функція: Політичні лідери та політичні партії використовують дискурс для переконання громадян у своїй правоті, ідеології, програмі або позиції. Вони використовують риторичні засоби, аргументи, статистику та емоційний вплив, щоб здобути підтримку та перемогу у політичній боротьбі.

Мобілізаційна функція: Політичний дискурс мобілізує громадян до дії. Він стимулює активну участь у політичному житті, спонукає до голосування,

участі у протестах, реалізації політичних прав та залучення до політичної діяльності.

Ідентифікаційна функція: Політичний дискурс формує політичну ідентичність та належність. Він допомагає громадянам відчувати себе частинами певної політичної спільноти, підтримувати політичну партію, ідеологію чи лідера.

Регулятивна функція: Політичний дискурс встановлює норми, правила та процедури політичної системи. Він сприяє демократичному діалогу, консенсусу, обговоренню політичних рішень та вирішенню конфліктів.

Соціалізаційна функція: Політичний дискурс формує політичну культуру та цінності суспільства. Він передає політичні цінності, ідеали, норми поведінки та впливає на політичну свідомість громадян.

У даному розділі було досліджено політичний дискурс з різних точок зору, а саме політологічної, лінгвістичної, соціопсихолінгвістичної та індивідуально-герменевтичної. З'ясовано, що політичний дискурс виконує різні функції, такі як інформування, переконання, мобілізація та ідентифікація. Його дослідження вимагає уваги до лінгвістичних аспектів, таких як семантика, синтаксис, прагматика та дискурсивність.

Семантичний аспект відображає значення та інтерпретації слів та фраз у політичному контексті. Синтаксичний аспект стосується структури та організації політичних висловлювань. Прагматичний аспект визначає спосіб використання мови для досягнення комунікативних цілей. Дискурсивний аспект зосереджується на взаємодії політичних повідомлень з існуючими дискурсами та нормами.

Висновки до першого розділу

Отже, дослідження політичного дискурсу та розуміння його функцій і лінгвістичних аспектів є важливим для аналізу та розуміння політичних процесів. Глибокий аналіз цих аспектів допомагає розкрити роль політичного дискурсу у формуванні політичної свідомості та залученості громадян до

політичного життя. Розуміння механізмів впливу та ефективної комунікації в політичному середовищі стає ключовим для розвитку демократичного суспільства та зміцнення громадянської участі.

Дослідження лінгвістичних аспектів політичного дискурсу допомагають розкрити способи маніпуляції мовою, виявити характеристики і структури політичного мовлення та розуміти, як мова впливає на формування громадської думки та прийняття політичних рішень.

Таким чином, вивчення політичного дискурсу є необхідною складовою дослідження політичних процесів, а розуміння його функцій та лінгвістичних аспектів допомагає розкрити його вплив та роль у формуванні суспільства.

РОЗДІЛ II

МЕДІЙНИЙ ІМІДЖ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА БОРИСА ДЖОНСОНА

Володимир Зеленський почав свою професійну діяльність на телебаченні, заснувавши продюсерську компанію “Квартал 95” у 2003 році. Компанія спеціалізувалась на створенні комедійних телепрограм та шоу. В цей час Зеленський став відомим завдяки участі в популярних комедійних проектах, зокрема в серіалі “Слуга народу”, де він виконував роль Володимира Зеленського, який стає Президентом України.

У 2018 році Зеленський заснував політичну партію “Слуга народу” і вирішив зайнятися активною політичною діяльністю. У 2019 році його партія успішно взяла участь у виборах до Верховної Ради України і отримала більшість місць у парламенті. В тому ж році, під час виборів президента, Володимир Зеленський здивував світ, ставши новообраним президентом України.

Починаючи з вторгнення Російської Федерації на територію України, на Володимира Зеленського поставили високі ставки, як на лідера країни. Він був змушений управляти країною в умовах збільшеної військової загрози, розпочавши операції з мобілізації та розгортання військ на передовій. Володимир Зеленський брав активну участь у міжнародних переговорах, спрямованих на досягнення мирного врегулювання конфлікту та забезпечення безпеки України.

За часів вторгнення Росії, Зеленський виступав перед громадськістю з численними промовами та заявами, в яких він засуджував агресію Росії і закликав до спільних зусиль у боротьбі проти ворога. Він також звертався до міжнародної спільноти з проханням підтримати Україну та надати необхідну допомогу у забезпеченні безпеки та відновленні територіальної цілісності країни.

У своїх промовах Зеленський часто наголошував на значенні миру, солідарності та національного єднання в обличчі загрози з боку Росії. Він звертався до громадян України з проханням підтримки та мобілізації для відстоювання національних інтересів.

У результаті незаконного вторгнення РФ на територію України, політична кар'єра Володимира Зеленського пройшла через значні випробування, і його лідерство було піддане важким випробуванням. Однак, він продовжує боротися за безпеку та суверенітет України, спрямовуючи зусилля на зупинення вторгнення та відновлення миру в країні.

2.1. Іміджологія публічних виступів Володимира Зеленського

Перший виступ: 24.02.2022 року

Мета виступу, тематика, основна ідея:

Основна мета виступу Зеленського полягала в тому, щоб висловити підтримку та мобілізувати громадян України в умовах військового конфлікту з Росією. Цей виступ став важливим комунікативним інструментом для президента, який мав на меті об'єднати українське суспільство в обличчі загрози з боку Росії. Промова була спрямована на зміцнення національної єдності, акцентування важливості захисту незалежності та свободи країни.

Структура виступу, логічність викладу:

Виступ Зеленського мав чітку структуру, що допомогло слухачам легше сприйняти важливу інформацію. Президент послідовно описував ситуацію в різних регіонах України та розгортання військових дій. Його виклад був логічним і послідовним, починаючи з пояснення загрози, що виникає з боку Росії, переходячи до дій українських військових сил та закінчуючи зверненням до громадян України.

Особливості вступу; прийоми, щоб привернути увагу слухачів:

Вступ промови Зеленського був особливим завдяки використанню метафори «нової залізної завіси», яка опускається і закриває Росію від

цивілізованого світу. Цей образ був вдалою стратегією для привернення уваги слухачів і акцентування на серйозності ситуації, яка ставала загрозою для мирного способу життя українського народу.

Використання емоційних аргументів:

Зеленський ефективно використовував емоційні аргументи, щоб змобілізувати та залучити слухачів до співпраці. Він наголосив на важливості захисту рідної землі. Такий підхід сприяв формуванню позитивних емоційних реакцій і підтримки президента.

Використання фактів, статистики, авторитетних джерел:

У своїй промові Зеленський використовував факти і статистику, щоб підтвердити свої твердження та зміцнити авторитет виступу. Він посилався на конкретні події, що відбувалися на сході України, давав звіти про розгортання військ і висловлював підтримку військовим силам, при цьому завжди наголошував, що українські захисники є справжніми героями.

Використання риторичних засобів:

Зеленський вдало використовував риторичні засоби, такі як повторення фрази “Україна єдина” для підкреслення національної єдності. Він також використовував запитання, які викликали емоційну реакцію у слухачів та стимулювали їх до дії.

Завершення промови:

Завершення промови Зеленського було сильним та запам'ятовуваним. Президент закликав громадян до єдності та дії, закликавши кожного зробити свій внесок у важливий час для країни. Він висловив впевненість у перемозі та подякував всім, хто підтримує Україну.

Вживання мовних засобів:

Епітети: *«найпотужніші держави світу», «наші герої», «геройськи загинули».*

Метафори: *«наш дух не відступить від натиску величезної Росії»*

Гіпербола: *«захистили майже всю територію України»*

Паралелізм: *“наші захисники зробили дуже багато. Захистили майже всю територію України”*

Антитеза: *“ми не боїмось Росії. Не боїмось говорити з Росією”*

2 Час зробити все, щоб воєнні злочини російських військових стали останнім проявом цього зла на землі – звернення Президента України.

3 квітня 2022 року

Мета виступу, тематика, основна ідея:

Метою виступу Володимира Зеленського є осуд та засудження воєнних злочинів, що вчинені російськими військами на території України. Основна тематика промови стосується жорстокості та злочинності окупантів, розгорнутого механізму правосуддя для притягнення винних до відповідальності та заклик до світової спільноти долучитися до цього процесу. Основна ідея полягає в тому, що жорстокість та безлюдність російських військ свідчить про втрату культури, людяності та гуманітарних цінностей.

Структура виступу, логічність викладу:

Виступ має чітку структуру, починаючи зі вступу, основної частини і закінчення. Логічність викладу досягається шляхом послідовного розкриття фактів та аргументів щодо воєнних злочинів, звернення до російських матерів, а також заклику до встановлення справедливості та притягнення винних до відповідальності.

Особливості вступу; прийоми для привернення уваги слухачів:

Вступ промови є незвичайним, оскільки президент не використовує звичайні привітання, а відразу звертається до жорстоких подій, що трапилися в Україні. Це прийом для привернення уваги слухачів і враження на них з перших секунд виступу.

Основна частина; побудова аргументації, наявність кліше, стереотипів; оцінка власної діяльності та аналіз діяльності інших політичних сил; оцінка гострих проблем часу; пропагування цінностей; апогей виступу:

Основна частина промови Володимира Зеленського побудована на розкритті фактів воєнних злочинів та жорстокості російських військ. Президент засуджує ці злочини та закликає до притягнення винних до відповідальності. У промові можуть бути використані деякі кліше та стереотипи, пов'язані з насильством та загрозою безпеці. Промова містить аналіз діяльності російських військ та відверту критику їхньої безглуздої жорстокості. Президент також звертається до гострих проблем часу, які пов'язані з воєнними злочинами та втратою гуманітарних цінностей. Апогеєм виступу може бути заклик до об'єднання світової спільноти в протидії злочинності та встановленню миру.

Політична промова Володимира Зеленського перед членами Конгресу. Під час аналізу увагу привернула структура промови, яка значною мірою впливає на ефективність апеляції до аудиторії та сприяє отриманню бажаного результату. Можна виділити три основні блоки промови: вступний, інформативний та заключний, з яких перший та останній є меншими за обсягом порівняно з другою частиною, оскільки президент України чітко, послідовно та логічно доносить свою основну думку, підкреслюючи її яскравими аргументами та доречними прикладами. Основною інтенцією політичної промови є переконання аудиторії, оратор враховує когнітивні, соціальні, професійні характеристики слухачів, освіти, гендерні, вікові та регіональні варіації. Вступний блок промови Зеленського, який відкривається як офіційним зверненням “Пані спікер, члени Конгресу, пані та панове, американці!”, так і неофіційним “Друзі!”, враховує такі фактори, як когнітивний, соціальний, освітній та регіональний рівень слухачів, враховує такі фактори, як соціальне становище, стать, національність, апелюючи до масового адресата, що одразу задає позитивний тон, скорочує дистанцію між промовцем та аудиторією, маркує шанобливе та дружнє ставлення. У зверненні до Конгресу президент України тричі звертається до народу Америки, називаючи його друзями, що свідчить не лише про прихильність, теплі стосунки та безумовний зв'язок між американцями та українцями,

демонструючи чітку політичну позицію українського народу, а й привертає увагу до важливої інформації. Крім того, акцент падає на згадку про країну, місто та народ України, від імені якого він має честь вітати всіх присутніх, що виражається лексемою гордість: Я з гордістю вітаю вас з України, з нашої столиці - Києва. Оратор одразу переходить до опису жахливої ситуації, в якій опинилася столиця, чітко називаючи агресора: З міста, яке знаходиться під ракетними та повітряними ударами російських військ. Повторення фразового дієслова give up, прикметника the worst та словосполучення brave and freedom-loving people підкреслюють мужність і незламність киян. Для вираження хоробрості інших міст України наратор використовує порівняння: But it doesn't give up. And it didn't even think to give up for a single minute! Так само, як і десятки інших міст і населених пунктів нашої країни, що опинилися у найстрашнішій війні з часів Другої світової. У синтаксичному паралелізмі займенник we по відношенню до українського та американського народу вказує на спільне бажання та значно скорочує дистанцію між мовцем та цільовою аудиторією, наприклад Ми повинні зупинити це.

Спікер також зазначає, що під час цього жорстокого повномасштабного вторгнення росії українці змушені віддавати своїх найкращих дочок і синів на священну боротьбу не лише за власну землю, а й за цінності Європи, всього світу та заради майбутнього кожного: “Вони жертвують найкращими дітьми - синами і дочками, щоб зупинити повномасштабне російське вторгнення. Сьогодні український народ захищає не лише Україну, ми боремося за цінності Європи та світу, жертвуючи своїм життям в ім'я Майбутнього. Образ Америки формують американці - сильні люди, які мають схожу з українською історію, і які тоді і зараз роблять свій внесок у боротьбу за свободу та незалежність України, Європи та всієї планети, що відповідає дійсності: сьогодні американський народ допомагає не лише Україні, а й Європі та світу зберегти планету живою, зберегти справедливість в історії. Володимир Зеленський також використовує такі словосполучення, як у вашій великій історії та за вашої величезної підтримки, які, своєю чергою, підкреслюють величний образ

Америку та за допомогою анафоричного повтору висловлюють вдячність за те, як багато Америка та її народ зробили для України та всього світу: *Ukraine is grateful to the United States for its overwhelming support*. За все, що ваша держава і ваш народ вже зробили для нашої свободи. За зброю та амуніцію, за навчання та фінансування, за лідерство у вільному світі, яке допомагає тиснути на агресора економічно.

Одним із інструментів комунікації, який кожен використовує, не надто замислюючись, є метафора. В. Зеленський прирівнює Україну та Росію до двох живих істот, що є яскравим прикладом використання концептуальної метафори «країна – жива істота».

Образи та метафори є важливими мовними засобами, які використовуються у комунікації з метою передачі складних ідей, акцентування певних аспектів та створення емоційного звучання. Їх використання допомагає краще зрозуміти та запам'ятати повідомлення, за допомогою асоціацій, а також здійснювати вплив на аудиторію.

Образи створюють візуальні асоціації, які допомагають уявити абстрактні або складні концепції. Наприклад, у промові президента можуть використовуватися образи, що стосуються військового конфлікту, наприклад «фронтowa лінія» або «бій за мир». Ці образи створюють відчуття присутності та допомагають передати напруження та важливість ситуації, але разом із тим дають можливість тримати баланс, щоб цивільне населення не перекручувало дійсність.

Метафори, з свого боку, використовуються для переносу значення з одного об'єкта на інший, що має спільні риси або властивості. Вони допомагають зрозуміти абстрактні поняття шляхом порівняння з відомими або конкретними об'єктами. Наприклад, у промові президента може бути використана метафора “світло в кінці тунелю”, яка символізує надію та перспективу в складній ситуації.

Використання образів та метафор допомагає президенту передати свої ідеї та відчуття ефективніше. Вони здатні створювати емоційне звучання та

залучати увагу аудиторії. Завдяки ним, складні поняття стають доступнішими та ближчими слухачам, а повідомлення стає більш запам'ятовуваним та переконливим.

У комунікації президента Володимира Зеленського образи та метафори активно використовуються для передачі важливих ідей та стимулювання емоційного відгуку. Ці лінгвістичні засоби сприяють зрозумінню та ефективному сприйняттю повідомлення аудиторією, а також підсилюють його емоційну силу та вплив.

Речення в дискурсі побудовані в дуже простий і зрозумілий спосіб, доступний для всіх, з частим застосуванням простих структур. Усі висловлювання мають немарковану модальність, активний стан, стверджувальну полярність і нейтральну оцінку. Абстрактні іменники, такі як «свобода», «боротьба» і «демократія», стали невід'ємними елементами лейтмотивів, втіленими в усіх промовах. Речення також насичені матеріальними, релятивними та ментальними процесами, викликаними описом подій на полях битв, втратами, потребами та запитамі для Збройних Сил.

Насправді всі політики є акторами, а державна політика - це театр. Стоячи перед натовпом, вони намагаються поєднати свої образи з ідеально логічними, добре структурованими та переконливими промовами, виголошеними з дотриманням усіх необхідних стандартів.

З лінгвістичної точки зору, колишня акторська кар'єра В. Зеленського стала йому в нагоді під час виголошення промов. Завдяки своєму попередньому досвіду він знає, як поводитися перед камерою, використовувати мову тіла, робити контекстуальні паузи, посилювати голос і артикуляцію, а також як правильно будувати висловлювання, щоб бути переконливим.

Промови українського президента надзвичайно запам'ятовуються і запам'ятовуються через низку факторів. По-перше, він імпліцитно втілює свої емоції в структурі речень і здебільшого говорить від імені української нації,

щоб показати, що він є її невід'ємною частиною. Наприклад, найпоширеніші числа в його промовах - перша особа множини, третя особа однини та третя особа множини. Очевидно, що головними героями є неживі об'єкти: країни, зброя, абстрактні поняття тощо.

У сучасному інформаційному суспільстві медійний імідж є важливим інструментом політичної комунікації. Він визначає сприйняття громадськістю політичних діячів та їхньої політики. Лінгвістичні параметри в медійному іміджі відіграють суттєву роль у формуванні сприятливої або негативної думки про політика.

Ще одним лінгвістичним параметром, що варто враховувати при оцінці медійного іміджу, є стиль мовлення. Стиль мовлення політика може бути різним – від формального і офіційного до більш неформального та співрозмовницького. Використання певного стилю мовлення залежить від контексту та цільової аудиторії. Наприклад, у промові “Виступ президента України на саміті” можна помітити використання більш офіційного стилю:

“Ми зобов'язані виконати наші зобов'язання перед народами, які нам довірили керувати своїми країнами.”

Такий стиль мовлення надає промові офіційного характеру та підкреслює серйозність заяв та зобов'язань.

Поряд з образами та стилем мовлення, використання різних мовних засобів також впливає на медійний імідж політика. Епітети, метафори, оксюмори, метонімії, літоти, гіперболи, паралелізм, хіазми та антитези – це лише деякі засоби риторики, які можуть бути використані для підсилення ефекту спілкування та формування емоційного ставлення аудиторії.

Оцінка лінгвістичних параметрів в контексті медійного іміджу також пов'язана з ефективністю спілкування та тоном мовлення. Ефективність спілкування визначається здатністю політика досягати своїх комунікативних цілей, впливати на аудиторію та доносити свої ідеї та повідомлення. Тон мовлення може бути доброзичливим, авторитарним, заохочувальним або іншим, в залежності від сприйняття та реакції аудиторії.

Крім того, оцінка лінгвістичних параметрів в контексті медійного іміджу включає використання фактів. Факти – це об'єктивна інформація, яка підтверджує висловлювання політика та додає йому авторитету.

Емотивність також є важливим лінгвістичним параметром в медійному іміджі. Використання емоційно заряджених слів та висловів може підкреслювати ставлення політика до певних питань, викликати співчуття або ентузіазм у аудиторії. Наприклад, у промові “Виступ президента України на саміті” зустрічаємо таку емотивну фразу:

“Ми маємо боротися за наше майбутнє, за майбутнє наших дітей!”

Ця фраза активізує патріотичні почуття та емоційну залученість аудиторії.

Оцінка лінгвістичних параметрів в контексті медійного іміджу є складним завданням, яке вимагає аналізу та розуміння різних аспектів комунікації. Використання образів та метафор, стилю мовлення, мовних засобів, ефективності спілкування, фактів, емотивності – все це впливає на сприйняття політичного лідера та його імідж у медіа.

Образи, метафори та інші лінгвістичні засоби риторики також використовуються Зеленським для підсилення спілкування та формування емоційного ставлення аудиторії. Використання фактів та емотивних слів додає авторитету та активізує емоційне залучення аудиторії.

2.2. Іміджелогія публічних виступів Бориса Джонсона

Борис Джонсон є членом Консервативної партії Великої Британії, однієї з найбільших політичних партій країни.

Він зайняв посаду лідера партії та прем'єр-міністра Великої Британії у липні 2019 року після відставки Терези Мей.

Як політик консервативного спрямування, Борис Джонсон підтримує такі ідеологічні принципи, як економічний лібералізм, підтримка бізнесу та зменшення регуляцій, а також акцент на національну безпеку та суверенітет.

У політичній кар'єрі Бориса Джонсона були й критика та контрверсії. Деякі критики висловлювали занепокоєння стосовно його стилю керівництва та рішень, а також звинувачували його у недостатній увазі до деталей і нестійкості в позиціях.

14.02.2022 року

Борис Джонсон наголошував на тому, що є беззаперечні докази того, що Росія збирається вторгнутися в Україну.

Мета виступу, тематика, основна ідея:

Мета виступу Бориса Джонсона полягає у засудженні вторгнення Росії в Україну, вираженні підтримки Україні та оголошенні заходів, які Великобританія планує вжити для стримування Росії. Тематика виступу охоплює вторгнення Росії в Україну, міжнародну реакцію, економічні санкції, оборону і безпеку.

Структура виступу, логічність викладу:

Виступ Бориса Джонсона має логічну структуру, яка дозволяє послідовно розгорнути основні ідеї та аргументи. Вступ містить згадку про нараду G7 та розмову з президентом України, створюючи контекст для подальшого викладу. Основна частина виступу розбита на кілька пунктів, де Борис Джонсон засуджує Росію, оголошує заходи для стримування Росії та мобілізації міжнародного співтовариства. Кожен пункт підкріплюється аргументами та фактами, що забезпечує логічність викладу.

Особливості вступу; прийоми, щоб привернути увагу слухачів:

Вступ виступу Бориса Джонсона має декілька особливостей, спрямованих на привернення уваги слухачів. Він згадує про нараду G7 та розмову з президентом України, створюючи напружену обстановку і переконливо показуючи важливість теми, яку він обговорюватиме. Використання цих прийомів допомагає привернути увагу слухачів та збуджує їх цікавість.

Основна частина; побудова аргументації, наявність кліше, стереотипів, оцінка власної діяльності та аналіз діяльності інших політичних сил, оцінка гострих, актуальних проблем часу, пропагування цінностей, апогей виступу:

В основній частині виступу Борис Джонсон будує аргументацію, засуджуючи Росію за вторгнення в Україну та оголошуючи заходи для стримування Росії. Він використовує факти та статистику для підкріплення своїх тверджень. У виступі можуть міститися певні кліше та стереотипи, але вони використовуються з метою зрозумілості та емоційного впливу на аудиторію. Борис Джонсон аналізує діяльність Росії та інших політичних сил, зокрема, наводить факти, які підкреслюють неприпустимість агресії та відстоюють цінності, які він пропагує. Апогеєм виступу може бути оголошення конкретних заходів, які Великобританія планує вжити для стримування Росії.

Риторичні прийоми

Виступ Бориса Джонсона містить риторичні прийоми, такі як метафори, жарти та риторичні питання. Наприклад, він може використовувати метафори для пояснення складної ситуації, що виникла, або жарти, щоб знівелювати напругу та залучити увагу аудиторії. Риторичні питання можуть бути використані для стимулювання роздумів слухачів та активного залучення їх до виступу.

Закінчення; прийом для завершення виступу:

Закінчення виступу Бориса Джонсона може бути підсилене за допомогою певного прийому, наприклад, підсумування основних ідей виступу або застосування риторичного запитання, що залишає слухачів задуманими. Це допомагає створити ефект завершеності та підкреслює важливість того, що було сказано.

На синтаксичному рівні інтенція Бориса Джонсона виражається різними типами речень. Мовець використовує переважно розповідні речення, які за структурою є простими («You have beaten them back from Kyiv»), складносурядними («Some people might even believe it, but he is sowing the seeds

of catastrophe, for himself and for his country») і складнопідрядними («Your pensioners told Russian soldiers to hop as we say, although they may have used more colourful language») [8].

У промові Бориса Джонсона переважають складнопідрядні речення різних типів, що надає промові аргументованого, стверджувального і персуазивного характеру, а також свідчить про продуманість ходу промови та обізнаність у глибині проблеми.

Уживання риторичного запитання у промові має на меті привернення уваги, посилення враження, емоційності висловлювання та співпереживання. Суть риторичного запитання «Do you remember they said that?» полягає в тому, що слухач сам знає відповідь на поставлене запитання. Риторичні запитання дуже успішно наголошують найголовніші ідеї мовця – абсурдність і жорстокість дій росіян.

Лексичне наповнення промови Бориса Джонсона створює значний персуазивний вплив, тому що промова політика наповнена різноплановими лексичними одиницями, комбінація яких створює цілісну картину обізнаності у предметі висловлювання, небайдужості до проблеми та потреби якнайшвидше зупинити тероризм російської федерації по відношенню до України. До основних лексичних особливостей промови Бориса Джонсона належать:

1) використання політичних термінів: members of the Rada, to reform, to rule by fear, to rig elections,

democracy, the rule of law, free elections, autocracy, a refugee, to impose sanctions, ambassador, embassy, sovereign state, etc;

2) використання військових термінів: war, war crime, Battalion Tactical Groups, armour, military, guns, anti-tank missile, armoured vehicle, Brimstone anti-ship missile, Stormer anti-aircraft system, etc;

3) використання топонімів: Ukraine (23 рази), Ukrainian (17 разів), Bucha, Irpin, Hostomel, Kyiv, Kremlin, Russia, Poland, London, Britain, Crimea, Donbas, Melinda Simmons, the UK;

4) використання антропонімів: Putin (13 разів) , Vladimir Putin, Volodymyr, President Zelenskyu, Melinda Simmons;

5) використання реалій: Rada, Maidan, slava Ukraini![8]

Художні засоби ще більше урізноманітнюють промову Бориса Джонсона та роблять її більш експресивною. Найуживанішими тропами в даній промові політика є порівняння, метафора та епітети, стилістичні фігури представлені риторичним запитанням, синтаксичною та лексичною анафорою.

Як засіб впливу на свідомість адресата порівняння полегшує розуміння певних політичних подій чи політичної картини світу загалом: «There were some who believed the Kremlin propaganda that Russian armour would be like an irresistible force going like a knife through butter, and that Kyiv would fall within days» [8].

Борис Джонсон активно застосовує метафору, таким чином надаючи ще більшої образності своїй промові та полегшуючи сприйняття його промови аудиторією. Прикладами метафори у промові Бориса Джонсона є такі речення: « ... Russian armour would be like an irresistible force going like a knife through butter», «...but he is sowing the seeds of catastrophe», «You have exploded the myth of Putin's invincibility and you have written one of the most glorious chapters in military history and in the life of your country», «The so-called irresistible force of Putin's war machine has broken on the immovable object of Ukrainian patriotism and love of country», «...they fought with the energy and courage of lions», «It is a conflict that has no moral ambiguities or no grey areas», «Day after day missiles and bombs continue to rain on the innocent people of Ukraine» [8]. Автор використовує метафоричний перенос на основі зовнішньої подібності (обстріл та бомбардування порівнює з дощем, мужніх воїнів – з левами) та функціональної подібності («зерна катастрофи», «воєнна машина», «зруйнувати міф»).

Епітет є одним з найефективніших засобів реалізації персуазивного впливу. Епітети роблять мовлення більш яскравим та виразним. Використання

епітетів завжди зумовлене необхідністю впливу на реципієнта та подальшого спонукування до роздумів чи дій.

Борис Джонсон застосовує велику кількість епітетів та варіює ними в межах своєї промови: crucial moment, barbaric onslaught, your wonderful country, grotesque and illegal campaign, lovely streets, terrible mistake, colourful language, indomitable populations, brute force, the greatest feat of arms of the 21st century, gigantic error, Putin's historic folly, etc.[8].

Слід зазначити, що Борис Джонсон використовує не лише епітети та метафору, а й прислів'я з метою демонстрації зближення з українським народом. Прислів'я і приказки зазвичай містять елементи порівняння, судження, настанови, рекомендації тощо. Борис Джонсон використовує цитату «It's not the size of the dog in the fight, it's the size of the fight in the dog» у своїй промові, заохочуючи український народ не боятися так званої другої армії світу і захоплюючись героїзмом українських воїнів.

Борис Джонсон використовує також лексичну та синтаксичну анафору у своєму зверненні до народу України. Прикладом лексичної анафори є висловлювання «And it is precisely because we understand this danger in Britain and in Ukraine – precisely because we are democracies, and because we have a free media, the rule of law, free elections and robust parliaments, such as your own, we know that these are the best protections against the perils of arbitrary power» (лексеми precisely, because, free). Слід зазначити, що частотне вживання особових та присвійних займенників (зокрема, we), які ми розглядали раніше, теж є водночас і прикладом анафори.

У промові Бориса Джонсона знаходимо також приклади синтаксичної анафори «It is about Ukrainian democracy against Putin's tyranny. It is about freedom versus oppression. It is about right versus wrong. It is about good versus evil», «Your farmers kidnapped Russian tanks with their tractors. Your pensioners told Russian soldiers to hop as we say» [8].

У першому реченні "It is about" повторюється, що створює анафору. Це вказує на те, що обговорювана ситуація має різні аспекти та розглядається з

різних позицій, а саме: українська демократія проти тирана Путіна, свобода проти утисків, правильність проти неправильності, добро проти зла.

У другому реченні “Your” повторюється, створюючи анафору. Це підкреслює активну участь українських фермерів та пенсіонерів у протистоянні з російськими військами. Фермери “kidnapped Russian tanks with their tractors” (похитнули російські танки своїми тракторами), а пенсіонери казали російським солдатам “to hop as we say” (підстрибувати, як ми кажемо).

Звернення прем'єр-міністра Великої Британії Бориса Джонсона до нації з приводу російського вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року характеризується використанням інверсій: 1. Shortly after 4 o' clock this morning I spoke to president Zelenskyu of Ukraine to offer the continued support of the UK (Johnson, 2022).

В цьому випадку інверсію використано для наголошення на часовому аспекті. Фраза “Shortly after 4 o'clock this morning” вноситься на початок речення, щоб вказати на конкретний момент часу, коли відбулася подія. Це зроблено для підкреслення часової точності та важливості цього моменту.

Інверсія також може застосовуватися в умовних реченнях, після деяких виразів часу та місця, а також в інших контекстах для стилістичних або емоційних акцентів. Її використання додає різноманітності та експресивності до мовлення, допомагає виділити певні елементи та змінити фокус у реченні.

2. Today in concert with our allies we will agree a massive package of economic sanctions designed in time to hobble the Russian economy (Johnson, 2022).

У цьому реченні використано інверсію, яка відбувається з метою наголосу або стилістичного ефекту. Зазвичай в англійській мові після введних слів, таких як “today” (сьогодні) чи “tomorrow” (завтра), ми очікуємо нормального порядку слів у реченні. Проте, застосування інверсії в таких випадках додає підсилення та емоційного забарвлення до висловлення.

У даному реченні фраза “Today in concert with our allies” починається з “Today” (Сьогодні), що є введним словом. Зазвичай після таких введних слів

ми могли б очікувати, що наступатиме нормальний порядок слів з підметом перед присудком, наприклад: “Today we will agree a massive package of economic sanctions...”. Проте, використання інверсії у цьому реченні - “Today in concert with our allies” - робить фразу більш урочистою та вкладає в неї емоційне забарвлення.

Також варто зазначити, що речення містить ще одну інверсію: “designed in time to hobble the Russian economy”. Звичайно, ми очікували б фразу “designed to hobble the Russian economy in time”. Проте, використання інверсії зі словами “designed in time” робить фразу більш акцентованою та підкреслює важливість своєчасності впровадження санкцій.

Такі випадки інверсії додають виразності та емоційної насиченості до мовлення, створюють враження акценту та впливають на стиль висловлювання.

3. Diplomatically, politically, economically – and eventually, militarily – this hideous and barbaric venture of Vladimir Putin must end in failure (Johnson, 2022).

Використання інверсії в даному випадку слугує стилістичній меті підкреслити важливість та невідворотність закінчення “hideous and barbaric venture of Vladimir Putin” з необхідним результатом “failure”. Інверсія створює ефект обернення очікуваного порядку слів, що акцентує увагу на важливості закінчення цієї “жахливої та варварської авантюри” та необхідності її провалу.

Ця конструкція допомагає підкреслити рішучість та переконаність говорника у тому, що ця ситуація мусить призвести до невдачі. Використання інверсії в даному реченні надає йому емоційного забарвлення та риторичної сили.

4. And to that end we must also collectively cease the dependence on Russian oil and gas that for too long has given Putin his grip on western politics (Johnson, 2022).

Використання інверсії в даному випадку допомагає підкреслити важливість та необхідність колективної дії в припиненні залежності від російської нафти та газу. Інверсія створює ефект обернення очікуваного

порядку слів, що акцентує увагу на самій дії “must also collectively cease” та наголошує на обов'язковості цієї дії.

Ця конструкція робить речення більш рішучим та переконливим, наголошуючи на необхідності спільної дії для досягнення мети. Інверсія також додає риторичної сили та емоційного забарвлення, що може вплинути на сприйняття та переконати аудиторію в необхідності відмовитися від російської нафти та газу.

Комунікативні стратегії та мовні засоби, використані Борисом Джонсоном у його публічних виступах та прес-конференціях, мають значний вплив на його медійний імідж.

Аналіз мови його публічних виступів та прес-конференцій показав, що Джонсон володіє багатою лексикою та складними фразами, що використовує для підкреслення своїх ідей та переконання аудиторії. Він також майстерно використовує образи та метафори для зрозумілого пояснення складних політичних питань та впливу на слухачів.

Ці комунікативні стратегії сприяють створенню сильного медійного іміджу Бориса Джонсона, який його відрізняє від інших політиків. Його ораторські здібності та використання барвистої мови допомагають йому привертати увагу громадськості та залишати запам'ятовуване враження.

Таким чином, аналіз медійного іміджу Бориса Джонсона підкреслює його майстерність у використанні мовних засобів та комунікативних стратегій для досягнення своїх політичних цілей. Його мовлення вражає своєю емоційністю, ефектністю та здатністю залучити увагу аудиторії. Результати цього аналізу можуть бути корисними для подальшого розуміння політичного дискурсу та комунікації політиків з громадськістю.

Висновки до другого розділу

У результаті дослідження можливим стало порівняння лінгвістичних параметрів медійного іміджу Володимира Зеленського і Бориса Джонсона.

Виявляються спільні риси та відмінності у використанні мовних засобів, стилістичних прийомів та риторичних стратегій.

Під час аналізу промов Володимира Зеленського і Бориса Джонсона виявлено як спільні, так і відмінні риси у їхньому мовленні. Нижче наведено деякі з цих рис, що варто враховувати при порівняльному аналізі:

Спільні риси:

Наративний стиль: Як В. Зеленський, так і Б. Джонсон володіють здатністю розповідати історії та використовувати наративні елементи в своїх промовах. Вони часто надають пріоритет особистим досвідом та емоційному зворотному зв'язку для спілкування з аудиторією.

Використання риторичних прийомів: Обидва політики майстерно володіють риторичними засобами, такими як епіфора (повторення слів або фраз в кінці речення), анафора (повторення слів або фраз на початку речення) та антитеза (протиставлення протилежних ідей). Вони використовують ці прийоми, щоб підкреслити свої аргументи та зробити свої промови запам'ятовуваними.

Уживання образності: Б. Джонсон в свою чергу, як і В. Зеленський володіє вмінням використовувати метафори, аналогії та образні вислови для зрозумілого пояснення складних політичних питань. Він нерідко використовує популярні аналогії, що допомагають йому спілкуватися з різними верствами суспільства.

Відмінності.

Тон і стиль: В. Зеленський відомий своїм неформальним та прямолінійним стилем мовлення. Він часто використовує жарти, іронію та неформальну лексику, щоб наблизитися до молодшої аудиторії. З іншого боку, Б. Джонсон володіє більш традиційним тоном та стилем мовлення, який характеризується багатою лексикою та складними фразами.

Мовний образ: В. Зеленський вдається до використання метафор та образних висловів для посилення своїх ідей та емоційного зв'язку з аудиторією. Джонсон, натомість, відомий своїм ораторськими здібностями та

використанням барвистої мови, що допомагає йому переконати та зацікавити слухачів.

ВИСНОВКИ

Отже, оцінка лінгвістичних параметрів в контексті медійного іміджу політика є важливою, оскільки вони визначають сприйняття громадськістю політичних діячів та їхньої політики. Використання ефективних лінгвістичних прийомів допомагає політику досягати своїх комунікативних цілей та впливати на аудиторію.

В цілому, лінгвістичні параметри, такі як мова тіла, стиль мовлення, мовні засоби, ефективність спілкування, використання фактів та емотивність, мають суттєвий вплив на медійний імідж політика. Використання цих параметрів відповідним чином може змінювати сприйняття політичного лідера та формувати його публічний образ у медіа.

Дослідження показало, що обидва лідери проявляють вміння використовувати риторичні засоби, наративні елементи та образні вислови для ефективної комунікації з аудиторією. Зеленський відзначається своїм неформальним стилем та здатністю використовувати гумор та іронію для залучення уваги громадськості. Він надає пріоритет особистим досвідам та спрощеній мові, спрямованій на широку аудиторію. У свою чергу, Джонсон використовує формальний стиль мовлення з високим рівнем граматичної точності. Він майстерно застосовує риторичні прийоми та образні вислови для підкреслення своїх ідей та ефективної комунікації з аудиторією.

Аналіз показав, що обидва політики володіють навичками ораторського мистецтва, використовуючи повторення, ритмічний розмір та жести для створення ефектуального впливу на слухачів. Володимир Зеленський та Борис Джонсон мають свої особисті стилі комунікації, які відображають їхні особистість, цінності та способи спілкування з громадськістю.

Оцінка лінгвістичних параметрів в контексті медійного іміджу Бориса Джонсона свідчить про його вміння ефективно комунікувати з аудиторією та впливати на громадську думку. Його мовні засоби та стилістичні прийоми

сприяють створенню позитивного враження та переконливого впливу на слухачів.

Український президент використовує різні лінгвістичні прийоми для формування свого медійного іміджу. Він імпліцитно втілює свої емоції в структурі речень і виражається від імені української нації, що підкреслює його зв'язок з нею. Крім того, він використовує різні стилі мовлення, залежно від контексту та аудиторії, що дозволяє йому передати свої ідеї з відповідною ефективністю.

Список використаних джерел

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики, Київ, 2004
 2. Плясун О. (2019). Іміджеві стратегії України: медіалінгвістичний дискурс. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*, (38), 109-126. Retrieved із <https://apultp.knu.ua/index.php/APULTP/article/view/59>
 3. Болотова В. О., Ляшенко Н. О., Агаларова К. А. Іміджологія, Харків, 2021.
 4. Журнал “Віче” №22, 2011 [Комуникативні властивості іміджу та його класифікація - Журнал Віче \(veche.kiev.ua\)](https://www.veche.kiev.ua)
 5. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: Підручник. - Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю.А., 2011. - 350 с.
 6. Ковальова О. Політичний дискурс: сучасні лінгвістичні інтерпретації.
 7. Окулова Л. О. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.
- 8
- .
- Бацевич Ф. С. *Основи комунікативної лінгвістики*, 2017. №5 видання, доповнене
10. МіО. В. Кулеба, *Основні засади стратегічного управління іміджем України*, 2013р
11. Чорна О. О. *Комуникативний імідж президента : Монографія.* – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2017. – 300 с.
 12. Загнітко А. П. *Лінгвістика тексту / А. П. Загнітко.* – Донецьк : ТОВ 2007. 313 с.
 13. Зливков В. *Виборча кампанія «Президент – 2004». Тенденції*
 14. Л. І. Стрій *Мовні особливості політичних ритуальних текстів* ISSN 2307-8332. *Вісник ОНУ. Сер.: Філологія.* 2017.
 15. Білокобильський Ю. О. *Політичний інтернет-дискурс як предмет лінгвістичного дослідження: дефініція та характерні риси*, 2022

16. Kitaeva E., Ozerova O. Intertextuality in Political Discourse. Language, Power, and Ideology in Political Writing. USA: IGI Global, 2019. С.143-170.

17. Кривенко С. Семантика політичного дискурсу / Кривенко С. // Вісник НТУУ “КПІ”. Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць. – 2012. – № 1 (13). – С. 28–32. – Бібліогр.: 17 назв.

18. Алексієвць О. Історія та сучасність політичної лінгвістики. Україна – Європа – Світ : міжнародний збірник наукових праць. Тернопіль : ТНПУ, 2012. Вип. 9. С. 248–255.

19. Максимов О.О. Імідж політика. М, 1999. С. 45

20. Змановский Є.В. Керівництво з управління особистим іміджем. М, 2005. С. 55

21. Joseph. J.E. Language and Politics. Edinburgh: University Press, 2013.

22. С. Ф. Алексенко Конкретно-наукові методи лінгвістичних досліджень Суми, Видавництво СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2020

23. The strategy of informing and tactics of its realization in the polemical discourse of the print mass media, <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202128408007>, 2021

24. Вусик Г. М. Сучасний політичний дискурс як об’єкт лінгвістичних досліджень, 2020.

25. Корецька Д. Д. Політичний дискурс, 2020, 8 с.