

*А. О. Негуляева,
студентка факультету
іноземних мов
Л. О. Луценко,
кандидат філологічних
наук, доцент
Криворізький державний
педагогічний університет*

СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО ОБРАЗУ БОРИСА ДЖОНСОНА

Негуляева А. О., Луценко Л. О. Стилiстичнi засоби реалiзацiї полiтичного образу Бориса Джонсона.

У статті проаналізовано основні підходи до трактування поняття політичного іміджу та його класифікацію. Також було розглянуто специфіку використання стилістичних засобів англійської мови в реалізації політичного образу Б. Джонсона та окреслено подальшу перспективу дослідження даної теми.

Ключові слова: політика, політичний імідж, стилістика, стилістичні засоби.

Негуляева А. О., Луценко Л. А. Стилистические средства реализации политического образа Бориса Джонсона.

В статье проанализировано основные подходы в трактовке понятия политического имиджа и его классификацию. Также было рассмотрено специфику использования стилистических приемов английского языка в реализации политического образа Б. Джонсона и очерчена дальнейшая перспектива исследования данной темы.

Ключевые слова: политика, политический имидж, стилистика, стилистические приемы.

Negulyaeva A., Lutsenko L. Stylistic means of realizing the political image of Boris Johnson.

The article analyzes the main approaches to the interpretation of the concept of political image and its classification. The specifics of the use of stylistic devices of English language in the implementation of the political image of B. Johnson was also examined, and a further prospect for the study of this topic was outlined.

Key words: politics, political image, stylistic, stylistic devices.

Постановка проблеми. Реалії сьогодення такі, що політика пронизує усі сфери людської діяльності і є невід'ємною складовою взаємодії політиків та народу в як окремій країні, так і знаряддям

регулювання та формування взаємовідносин між різними країнами світу в цілому. Отримати важелі впливу, здобути владу та втримати її — основна мета створення політичного образу з метою реалізації емоційно-психологічного впливу на обрану цільову аудиторію, політики вдаються до багатьох засобів та прийомів при створенні свого політичного іміджу, зокрема використання стилістичних засобів та мистецтва риторики, адже ці засоби вважались найефективнішими ще з часів Стародавньої Греції та Риму і по сьогоднішня.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою пошуку ефективних шляхів реалізації та підтримки позитивного політичного образу сучасного політичного діяча в мас-медіа через засоби мовленнєвої виразності займалися наступні В. Борисенко, О. Гриценко, О. Грищенко, С. Денисюк, Н. Деренчук, В. Карлова, В. Кривошеїн, Й. Лося, В. Музальов, Г. Почепцов, В. Пугачов, У. Строубл, А. Чічановській, В. Шкляр, О. Яременко.

Мета нашої роботи — дослідити особливості застосування стилістичних засобів з метою ідентифікації політичного іміджу Бориса Джонсона.

Виклад основного матеріалу. Політика як «мистецтво управління державою» є багатогранним феноменом. Вона спрямована на отримання та збереження важелів впливу на людей, встановлення певних владних відносин. Політика — діяльність людей, спрямована на реалізацію особистих і групових інтересів і цінностей щодо влаштування соціального світу [3, с. 567].

Політичний імідж — це складний, багатофакторний феномен, специфіка конструювання якого пов'язана з особливістю політики як виду діяльності, її місця в житті людей і характером діяльності політичного лідера чи організації. Роль ефективного політичного іміджу виявляється як у високому рейтингу популярності його носія, так і в можливостях впливу на громадську думку, в можливостях активного формування політичної діяльності держави і суспільства в цілому [4, с. 47].

Можна виокремити три точки зору щодо природи виникнення політичного іміджу. Перша полягає в тому, що імідж може взагалі не пов'язуватися з реальними характеристиками суб'єкта, якому він належить. Згідно з другою думкою, імідж є певним відображенням сутності особистості. Прихильники третьої точки зору визнають подвійну детермінацію сутності іміджу: йдеться про його залежність як від реальності, так і від цілеспрямованого конструювання [1, с. 31].

В науковій літературі зустрічаються різноманітні критерії для класифікації іміджу. В залежності від того, для пробудження яких емоцій він створюється, виділяють: позитивний і негативний. За механізмом формування і розповсюдження він є: 1) такий, що виникає у масовій свідомості стихійно; 2) такий, що сформований штучно, цілеспрямовано впроваджуваний у масову свідомість за допомогою різного інструментарію. Дані класифікації переплітаються, утворюючи такі типи іміджу: стихійний позитивний, стихійний негативний, штучний позитивний, штучний негативний [2, с. 648–654].

Політичний імідж виступає певним зв'язком між індивідуумом і політичним діячем. Він відображає інтереси аудиторії, інтереси політика і намагається їх поєднати. Дія іміджу полягає в тому, що населення отримує інформаційний і політичний продукт, який максимально відповідає їх інтересам [5, с. 278].

Соціально-політичні процеси знаходяться в безпосередньому зв'язку з інформаційно-комунікаційними процесами, які відбуваються в сучасному суспільстві. Якщо раніше влада була у того, хто мав гроші, то тепер вона у того, хто має інформацію. Як зв'язок між індивідуумом і політичним діячем, політичний образ знаходиться в безпосередньому зв'язку з інформаційно-комунікаційними процесами. Мас-медіа стали основним інструментом впливу на соціальну свідомість. Так, для створення політичного іміджу, політики звертаються до таких засобів, як друківані періодичні видання, телебачення, радіо, інтернет з метою розповсюдження політичної агітації, програм та інформації, що дискредитує опонентів; формування громадської думки та завоювання аудиторії виборців. Через джерела масової інформації відбувається процес цілеспрямованого формування у цільової аудиторії «привабливого та вигідного» для політичного діяча образу.

Стилістика як галузь лінгвістики, яка досліджує принципи і ефект вибору та використання лексичних, граматичних, фонетичних та взагалі мовленнєвих засобів для передачі думки та емоції в різних умовах комунікації привертає до себе увагу з кожним роком все більше і більше. Вона вивчає комунікативні та номінативні ресурси мовленнєвої системи та принципи добору та використання мовленнєвих засобів з метою досягнення певних прагматичних результатів. Предметом стилістики є засоби реалізації комунікативної та пізнавальної функції мови, яка забезпечує ефективність мовленнєвої діяльності людини. Цілком комунікації завжди виступає передача інформації, а досягнення її можливе лише шляхом цілеспрямованого підбору та використання усього розмаїття засобів, які є в системі будь-якої мови.

Стилістика є одним із найефективніших засобів формування у цільовій аудиторії «привабливого та вигідного» політичного іміджу, яка досліджує принципи і ефект вибору та використання лексичних, граматичних, фонетичних та взагалі мовленнєвих засобів для передачі думки та емоції в різних умовах комунікації.

Стилістичні засоби англійської мови вивчаються різними підрозділами стилістики і призначені для посилення образно-виразної функції мовлення. Виокремлюють фонетичні, морфологічні, лексичні, синтаксичні та семасіологічні засоби стилістики. Фонетичні засоби виразності вивчають три основних способи організації звукового потоку: алітерацію, асонанс та звукозапис. Морфологічна стилістика вивчає стилістичні прийоми на морфологічному рівні. Конотативні значення слів, як засобу виразності мови на лексичному рівні, вивчає лексична стилістика. Стилістичний синтаксис досліджує експресивні можливості порядку слів, типів речень, типів синтаксичного зв'язку, що виражаються наступними прийомами художньої виразності: паралелізм, хіазм, анафора, епіфора, риторичне запитання та вставні речення. Стилістична семасіологія вивчає стилістичну значущість одиниць декількох рівнів — слова, словосполучення, вислову та тексту. До семасіологічних стилістичних засобів виразності відносять фігури заміщення (метонімія, метафора, епітет, алегорія, іронія, гіпербола та мейозис та ін.) та фігури суміщення (порівняння, синоніми, антитеза, оксюморон, каламбур, розрядка та ін.).

Детальний аналіз результатів мовленнєвої діяльності політиків дозволяє дійти висновку, що політичні діячі цілеспрямовано використовують художні засоби виразності для створення позитивного політичного образу з метою реалізації бажаного психолого-емоційного впливу.

Чинний прем'єр міністр Великобританії Борис Джонсон є уособленням високоінтелектуального та інтелігентного політика, а саме тому привертає увагу до своєї особистості та діяльності. Його мовленнєва діяльність є яскравим прикладом влучного використання стилістичних засобів у створенні позитивного політичного образу. Слід зазначити, що Велика Британія — країна з багатою культурою та традиціями, що підтверджується існуванням монархії, унікальною історією та високим рівнем національної свідомості. Це країна «читачів газет». Борис Джонсон обрав такий ефективний спосіб впливу на свідомість громадян, як видання статей в таких популярних газетах та журналах Британії, як «*The Daily Telegraph*» (1994–1999 займав посаду заступника головного редактора, 2018–2019 веде власну щотижневу

колонку в виданні), «*The Spectator*» (з 2000–2005 головний редактор) та з 1998 року співпрацював з ВВС у програмі «*Have I Got News for You*», адже формування політичного іміджу в наш час неможливо без використання засобів масової інформації.

Особливостями комунікативного іміджу чинного прем'єр міністра Великої Британії є широке використання мовленнєвих засобів виразності в статтях на тему «Brexit», що були опубліковані у тижневику «*The Daily Telegraph*» протягом березня-липня 2019 року, адже на сьогоднішній день найактуальнішою та найболючішою темою для Великої Британії є тема виходу з Європейського Союзу.

В проаналізованих статтях прем'єр-міністра нами було виявлено 290 стилістичних засобів, серед яких 80% семантико-стилістичні (антитеза, гіпербола, порівняння, метонімія, епітети та метафори) та 20% синтаксично-стилістичні (анафора, риторичне запитання та вставне речення).

Найуживанішими з експресивних синтаксичних засобів виразності в статтях Б. Джонсона є риторичні запитання, анафора та ввідне речення.

Автор, не чекаючи відповіді, але для підкреслення трагічності та надзвичайності ситуації, ставить провокаційні запитання, такі як: «*And what has happened instead?*» [9], «*Is it really true that they are all panicked about the risk of leaving with no deal? Do they really believe Project Fear's assertions about a murrain on our cattle and a plague of frogs?*» [9] та ін. Через риторичні запитання автор висловлює свій погляд та обурення на ситуацію, що склалося, підкреслює невдоволення.

Прикладом синтаксично-експресивного вживання Б. Джонсоном такого засобу художньої виразності як анафора можуть бути наступні: «*It is wrong... It is both shameful... It is a scandal that we are not in fact doing so*» [11], «*We have blinked. We have baulked. We have bottled it completely. We have now undergone the humiliation*» [11], «*We are on the horns of a dilemma. We are between a rock and a hard place*» [9] та ін. Застосуванням анафори автор надає ритмічності та емоційності мовленню, загострює значущість проблеми та привертає увагу потенційних виборців.

Вставні речення застосовуються автором доволі часто для розширення змісту висловлювання, надання йому більш експресивного характеру та відображення ставлення автора до подій, що описуються. Наприклад: «*following the PM's decision to step down*» [10], «*here is the kicker*» [11], «*when all the key questions are to be settled*» [11], «*look at corporation tax*» [10] та ін. Вони вводяться для підсилення ефекту

усього речення та надають йому яскравості та безпосередності, роблячи речення більш зрозумілими для аудиторії читачів.

Розглянемо семантико-стилістичні засоби. Б. Джонсон використовує антитезу для протиставлення подій, що відбуваються в країні з бажаними. Наприклад: «*It has been a long and parching March, but the oasis is finally in sight*» [6] — в дослівному перекладі: це був довгий та спекотний березень, але оазис вже у полі зору, що означає позитивне вирішення проблеми незабаром. Цим самим він підкреслює бездіяльність існуючого уряду та можливість змін при радикальних рішеннях нового уряду.

Гіперболи, такі як: «*utter humiliation*» [11] — повне приниження; «*utter catastrophe*» [6] — повна катастрофа; «*at the top of their voices*» [9] — найвищим голосом; «*absolutely essential*» [10] — абсолютно необхідно; використовуються автором для перебільшення проблеми. Вони посилюють виразність мовлення та підкреслюють значущість висловлювань.

Порівняння в реалізації політичного образу Б. Джонсона малопоширене явище, прикладом їх уживання можуть стати наступні висловлення: «*at that wonderful moment it will be as though the lights have come on at some raucous party*» [8] — автор порівнює вихід з ЄС з яскравим світлом гучної вечірки; «*as if a turbulent sea has withdrawn to expose the creatures of the shore*» [8] — порівняння подій, що відбуваються з бурхливим морем, яке після вирішення питання з ЄС відійде і «розкриє» всіх створінь суходолу. Порівняння, як мовленнєвий засіб виразності використовується прем'єр-міністром для зіставлення бажаного результату з соціальними сферами життя та природними явищами.

Метонімія, як засіб вторинної мовленнєвої номінації, представлена такими висловлюваннями: «*The Treasury was serious*» [11]; «*The House of Commons supports*» [11]; «*One Nation Tories understand*» [10]; «*Britain objects, Britain protests — but in the end Britain always signs up*» [7]; використовується для позначення владних структур, як єдиного цілого.

Поширеним засобом художньої виразності Б. Джонсона є епітети. Вони становлять 23% від загальної кількості. Епітети, що використовує автор, можна розділити на такі, що додають позитивного та негативного забарвлення висловлюванню.

Так для описання своєї праці та праці партії, до якої він належить, він використовує позитивно забарвлені епітети: «*passionate agreement*» [11] — палка згода; «*fantastic infrastructure*» [10] — фантастична інфраструктура; «*positively aching*» [6] — позитивно

вболівають; «*innovative economy*» [6] — новітня економіка; «*versatile and successful musicians*» [12] — універсальні та успішні музиканти та ін. Для висвітлення дій уряду, що діяв на час написання його статей, Борис Джонсон використовує негативно забарвлені епітети з метою підсилення ефекту дискредитації уряду. Наприклад: «*frail protection*» [7] — слабкий захист; «*toxic polarization*» [8] — токсична поляризація; «*trustingly assumed*» [11] — довірливо припустивши та інші.

Епітети з позитивною конотацією прем'єр-міністр уживає для підкреслення значущості своїх дій та намірів, в той час як епітети з негативною конотацією використовує для зображення дій та наслідків уряду. Це свідчить про цілеспрямоване формування в свідомості індивідумів «фантомного навантаження» позитивного образу самого прем'єра та окреслення іміджу діючого уряду з негативною конотацією.

Частотним засобом художньої виразності в статтях Б. Джонсона є метафори різних видів (50% від загальної кількості), а саме антропоморфна, соціальна, артефактна та природна. Наведемо приклади їх вживання Б. Джонсоном:

- Антропоморфна метафора представлені конструкціями, які виражають такі категорії людської діяльності як «Анатомія і фізіологія», «Духовність», «Хвороби»: «*Floating haired trouncing of socialism*» [11], «*We have blinked*» [11], «*to look our electorate in the eye*» [6], «*keep our eyes on the prize*» [6], «*PM genuinely had the 29th of March inscribed in her heart*» [11], «*the heart of the success*» та ін. Мета застосування таких метафор — ототожнення політичних процесів з самою людиною чи її частиною. Це допомагає народу сприймати політику як невід'ємну частину себе, зближує політичних діячів з народом.

- Соціальна метафора відображає порівняння політичних явищ через обряди і звичаї народу, такі соціальні сфери людського життя як театр, спорт, злочини: «*She would simply enact the mandate of both parliament and people*», «*wrestling with their consciences*» [9], «*the home of innovation and creativity*», [12] «*The people's day of jubilation has been hijacked*» [9], «*MPs who fought for Brexit*» [9], «*there will be Mars bars, and there will be drinking water*» [9], «*Brexit cacophony*» [10] та інші. Метафори цього виду поєднують політичні сфери з загальнонародськими, культурними та соціальними та вживається для підкреслення національних та культурних особливостей народу Великобританії, згуртовують народ навколо національних звичаїв, культури та цінностей.

• Артефактна метафора, як відображення реалій, що створені людською діяльністю виражена як порівняння з видами транспорту чи руху: «*voters who have drifted off to other parties*» [6], «*turbocharge the most innovative economy in Europe*» [6], «*date on which we may make our own departure*» [11], «*hijacking of the ship of state*» [9], «*And the planes will fly and the sun will come up in the morning*» [9], «*technological improvements that drive business confidence*» [6] та інші. Цей вид метафор вживається для вираження політичних процесів як таких, що рухаються та перебувають в постійній зміні, тобто постійному розвитку. Цим підкреслюється складність та багатогранність політичних процесів, їх динамічний характер.

• Метафори природи передають явища, що описує автор, через явища живої чи неживої природи: «*these suggestions would be paper tigers, turnip ghosts*» [11], «*was chickened out*» [11], «*chirruped*» [11], «*the impatience building like a giant thunderstorm on a hot June day*» [6], «*on the horns of a dilemma*» [9], «*between a rock and a hard place*» [9], «*the devil and the deep blue sea*» [9]. Вираження політичних процесів через явища природи надає мовленню емоційного забарвлення та експресивності. Політичні явища зіставляються з природними, які є невід'ємними та суттєвими для людини, що підкреслює їх значущість та невідворотність.

Аналіз індивідуальних мовленнєвих засобів Б. Джонсона дає змогу зробити висновок, що Борис Джонсон вживає метафори з метою адаптації писемного мовлення до аудиторії потенційних читачів та реалізації бажаного штучного позитивного образу.

Висновки з дослідження і **перспективи** подальших пошуків у даному науковому напрямку. За допомогою мистецтва риторики прем'єр-міністр створює «фантомне навантаження», яке сприяє реалізації його позитивного політичного іміджу в свідомості індивідуумів та робить його «близьким до народу», що підвищує його рейтинг та популярність серед виборців. Застосування Б. Джонсоном мовленнєвих засобів виразності в мас-медіа, зокрема в друкованих періодичних виданнях, забезпечує ідентифікацію його політичного образу з прототипом інтелектуального, високоінтелектуального, освіченого та серйозного політика. Активне використання стилістичних засобів в реалізації політичного іміджу Б. Джонсона з дає нам змогу для подальшого дослідження даної теми.

Список використаної літератури

1. Акайомова А. Політичний імідж та основні його характеристики / А. Акайомова. *Політичний менеджмент : наук. журнал* / голов. ред. Ю. Ж. Шайгородський. 2009. № 5. С. 29–35.

2. Денисюк С. Г. Формування позитивного іміджу України в умовах глобалізації. *Держава і право: Зб. наук. пр. Юридичні і політичні науки*. — Київ : Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2003. Випуск 22. С. 648–654.
3. Левенець Ю. Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. Київ: Парламентське видавництво, 2011. 808 с.
4. Кривошеїн В. В. Політичний імідж в аксеологічній структурі політичної ментальності українського народу. *Національна ідея у формуванні громадянського суспільства та правової держави в Україні (матер. конф.)*. К. АТ “Реклама”, 1999.
5. Почепцов Г. Імідж політичний. *Політична енциклопедія*. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. Київ : Парламентське видавництво, 2011. С. 278.
6. It’s been three long years since we voted to Leave — which is why we can, must and will do so by October 31 [Electronic resource]. *Mode of access* : URL: <https://www.telegraph.co.uk/politics/2019/06/23/three-long-years-since-voted-leave-can-must-will-do-october/> — Title from the screen.
7. No-deal is our Brexit bargaining chip and we must hold our nerve now more than ever. *Mode of access* : URL: <https://www.telegraph.co.uk/politics/2019/03/10/brussels-has-treated-british-government-condescension-bordering/> — Title from the screen.
8. Only a proper Brexit can spare us from this toxic polarization. *Mode of access* : URL: <https://www.telegraph.co.uk/politics/2019/04/14/proper-brex-it-can-spare-us-toxic-polarisation/> — Title from the screen.
9. The people’s day of jubilation has been hijacked by spineless pirates. *Mode of access* : URL: <https://www.telegraph.co.uk/politics/2019/03/26/peoples-day-jubilation-has-hijacked-spineless-pirates/> — Title from the screen.
10. The Tories need to get on with Brexit and learn to believe in Britain again. *Mode of access* : URL: <https://www.telegraph.co.uk/politics/2019/03/31/tories-need-get-brex-it-learn-believe-britain/> — Title from the screen.
11. Theresa May is a chicken who’s bottled Brexit. The only way forward is to come out of the EU now. *Mode of access* :

URL: <https://www.telegraph.co.uk/politics/2019/03/24/theresa-may-chicken-bottled-brex-it-way-forward-come-eu-now/> — Title from the screen.

12. We will prove Vladimir Putin wrong by leaving the EU by October 31. *Mode of access* : URL: <https://www.telegraph.co.uk/politics/2019/06/30/will-prove-vladimir-putin-wrong-leaving-eu-october-31/> — Title from the screen.