

УДК 808.51: 81'42
DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2659.2022.31.16>

Наталія Талавіра, канд. філол. наук, доц.
ORCID: 0000-0002-5600-5893
e-mail: n_talavira@ukr.net

Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, Ніжин, Україна

ОПОСЕРЕДКОВАНЕ ПЕРЕКОНАННЯ ПРИ ВИСВІТЛЕННІ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ У НОВИНАХ: ЕТОС, ПАФОС ЧИ ЛОГОС?

Запропонована розвідка порівнює структуру і використані вербальні засоби у трьох текстах: зверненні президента В. Зеленського до британського парламенту, англійському та американському новинних повідомленнях, які репрезентують зміст промови для масового читача. Метою статті є встановлення опосередкованих засобів впливу на аудиторію, які задіяні журналістами під час процесу медіатизації публічного виступу. Використаний лінгвориторичний підхід дозволив прослідкувати трансформації на етапі диспозиції, тобто організації ідей та аргументів, та елокуції, пов'язаній з їхнім мовним оформленням. Висвітлення змісту промови українського лідера у британському онлайн виданні виконано за допомогою емоційно-аргументативної моделі, за якої здійснюється звернення до пафосу як способу переконання, що ґрунтується на емоціях і базових потребах масової аудиторії, з одного боку, і до логосу, котрий спирається на прямі цитати з промови В. Зеленського, які виступають підтвердженням аргументів і тез журналіста, з іншого боку. Із погляду диспозиції, новинний текст складається з трьох частин: вступу, основної частини та заключної, тоді як в елокутивному аспекті задіяні конструкції відображають апеляцію до пафосу у вступі та заключній частині, актуалізуючи базову потребу в належності та безпеці, а також зображуючи відчуття жалю, співчуття і підтримки. В основній частині повідомлення використані конструкції, ідентичні вжитим В. Зеленським, при представленні паралелей між двома картинами світу, українською та британською, і боротьбі з ворогом, тоді як модифіковані конструкції відображають жорстокості та втрати в нашій державі. Американський новинний текст побудований за авторитетно-аргументативною моделлю трансформації: автори спираються на відомі особистості під час тлумачення змісту промови В. Зеленського та цитують його звернення для акцентуації власних тез. Апеляція до етосу здійснюється за рахунок авторитету Вінстона Черчілля, Вільяма Шекспіра та Бориса Джонсона в заголовку і фонових блоках новинного тексту, тоді як звернення до логосу прослідковується у використанні ідентичних конструкцій як прямі цитати українського президента.

Ключові слова: публічний виступ, новинний текст, риторика, переконання, етос, пафос, логос.

Вступ. Виклики, які постали перед нашою країною у зв'язку з війною з Росією, спричиняють пошук нових способів боротьби з агресором. Одним із них є звернення до міжнародних спільнот із метою активації їхньої підтримки України на найвищому рівні. Водночас виступи президента збирають велику аудиторію не лише в залах парламентів різних країн, але й отримують доступ до пересічних людей завдяки висвітленню змісту його звернення на шпальтах газет і чисельних новинних сайтах. Цілком логічно, що структура, об'єм промови, використані вербальні засоби зазнають модифікацій, що зумовлено цілями і специфікою новинного дискурсу: стисло й оперативно повідомити своїх читачів про найголовніші події у світі. Актуальність даної розвідки вбачаємо у її суголосності скерованості сучасних досліджень у сфері когнітивної медіа-риторики, яка "вивчає вплив дискурсу ЗМІ на людину з опертям на традиції минулого, потреби сьогодення і перспективи майбутнього" [1, с. 10]. Наше дослідження дає можливість вивчити процеси, які відбуваються під час написання новинного тексту на основі публічної промови, і відобразити способи апеляції до міжнародної аудиторії стосовно подій в Україні.

Метою дослідження є встановлення засобів впливу на масову читацьку аудиторію під час трансформації композиції і змісту звернення президента Зеленського до парламенту Великої Британії в березні 2022 р. у новинних текстах двох онлайн-видань: британського (www.bbc.com) та американського (nypost.com). Для досягнення поставленої цілі необхідно розв'язати такі **завдання**: визначити моделі побудови публічного виступу українського лідера й новинних повідомлень, присвячених його зверненню; виокремити конструкції у трьох аналізованих текстах і поділити їх на групи з опертям на ідентичність або відмінність їхніх компонентів; з'ясувати моделі впливу на адресата, застосовані британським і американським виданнями.

Об'єктом дослідження є публічні виступи та новинні тексти, які висвітлюють їхній зміст, а **предметом**

вивчення – трансформаційні моделі, задіяні у медійних повідомленнях.

Методологія дослідження. Трансформації, використані під час викладу змісту тексту одного жанру засобами іншого, перебувають у центрі уваги сучасних мовознавців [див.: 5, с. 8]. Вважається, що новинні тексти медіатизують публічні виступи політиків і відомих осіб за рахунок того, що ключові елементи культурної та соціальної діяльності набувають медійних форм [14, с. 48], тобто, у нашому випадку, риси політичного дискурсу поєднуються з новинним. Як ритор, так і автор новинного повідомлення намагаються переконати масову аудиторію прийняти і підтримати представлені ідеї й аргументи [15; 18, с. 14]. Проте адресати можуть відреагувати в непрямий спосіб за допомогою коментарів та обміну думками з іншими слухачами або читачами [10, с. 145]. Водночас загальна аудиторія не є однотипною групою і не має спільного "досвіду, системи цінностей чи дискурсивних практик" [18, с. 19]. Як наслідок, заради апеляції до більшого кола читачів структура і зміст політичної промови зазнають змін у новинному тексті за рахунок прямих і непрямих цитат [18, с. 17, 19], фільтрування фактів, уточнення певних ідей [4, с. 121], роз'яснення незрозумілих реалій, субституції мовних одиниць [2, с. 82; 8, с. 580].

Ця стаття пропонує новий погляд на лінгвістичний аспект медіатизації за допомогою лінгвориторичного підходу з опорою на твердження, що "політична діяльність не існує без використання мови" [9, с. 3], адже висвітлення будь-яких повідомлень і звернень політичних лідерів здійснюється мовними одиницями, які включають конструкції, тобто більш або менш складні зразки, що поєднують форму та значення у традиційний і некомпозиційний спосіб, є "надійною вказівкою загального значення речення" [11, с. 107] і зберігаються в готовому вигляді у пам'яті користувачів мови [12, с. 27]. Водночас з урахуванням їхньої семантики та структури конструкції поділяють

© Талавіра Наталія, 2022

на ідентичні й модифіковані [2, с. 83]. Ідентичні конструкції мають однакову або максимально подібну форму та семантику, тоді як модифіковані зберігають лише ключові слова, заміщуючи інші більш абстрактними або конкретними за значенням компонентами [ibid.].

У риторичному аспекті ми розглядаємо обидва жанри текстів – і публічний виступ, і новинне повідомлення – з урахуванням канонів інвенції, пов'язаної з відбором теми, диспозиції, що полягає у лінеаризації ідей, та елокуції, тобто вербалізацією змісту [7, с. 12; 17, с. 48]. Крім того, плануючи свій виступ, політик чи відома особистість обирає певний спосіб впливу на аудиторію, до яких зараховують етос, пов'язаний із саморепрезентацією риторика і створюваним ним образом [17, с. 152–153]; пафос, який охоплює емоції, і логос, що діє на розум [1, с. 27; 6, с. 43]. У новинному дискурсі етос корелює з виступами людей, які мають високий статус: лідери держав і політичних партій, топові виконавці чи відомі експерти [1, с. 28], тому в повідомленнях часто використовують цитати висловів авторитетних особистостей. Пафос є найбільш сильним засобом впливу на аудиторію [17, с. 156] через апеляцію до емоцій або базових потреб [1, с. 32], до яких зараховують фізіологічні, у безпеці, належності, репутації / повазі і самоактуалізації [21, с. 35–47]. Звертаючись до логосу, журналісти оперують чіткими тезами й аргументами.

Наш аналіз передбачає три етапи. По-перше, ми зіставимо текстову організацію звернення Зеленського [3] із новинними повідомленнями [13; 16], які висвітлюють його виступ, з метою встановлення особливостей лінеаризації тез та аргументів. По-друге, ми виділимо конструкції, які ідентичні або подібні у висхідному тексті й у кожній із двох статей, задля порівняння та з'ясування задіяних журналістами трансформацій мовних одиниць. По-третє, встановимо, до якого опосередкованого способу переконавання – етосу, логосу або пафосу – вдалися автори новинних текстів заради впливу на якомога більшу аудиторію.

Результати дослідження. Звернення президента України до британського парламенту вирізняється у двох аспектах: воно зроблено під час військових дій у країні, крім того сам виступ був першим в історії, коли лідер іншої держави звертався до членів Палати Громад, Палати Лордів і їхніх помічників безпосередньо у приміщенні їхнього законодавчого органу влади. Власне винятковість цієї події спричинила, на нашу думку, різне композиційне та лінгвальне оформлення новинних текстів у британському й американському виданнях.

Промова Зеленського у стінах парламенту Великої Британії [3] може поділятися на п'ять частин: вступ, який включає привітання слухачів та окреслення теми виступу; основна частина, що містить опис перших 13 днів війни в Україні; внутрішнє узагальнення, де йдеться про захист своїх громадян і подано відповідь на прототипове питання Шекспіра; передкінцева частина, яка подає обіцянку захищати країну в усіх її куточках і є суголосною промові Черчілля; і кінцева частина, що закликає британців надати допомогу у війні з нападниками.

Опосередковане переконавання аудиторії здійснюється за допомогою двох моделей залежно від обраного способу впливу: емоційно-аргументативної та авторитетно-аргументативної.

Висвітлення цього виступу у британському онлайн виданні [16] побудоване згідно з емоційно-аргументативною моделлю, яка полягає в апеляції до пафосу через переживання чи базові потреби та з опертям на логос, представлений прямим цитуванням президента

Зеленського, яке є підтвердженням висловлених ним ідей і тез у виступі перед британським парламентом. Значена модель текстопобудови прослідковується як у структурі повідомлення, так і у вжитих лінгвальних засобах: ідентичних і модифікованих конструкціях та оригінальних авторських мовних одиницях.

Диспозиційно новинний текст складається з трьох частин: вступу, основної частини та заключної. Вступ містить інформацію про присутніх у залі парламенту, їхню підготовку до прослуховування промови іноземною мовою та вигляд президента Зеленського під час виступу. Основна частина статті пропонує стислий виклад ідей звернення. Заключний блок відображає реакцію членів парламенту на виступ та українського президента на результат своєї промови.

В елокутивному плані новинне повідомлення характеризується апеляцією до пафосу за рахунок вжитих вербальних засобів. У заголовку статті конструкції *rise as one* та *in show of solidarity* актуалізують базову потребу в належності, на що вказують семи відповідно *'people in a group'* та *'general agreement'*, *'shared aim'* у їхніх значеннях [19; 20].

У вступі превалюють предикатні конструкції, які вказують на перебування парламентарів у групі, в одному приміщенні [20]: *crammed into every corner*, *packed the public galleries*, *huddled close*, на противагу президентові, який був на екрані один *alone at his desk*, тобто протиставляється перебування британських політиків разом і українського лідера наодинці.

Основна частина новинного тексту апелює до логосу, висвітлюючи зміст звернення Зеленського за допомогою 6 ідентичних і 8 модифікованих конструкцій. Ідентичні конструкції задіяні автором повідомлення для того, щоб провести паралелі між картинами світу двох народів, які мають велику історію ("*big history*"), борються з ворогом ("*Just in the same way you didn't want to lose your country when Nazis started to fight your country, you had to fight*") або шукають відповідь на екзистенційне питання ("*To be or not to be?*"). Натомість модифіковані одиниці репрезентують ситуацію в Україні: біль, страждання та жорстокості, напр., *Bombs falling on schools. Churches destroyed. Children's hospitals attacked*; передають слова вдячності Британії, напр., *thanked the UK for its support*, і заклик до допомоги, напр., *tighten sanctions still further, protect Ukraine's skies*.

Заключна частина британського новинного тексту відзначається апеляцією до пафосу у трьох аспектах. По-перше, представлені конструкції відображають сильні емоції, викликані виступом Зеленського (*visibly affected many MPs*); називають конкретні відчуття, зокрема жаль (*speech was poignant*) і співчуття (*glistening eyes*); репрезентують щире підтримку (*nodding fervently along; heartfelt support*). По-друге, автор тексту використав мовні одиниці, які передають схвалення адресатами промови президента (*stood again, to applaud; saluting him*). По-третє, конструкції *European security* та *in such danger* апелюють до потреби у безпеці.

Авторитетно-аргументативна модель трансформації публічного виступу в новинний текст представлена в американському виданні [13] за рахунок апеляції до етосу, тобто звернення до історичних постатей, відомих осіб, з одного боку, і до логосу під час використання прямих і непрямих цитат риторика як аргументів у висвітленні змісту промови, з іншого боку.

У диспозиційному плані ідей й аргументи, представлені Зеленським у зверненні подані в такому порядку: обіцянка не здаватися і прохання про допомогу в

боротьбі; питання про майбутнє України; повідомлення про кількість загиблих російських солдат; прохання продовжити економічні санкції; звернення до Бориса Джонсона і вдячність за його особисту допомогу.

Апеляція до етосу здійснюється за рахунок авторитету Вінстона Черчилля, Вільяма Шекспіра та Бориса Джонсона в заголовку та фонових блоках новинного тексту.

У заголовку звернення до етосу відображено за рахунок конструкції *channels Winston Churchill*, яка акцентує постать колишнього прем'єр-міністра Великої Британії, що мав великий вплив під час Другої світової війни. У фоновому блоці основної частини новинного повідомлення заповнено лакуни, які можуть бути в американських читачів: процитовано слова Черчилля, названо місце (*in the same chamber*) і час (*June 4, 1940*) промови, а також події, що викликали необхідність цього виступу: прохання США про допомогу (*a clear appeal to the US for aid*), можливість нападу нацистів (*a Nazi invasion of England was looming*), вимушена евакуація британських військ із Дюнкерка (*the massive evacuation of around 340,000 British*).

Авторитет Вільяма Шекспіра використаний як фонова інформація про автора всесвітньовідомого питання, озвученого його героєм Гамлетом з однойменної п'єси (*opening phrase of Hamlet's soliloquy in the famed drama*).

Апеляція до теперішнього прем'єр-міністра Великої Британії, Бориса Джонсона, не містить історичних ракурсів, адже цей лідер добре відомий у всьому світі. Натомість автор новинного тексту подає реакцію цього політика на виступ Зеленського, яка полягає в обіцянці продовжувати тиснути на Росію в економічному плані (*keep up the economic pressure on Russia*), а далі наведено прямі цитати його заяви в аспекті наступних дій як Британії, так і її союзників.

Із погляду елокуції звернення президента України представлено у проаналізованому повідомленні за допомогою 11 ідентичних і 6 модифікованих конструкцій, які є аргументами-підтвердженнями основних ідей риторика. Водночас ідентичні конструкції акцентують готовність українців боротися за кожен клаптик власної землі: *"We will not give up. We will not lose. We will fight till the end at sea and in the air"*, Zelensky said. *"We will fight in the forests, in the fields, on the shores, in the streets"*.

Крім того, ідентичні мовні засоби використані для репрезентації цілі боротьби: *"The question for us now is: To be or not to be?"* Zelensky said. *"I can give you a definitive answer — it's definitely, 'Yes. To be'"*.

Ідентичні конструкції відображають заклики Зеленського до британського парламенту (*"make sure our Ukrainian skies are safe"*) і звертання безпосередньо до Джонсона (*"I'm very grateful to you, Boris"*).

Модифіковані конструкції використані як тези, які узагальнено репрезентують американському адресату ключові положення виступу і представлені в тексті безпосередньо перед ідентичними конструкціями, наприклад, *Ukraine was fighting for its very existence; to step up economic sanctions against Russia; directly addressed British Prime Minister Boris Johnson*.

Висновки. Запропонована розвідка показала, що висвітлення звернення політиків у новинному дискурсі залежить від картини світу читачів видання та концептів, які притаманні кожній нації. У британському варіанті преважує апеляція до пафосу, тому що виступ будь-якого політика є значущою подією для їхнього парламенту, а тому автор зосередився на емоціях і реакції безпосередніх адресатів. Американський новинний текст подає цю подію у віддаленій перспективі, з урахуванням власного

досвіду і потреб його співвітчизників, як наслідок, таке відмежування від пафосу зумовило апеляцію до етосу, тому що роль лідера, авторитет політика надзвичайно важливі у їхній картині світу. Відсутність достатніх знань, певне відсторонення від британців і їхньої історії відображено у великій кількості історичних екскурсів задля полегшення розуміння змісту промови Зеленського. Водночас обидва повідомлення спіралися на логос у своєму опосередкованому переконанні читачів, використовуючи безліч прямих цитат Президента України, поданих як ідентичні конструкції та аргументи тез журналістів. Подальше дослідження вбачаємо в зіставленні виступів лідера України перед публікою інших держав і новинних представлень змісту цих звернень.

Список використаних джерел

1. Потапенко С. И. Когнитивная медиа-риторика: бытование конфликта-кризиса в англоязычных интернет-новостях / С. И. Потапенко. – Киев: Изд. центр КНЛУ, 2021.
2. Талавіра Н. М. Конструкційна основа представлення інаугураційної промови в новинних текстах / Н. М. Талавіра // Південний архів (філологічні науки). – 2020. – № 81. – С. 81–85.
3. Address by the President of Ukraine to the Parliament of the United Kingdom. – URL: <https://www.president.gov.ua/en/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-do-parl-73441> (дата звернення: 30.05.2022).
4. Blackledge A. Discourse and Power in a Multilingual World. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing, 2005.
5. Bondi M., Cacchiani S., Mazzi D. Discourse In and Through the Media: Recontextualizing and Reconceptualizing Expert Discourse / M. Bondi et al. – Cambridge: Scholars Publishing, 2016.
6. Burke M. Rhetoric and Persuasion / M. Burke // The Cambridge Encyclopedia of the Language Sciences. – Cambridge: Cambridge University Press, 2007. – P. 43–45.
7. Burke M. Rhetoric and poetics: the classical heritage of stylistics / M. Burke // The Routledge handbook of stylistics. – New York: Routledge, 2014. – P. 11–31.
8. Busch B. Media, politics and discourse interactions / B. Busch // Concise Encyclopedia of pragmatics. – Oxford: Elsevier, 2009. – P. 577–583.
9. Chilton P. Politics as Text and Talk: Analytical Approaches to Political Discourse / P. Chilton, C. Schäffner. – Benjamins; Amsterdam, 2002.
10. Fetzer A. Political discourse as mediated and public discourse / A. Fetzer, E. Weizman // Journal of Pragmatics. – 2006. – Vol. 38(2). – P. 143–153.
11. Goldberg A. E. Constructions at work. The nature of generalization in language / A. E. Goldberg. – New York: Oxford University Press, 2006.
12. Goldberg A. E. Explain Me This. Creativity, Competition, and the Partial Productivity of Constructions / A. E. Goldberg. – Princeton: Princeton University Press, 2019.
13. Golding B., Simko-Bednarski E. Zelensky channels Winston Churchill in rousing speech to UK Parliament / B. Golding, E. Simko-Bednarski. – URL: <https://nypost.com/2022/03/08/zelensky-asks-uk-parliament-to-recognize-russia-as-terrorist-state/> (дата звернення: 30.05.2022).
14. Hjarvard S. From Bricks to Bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry / S. Hjarvard // European Culture and the Media. – Bristol: Intellect Books, 2004. – P. 43–63.
15. Iyengar S. Media Politics: A Citizen's Guide / S. Iyengar, J. McGrady. – New York, W.W. Norton, 2007.
16. Kuenssberg L. Zelensky speech: MPs rise as one in show of solidarity with Ukraine / L. Kuenssberg. – URL: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-60664488> (дата звернення: 30.05.2022).
17. Lauer J. M. Invention in Rhetoric and Composition. – Indiana: Parlor Press, 2004.
18. Lauerbach G. E., Fetzer A. Introduction. Political Discourse in the Media: Cross-cultural Perspectives / G. E. Lauerbach, A. Fetzer // Political Discourse in the Media: Cross-cultural Perspectives. – Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing, 2007. – P. 3–30.
19. Longman Dictionary of Contemporary English. – URL: <https://www.ldoceonline.com/> (дата звернення: 26.05.2022).
20. Macmillan Dictionary. – URL: <https://www.macmillandictionary.com/> (дата звернення: 26.05.2022).
21. Maslow A. H. (1970). Motivation and Personality / A. H. Maslow. – New York: Harper & Row Publishers.

References

1. Potapenko, S.I. (2021). Kognitivnaia media-ritorika: bytovanie konflikta-krizisa v angloiazychnykh internet-novostiakh. [Cognitive media rhetoric: the existence of conflict-crisis in English Internet news]. Kiev: Izdatelskiy tsentr KNLU. (In Rus.).
2. Talavira, N.M. (2020). Konstruktsiyna osnova predstavleniia inahuratsiynoyi promovy v novynykh tekstakh. [Constructionist basis of reporting inaugural speech in news texts]. *Pivdennyi arkhiv (filolohichni nauky)*. 81. p. 81-85. (In Ukr.).

3. Address by the President of Ukraine to the Parliament of the United Kingdom. URL: <https://www.president.gov.ua/en/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-do-parl-73441> (дата звернення: 30.05.2022).
4. Blackledge, A. (2005). *Discourse and Power in a Multilingual World*. Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins Publishing.
5. Bondi, M., Cacchiani, S., Mazzi, D. (2016). *Discourse In and Through the Media: Recontextualizing and Reconceptualizing Expert Discourse*. Cambridge Scholars Publishing.
6. Burke, M. (2007). Rhetoric and Persuasion. *The Cambridge Encyclopedia of the Language Sciences*. Cambridge: Cambridge University Press. p. 43–45.
7. Burke, M. (2014). Rhetoric and poetics: the classical heritage of stylistics. *The Routledge handbook of stylistics*. New York: Routledge. p. 11–31.
8. Busch, B. (2009). Media, politics and discourse interactions. *Concise Encyclopedia of pragmatics*. Oxford: Elsevier. p. 577–583.
9. Chilton, P., Schäffner, C. (2002). *Politics as Text and Talk: Analytical Approaches to Political Discourse*. Benjamins, Amsterdam.
10. Fetzer, A., Weizman, E. (2006). Political discourse as mediated and public discourse. *Journal of Pragmatics*. 38(2). p. 143–153.
11. Goldberg, A. E. (2006). *Constructions at work. The nature of generalization in language*. New York: Oxford University Press.
12. Goldberg, A. E. (2019). *Explain Me This. Creativity, Competition, and the Partial Productivity of Constructions*. Princeton: Princeton University Press.
13. Golding, B., Simko-Bednarski, E. (2022). Zelensky channels Winston Churchill in rousing speech to UK Parliament URL: <https://nypost.com/2022/03/08/zelensky-asks-uk-parliament-to-recognize-russia-as-terrorist-state/> (дата звернення : 30.05.2022).
14. Hjarvard, S. (2004). From Bricks to Bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry. *European Culture and the Media*. Bristol: Intellect Books. p. 43–63.
15. Iyengar, S., McGrady, J. (2007). *Media Politics: A Citizen's Guide*. New York, W.W. Norton.
16. Kuenssberg, L. (2022). Zelensky speech: MPs rise as one in show of solidarity with Ukraine. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-60664488> (дата звернення: 30.05.2022).
17. Lauer, J. M. (2004). *Invention in Rhetoric and Composition*. Indiana: Parlor Press.
18. Lauerbach, G. E., Fetzer, A. (2007). Introduction. Political Discourse in the Media: Cross-cultural Perspectives. *Political Discourse in the Media: Cross-cultural Perspectives*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.
19. *Longman Dictionary of Contemporary English*. URL: <https://www.ldoceonline.com/> (дата звернення: 26.05.2022).
20. *Macmillan Dictionary*. URL: <https://www.macmillandictionary.com/> (дата звернення: 26.05.2022).
21. Maslow, A.H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row Publishers.

Надійшла до редколегії 30.04.22

Nataliia Talavira, PhD in Philology, Associate Professor
 ORCID: 0000-0002-5600-5893
 e-mail: n_talavira@ukr.net
 Nizhyn Mykola Gogol State University, Nizhyn, Ukraine

MEDIATED PERSUASION IN PRESENTING A PUBLIC SPEECH IN NEWS: ETHOS, LOGOS OR PATHOS?

The proposed research compares the structure and verbal means implemented in three texts: President V. Zelensky's address to the British Parliament, English and American news texts, which represent the content of the speech to the mass reader. The aim of the article is to establish mediated means of influencing the audience, used by the journalists during the process of mediatization of the public speech. The applied linguorhetorical approach allowed us to investigate the transformations at the stage of disposition, i.e. the organization of ideas and arguments, and elocution associated with linguistic means. The coverage of the Ukrainian leader's speech in the British online edition is based on the emotional-argumentative model, which addresses pathos as a means of persuasion connected with emotions and basic needs of the mass audience, on the one hand, and logos presupposing direct quotes from V. Zelensky's address to support the arguments and theses of the journalist, on the other hand. From the point of view of disposition, the news text consists of three parts: introduction, main part and conclusion, while in the vein of elocution the constructions reflect the appeal to pathos in the introduction and in the conclusion, actualizing the basic needs for belongingness and security and depicting feelings of pity and support on the part of MPs. The main part of the English news text contains constructions identical to those used by V. Zelensky to represent parallels between the Ukrainian and British worldviews and the fight against the enemy, while modified constructions reflect the atrocities and losses in our country. The American news text is based on the authoritative-argumentative transformation model: the authors rely on famous people when interpreting the content of V. Zelensky's speech and quote statements from his address to emphasize their own theses. The appeal to ethos is represented by the authority of Winston Churchill, William Shakespeare and Boris Johnson in the headline and background blocks of the news text, while the appeal to logos is reflected in the use of identical constructions as direct quotes of the Ukrainian president.

Keywords: public speech, news text, rhetoric, persuasion, ethos, pathos, logos.