

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний лінгвістичний університет  
Кафедра англійської філології і філософії мови

Курсова робота  
**Лінгвальні засоби створення образу політика в сучасному  
англійськомовному дискурсі**

**Лейченко Каріни Ігорівни**  
студентки групи МЛа 06-21  
факультету германської філології і перекладу  
денної форми здобуття освіти  
спеціальності 035 Філологія

Науковий керівник  
кандидат філологічних наук,  
доцент, професор кафедри  
Терехова Д.І.

Національна шкала зараховано  
Кількість балів 92  
Оцінка ЄКТС A

Київ – 2024

Ministry of Education and Science of Ukraine  
Kyiv National Linguistic University  
The Department of English Philology and Philosophy of Language

**Course Paper**  
**The Role of Verbal Means of Suggestion in English-language Texts  
of Interviews of Political Figures**

**Karina Leichenko**

Group L1e 06-21

Germanic Philology and Translation Faculty

Full-Time Study

Speciality 035 Philology

Research Adviser

Assoc. Prof. **Diana Terekhova**

PhD (Linguistics)

Kyiv – 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИКА В ЛІНГВІСТИЦІ.....	6
1.1. Особливості політичного дискурсу.....	6
1.2. Мовні засоби створення образу в політичному дискурсі.....	7
1.3. Методика дослідження образу політика.....	11
Висновки до розділу 1.....	14
РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИКА У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	15
2.1. Вербальні засоби створення іміджу політика.....	15
2.2. Невербальні засоби створення образу політика.....	18
2.3. Образи політика у сприйнятті англійськомовної спільноти.....	20
2.4. Особливості образу сучасного політика в англійськомовному дискурсі.....	22
Висновки до розділу 2.....	26
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	28
РЕЗЮМЕ.....	30
SUMMARY.....	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	32
ДОДАТОК .....	34

## ВСТУП

Лінгвістика (фр. *linguistique* лат. *lingua* – мова): це наука, що вивчає всі аспекти природної мови людства. Основними рисами лінгвістики є структура та вивчення мови, вивчення мови як системи символів, що функціонують як засіб спілкування між людьми, а також аналіз закономірностей мовної діяльності людини та функції мови в суспільстві.

**Актуальність дослідження.** Сучасний політичний дискурс є важливим об'єктом лінгвістичних досліджень. Політична мова відображає серйозні соціальні проблеми, впливає на громадську думку та формує імідж політиків. Крім того, політичний дискурс є не лише засобом передачі інформації, а й потужним інструментом маніпулювання громадською думкою. Володіння мовою допомагає політикам формувати певний імідж, емоційно впливати на аудиторію та мобілізувати своїх прихильників.

**Мета роботи** – проаналізувати лексичні та синтаксичні засоби створення образу сучасного політика в англійськомовному дискурсі.

**Об'єкт дослідження** – лінгвальні одиниці, що використовуються для створення образу політика.

**Предмет дослідження** – функціонування цих одиниць у промовах і публічних виступах провідних англійськомовних політиків, котрі опубліковані в ЗМІ та Інтернеті.

**Матеріал дослідження:** промови, заяви, інтерв'ю, статті та відеоматеріали виступів, які використовуються при конструюванні іміджів політиків, виокремлені з виступів політиків з англійськомовних ЗМІ.

**Методи дослідження.** У відповідності до мети, поставлених завдань, об'єкту та предмету дослідження в контексті дослідження найбільш вдалим буде використання та поєднання таких методів: теоретичні методи – аналіз, порівняння та аналогія, систематизація та класифікація. Емпіричні методи – спостереження, порівняння.

**Теоретичне значення** дослідження полягає в тому, що воно систематизує знання про мовні засоби, які використовуються при конструюванні політичних іміджів.

**Практичне значення** визначається можливістю застосування результатів дослідження у лексикографічній практиці, викладанні лінгвістичних дисциплін, подальших наукових розвідках з політичної комунікації та дискурсології.

**Структура роботи.** Курсова робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаної літератури та додатків.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИКА В ЛІНГВІСТИЦІ

## 1.1. Особливості політичного дискурсу

Створення образів є невід'ємною частиною людської комунікації та мовлення. Образи формуються в процесі сприйняття світу, допомагають нам розуміти та інтерпретувати дійсність, передавати наш досвід, ставлення та емоції. Образи є основним засобом, за допомогою якого вони конструюються і передаються за допомогою різних мовних засобів.

Враховуючи сучасні досягнення комунікативної лінгвістики, ця наука визначає власний об'єкт дослідження, співвідносить його з іншими науками та розробляє власні методи аналізу. Тому розглянемо поняття "дискурс" та основні ознаки політичного дискурсу.

Дискурс (від франц. *discourse* – розмова, < лат. *discursus* – розмірковування) – це найвища структурна одиниця мовленнєвої комунікації, складне поєднання вербального і невербального [1]. Лінгвістичні дослідження терміну "дискурс" різноманітні і пов'язані зі спробами уточнити та розвинути традиційні концепції мовлення, тексту та діалогу. Дискурс є більш конкретним, індивідуальним і мовним, ніж саме мовлення, а також більш абстрактним, загальним і лінгвістичним.

Політичний дискурс – це специфічна форма комунікації, яка відбувається в контексті політичної сфери і фокусується на таких питаннях, як влада, управління, ідеологія та політичний процес (Водак, & Майер, 2009). Він включає різні жанри, такі як промови, дебати, інтерв'ю, офіційні документи, політичні програми та маніфести політиків.

Основні характеристики політичного дискурсу:

- 1) інституційна структура – політичний дискурс відбувається в рамках певних інституцій, таких як уряди, парламенти, політичні партії та міжнародні організації;

- 2) ідеологічна структура – політичний дискурс тісно пов'язаний з ідеологіями та цінностями, які впливають на формулювання та інтерпретацію повідомлень;
- 3) переконання та вплив – однією з головних цілей політичного дискурсу є переконання аудиторії, формування громадської думки та вплив на соціальні та політичні процеси;
- 4) влада та авторитет – політичний дискурс часто характеризується використанням влади та авторитету для підтримки або протидії певній ідеї чи рішень;
- 5) стратегічність – учасники політичного дискурсу використовують різноманітні стратегії і тактики для досягнення своїх цілей, включаючи аргументацію, маніпуляції та емоційний вплив;
- 6) контекстуальність – політичний дискурс завжди відбувається в певному соціально-політичному контексті, який впливає на його форму, зміст та інтерпретацію;
- 7) мультимодальність – політичний дискурс може поєднувати різні семіотичні модуси, такі як мова, візуальні образи, жести та інші невербальні елементи.

Вивчення політичного дискурсу важливе для розуміння динаміки влади, ідеології та процесів прийняття рішень у політичній сфері, а також для аналізу того, як мова використовується для впливу та формування громадської думки.

## **1.2. Мовні засоби створення образу в політичному дискурсі**

Мова завжди розглядалася як сила, що впливає на людську діяльність і стосунки. Сьогодні ми живемо в епоху, коли домінує реклама. Метою реклами є вплив на громадську думку, і для цього люди використовують різні

мовні засоби. Однією з професій, де мова відіграє важливу роль, є політика. Це пов'язано з тим, що політикам потрібно переконувати людей робити те, що вони хочуть (впливати на громадську думку), а для цього їм потрібно створювати свій імідж. Політики надмірно стурбовані створенням "кращого іміджу" і часто намагаються уникнути негативних питань, діючи оборонно. Це є спробою захистити власний імідж. Оскільки побудова іміджу виявилася важливою для політиків, все, що вони роблять зі своїми словами для створення "образу", має велике значення.

У сучасному політичному середовищі створення сприятливого іміджу має першорядне значення. Завдяки великій кількості інформації, яку постійно поширюють різні засоби масової інформації, політики стикаються з незліченними можливостями зашкодити власному іміджу. Дивно, але на імідж політика більше впливають поверхневі аспекти, такі як одяг, жести і вибір слів, ніж політика, яку він підтримує. Навіть люди, які мало цікавляться політикою або не знають конкретного політика, мають туманне уявлення про те, як він виглядає.

Політичний дискурс – це особлива сфера комунікації, яка використовує різноманітні мовні засоби для створення образів та маніпулювання громадською думкою [3]. Образи, створені в політичному дискурсі, відіграють важливу роль у формуванні ставлення аудиторії до певних політичних сил, ідей та рішень.

Одним із найпоширеніших мовних засобів у політичному дискурсі є метафора [4].

Метафори дозволяють політикам створювати яскраві та емоційні образи, які глибоко резонують у свідомості їхньої аудиторії. Метафори допомагають представити абстрактні поняття та складні ідеї у спосіб, який легко зрозуміти та співвіднести з ними, а також актуалізувати концепції, які вже присутні у свідомості людей. Наприклад, метафора "політична арена" викликає образ політики як боротьби, змагання, в якому кожен учасник намагається перемогти. Використання військових метафор, таких як



"боротьба за владу", "політичний фронт", "ідеологічний наступ", також є поширеним у політичному дискурсі, оскільки вони апелюють до емоцій та викликають відчуття напруженості та кризи.

Епітети також є ефективним інструментом створення іміджу в політичному дискурсі. Вони допомагають сформувати певне ставлення до об'єкта чи явища, додаючи емоційного забарвлення та суб'єктивної оцінки. Дерогативні терміни можуть бути забарвлені позитивно або негативно, залежно від наміру мовця. Наприклад, використання зневажливого терміну "корумпований уряд" створює негативний імідж уряду і спонукає слухача до критичного ставлення, тоді як зневажливий термін "чесний політик" створює позитивний імідж і викликає довіру.

Гіперболи та літоти широко використовуються в політичному дискурсі як засоби художньої виразності [6]. Гіперболи можуть перебільшувати певні якості та досягнення, створювати образи надзвичайної значущості. Наприклад, словосполучення "небувалий успіх" є перебільшенням, яке підкреслює масштаб досягнення. На противагу цьому, літоти применшують важливість певних аспектів і відволікають від них увагу. Політики можуть використовувати літоти, щоб мінімізувати власні недоліки та негативні наслідки своїх рішень.

Антитеза також є ефективним мовним засобом для створення контрастних образів та підкреслення суперечливих ідей і позицій [7]. Використовуючи антитезу, політики можуть чітко розмежувати "свої" та "чужі" цінності, ідеї та рішення і залучити маси на свій бік. Наприклад, антитеза "прогрес проти стагнації" викликає образ конфлікту між прогресивними силами та тими, хто гальмує розвиток. Такі протиставлення допомагають сформувати у свідомості аудиторії чітку позицію і спонукають її до певного вибору.

Риторичні запитання та заперечення також відіграють важливу роль у формуванні іміджу в політичному дискурсі [8]. Риторичні запитання

змушують слухачів думати і створюють ілюзію діалогу. Вони дозволяють оратору ставити питання, які не вимагають прямої відповіді, але спонукають слухачів до самостійного пошуку відповідей. Промови встановлюють емоційний зв'язок з аудиторією і створюють відчуття приналежності та єдності. Вони можуть бути звернені до певної групи виборців ("дорогі співвітчизники", "любі друзі") або до всієї нації ("громадяни України", "українці").

Окрім цих основних мовних засобів, політичний дискурс також використовує алегорію, метафору, евфемізм, іронію та інші стилістичні прийоми. Алегорії можуть передавати абстрактні ідеї та концепції через конкретні образи, тоді як паремії замінюють одне поняття іншим через їхні конотації. Евфемізми використовуються, щоб пом'якшити або зробити менш помітними негативні аспекти і є корисними для маніпулювання громадською думкою. Іронія створює контраст між реальним і прихованим значенням слів і може критикувати або висміювати будь-яке явище.

Не слід забувати, що мовні засоби створення іміджу в політичному дискурсі використовуються не лише для переконання та впливу на маси, але й для маніпулювання громадською думкою. Тому критичне вивчення та аналіз політичного дискурсу є життєво важливим для об'єктивного погляду на події та процеси. Розуміння механізмів формування іміджів та їхнього впливу на свідомість людей може допомогти уникнути некритичного сприйняття інформації та зробити усвідомлений вибір

### **1.3. Методика дослідження образу політика**

Методологія дослідження зображень – це системний підхід до аналізу та розуміння зображень, який може бути використаний у різних контекстах, включаючи маркетинг, психологію та соціологію. Методологія включає набір інструментів і технік для збору, обробки та інтерпретації даних про імідж.

Інформація про політичні іміджі та їхній вплив поширюється на обрані

сфери громадської думки. Описові методи дають змогу на основі досліджень політичних іміджів оцінити, як політики та урядова політика сприймаються громадськістю. Ці оцінки допомагають визначити джерела іміджу, а небажані або необґрунтовані образи політики чи політиків можна виправити, зробивши конкретні кроки для зміни сприйняття.

Дослідження політичного іміджу може надати рекомендації політикам і політичним діячам, які виконують різні ролі, щодо того, як формувати бажані образи і уникати формування образів, які шкодять їхнім цілям. Це може бути дуже корисним у конфліктних ситуаціях та швидкозмінних політичних ситуаціях і може допомогти політикам приймати найкращі рішення щодо того, як ефективно комунікувати зі своїми виборцями. Тому зображення спочатку були проаналізовані та піддані критеріям дослідницької методології.

Першим кроком у методології вивчення іміджів політиків є збір та відбір матеріалу для аналізу. Це тексти промов, заяв, інтерв'ю, статті та відеоматеріали виступів політиків. Важливо відібрати репрезентативний корпус матеріалу, що охоплює різні періоди діяльності політика та різні контексти його публічних виступів. Це можна зробити за допомогою методів випадкової вибірки або шляхом відбору за певними критеріями, наприклад, за віком, тематикою чи типом матеріалу.

Наступним кроком є проведення дискурс-аналізу відібраного матеріалу. Такий підхід дозволяє виявити мовні засоби та стратегії, які використовують політики для створення власного іміджу. Зокрема, аналізуються лексичні, граматичні та стилістичні особливості мовлення, а також ширший контекст, у якому воно відбувається [9].

Дискурс-аналіз вивчає взаємозв'язок між мовними елементами та соціальним, політичним і культурним контекстом, а також такі аспекти, як вибір слів, використання метафори, риторичних прийомів і синтаксичних структур.

Важливим аспектом дослідження політичного іміджу є аналіз метафор

та інших форм репрезентації. Метафори є потужним інструментом створення яскравих образів та емоційного впливу на аудиторію [10]. Необхідно виявити концептуальні метафори, що лежать в основі промов політиків, та проаналізувати роль метафор у формуванні образів політиків. Окрім метафор, необхідно також звернути увагу на використання прикметників, гіпербол, натяків, антитез та інших стилістичних прийомів, які можуть підсилювати або змінювати образ політика.

Важливим елементом методології є дослідження риторичних прийомів і стратегій переконання, які використовують політики [11]. Це включає аналіз логічних аргументів, емоційних закликів, прийомів створення авторитету та довіри, а також способів взаємодії з аудиторією. Варто дослідити, які типи аргументів переважають у промовах політиків (раціональні, емоційні та етичні), які мовні засоби вони використовують для посилення своїх аргументів, як вони апелюють до різних груп аудиторії та як спілкуються зі своїми слухачами.

Крім того, доцільно проаналізувати вербальні та невербальні засоби комунікації політиків. Невербальні елементи, такі як жести, міміка, інтонація та поза, можуть суттєво доповнювати та посилювати мовний вплив на слухачів [12]. Аналіз невербальної поведінки політиків може допомогти краще зрозуміти, як вони будують і підтримують свій імідж під час публічних виступів.

Іншим важливим аспектом цієї методології є порівняльний аналіз іміджів політиків у різних контекстах та на різних етапах діяльності. Це дає можливість виявляти зміни в стратегіях побудови іміджу та відстежувати їхню динаміку. Наприклад, можна порівняти імідж політика під час виборчої кампанії та на посаді, або проаналізувати, як змінюється імідж політика у зв'язку з певною політичною подією чи кризою.

Для глибшого розуміння сприйняття цільовою аудиторією образу політика корисно проводити опитування або фокус-групи [13]. Опитування можуть бути як кількісними (анкетування), так і якісними (глибинні інтерв'ю).

Фокус-групи надають більш детальну інформацію про те, як представники різних груп виборців сприймають імідж політиків, які аспекти комунікації політиків є найбільш ефективними або проблемними, і що саме впливає на їхнє ставлення до політиків.

Нарешті, результати аналізу будуть узагальнені та інтерпретовані у світлі теоретичних підходів до політичного дискурсу та формування іміджу політиків. Таким чином, можна буде краще зрозуміти важливість мовних і комунікативних стратегій політиків та їхнє значення для ширшого суспільно-політичного контексту.

## Висновки до розділу 1

У Розділі 1 проаналізовано, що таке політичний дискурс та його характеристики. Простіше кажучи, це особлива форма комунікації, в якій політики використовують мову як інструмент для просування своїх ідей, ідеологій та боротьби за владу. Він не лише інформує, але й впливає на думки та ставлення людей.

У цьому дослідженні також детально проаналізовано різні мовні засоби та прийоми, які політики використовують для створення власного іміджу у своїх публічних виступах. Це метафори, прикметники, риторичні фігури та інші стилістичні прийоми. Завдяки вмілому використанню цих інструментів політики здатні налаштувати свою аудиторію на потрібний лад, викликати певні емоції та створити прихильне ставлення до себе.

Більше досліджень також присвячено методам аналізу іміджу політиків та вивченню їхніх промов і публічних виступів. Тут слід звертати увагу не лише на лінгвістичні аспекти, але й на невербальні чинники, такі як жести, міміка та інтонація. Важливо також враховувати контекст, в якому відбувається комунікація.

Загалом, вивчення політичного дискурсу, лінгвістичних методів та методів дослідження іміджу може призвести до кращого розуміння того, як політики маніпулюють суспільними настроями та впливають на громадську думку. Ці знання важливі для критичного сприйняття промов політиків.

## РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИКА У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

### 2.1. Вербальні засоби створення іміджу політика

Політики використовують безліч доступних інструментів, щоб донести свою думку до людей і слова - найпростіший і найпоширеніший інструмент, який використовують політики. Ефективно використовуючи слова, політики можуть завоювати велику аудиторію. Вони можуть використовувати просту мову, яку може почути хтось із простих людей, щоб завоювати довіру публіки і переконати її в тому, що вони їх розуміють. Як альтернативу можна використовувати складну мову, щоб створити враження, що ви більш освічені і отже, є кращим вибором. Це також залежить від цільової аудиторії.

Використання мови - дуже гнучка, але й небезпечна річ. Неправильний вибір слів може легко налаштувати аудиторію проти вас. Тому може знадобитися змінити мову, пояснити, спростувати або захистити. Це можна застосовувати в найрізноманітніших ситуаціях і використання мови залишається гнучким.

Одним із найпотужніших вербальних засобів, який використовується в політичному дискурсі, є метафора. Метафори не лише збагачують мовлення, але й допомагають конструювати складні абстрактні концепти через зрозумілі образи та асоціації [10]. Наприклад, метафора "політична боротьба" створює образ конфлікту та протистояння, а метафора "керівник-будівничий" асоціюється зі створенням, розвитком та прогресом. Використання метафор також дозволяє політикам маніпулювати сприйняттям аудиторії, закладаючи певні ідеї та переконання в підсвідомість [11].

Метафори можуть базуватися на різних концептуальних сферах, таких як війна, спорт, будівництво чи природні явища і вибір цих сфер суттєво впливає на формування іміджу політика.

Важливу роль у створенні іміджу політика відіграють епітети – визначальні слова, що додають емоційного забарвлення та суб'єктивної оцінки. Епітети можуть бути як позитивними ("відважний лідер", "мудрий керманіч"), так і негативними ("корумпований режим", "злочинна влада"), залежно від мети мовця.

Вдало підібрані епітети допомагають сформувати необхідне ставлення до політика або його опонентів. Епітети також можуть бути частиною більших стилістичних конструкцій, таких як метафори або порівняння, підсилюючи їхній вплив на аудиторію.

Гіперболи та літоти, як засоби художньої виразності, також широко використовуються в політичному дискурсі. Гіперболи дозволяють перебільшити певні якості, досягнення чи значущість події, створюючи ефект надзвичайності ("безпрецедентний успіх", "історична перемога"). Літоти, навпаки, применшують важливість певних аспектів, відволікаючи увагу від них ("невеликі труднощі", "незначна проблема") [6].

Використання гіпербол може допомогти політику представити свої здобутки в найкращому світлі та підсилити позитивний імідж, тоді як літоти можуть бути використані для приховування невдач або зменшення їхнього значення.

Антитеза є ще одним ефективним вербальним засобом для створення контрастних образів та підкреслення протиставлення ідей чи позицій. Використовуючи антитезу, політики можуть чітко розмежувати "свої" та "чужі" цінності, ідеї чи рішення, залучаючи аудиторію на свій бік ("ми – за розвиток, вони – за занепад", "ми – за мир, вони – за війну"). Антитеза дозволяє створити яскраві контрасти, які запам'ятовуються аудиторією і допомагають сформувати бажане ставлення до політика та його опонентів.

Риторичні питання та звертання також відіграють важливу роль у створенні образу політика. Риторичні питання залучають аудиторію до роздумів та створюють ілюзію діалогу ("Чи хочемо ми, щоб наша країна процвітала?"). Вони дозволяють політику представити свої ідеї та пропозиції



у формі запитання, змушуючи аудиторію шукати відповідь самостійно. Звертання ж встановлюють емоційний зв'язок з аудиторією, створюючи відчуття причетності та єдності ("Шановні співвітчизники", "Дорогі друзі") [8]. Звертання можуть бути загальними або спрямованими на конкретні групи виборців, підкреслюючи їхню важливість та залучаючи їх на бік політика.

Крім того, політики часто використовують евфемізми для пом'якшення або завуалювання негативних аспектів своєї діяльності чи подій ("оптимізація витрат" замість "скорочення бюджету", "операція з забезпечення безпеки" замість "військова інтервенція"). Евфемізми дозволяють політикам уникати прямої негативної оцінки та пом'якшити вплив неприємних фактів на їхній імідж. Іронія та сарказм також можуть бути присутніми в мовленні політиків, створюючи ефект контрасту між буквальним значенням слів та прихованим змістом. Однак використання іронії та сарказму може бути ризикованим, оскільки воно може бути неправильно сприйняте аудиторією та зашкодити іміджу політика.

Окрім цих основних вербальних засобів, політики можуть використовувати повторення, паралелізм, анафору та інші стилістичні прийоми для посилення своїх ідей та аргументів. Повторення може допомогти підкреслити ключові моменти і допомогти їм закріпитися у свідомості слухачів. Паралелізм та анафора створюють ритм і структуру промови, роблячи її більш переконливою і такою, що запам'ятовується [12].

Важливо зазначити, що вербальні засоби не діють ізольовано, а взаємодіють з невербальними компонентами комунікації, такими як жести, міміка, інтонація та постава. Ця взаємодія створює цілісний образ політика, який сприймається аудиторією. Тому, аналізуючи вербальні засоби створення іміджу політика, необхідно також враховувати невербальні аспекти комунікації та їхню роль у підсиленні чи послабленні ефекту від використаних мовних засобів.

Вербальні засоби є найефективнішим інструментом у соціальній

реальності. Мова є ефективним і дієвим засобом комунікації. Основне призначення мови - комунікація, але вона має багато різних значень і цілей.

## **2.2. Невербальні засоби створення образу політика**

Невербальна комунікація відіграє важливу роль у формуванні іміджу політиків та в ефективній і ключовій взаємодії з аудиторією. Невербальні сигнали можуть як підсилювати, так і суперечити вербальним повідомленням, тому не варто недооцінювати їхню важливість у формуванні іміджу політиків. У цьому розділі проаналізовано різні аспекти невербальної комунікації та їхній вплив на сприйняття політиків громадськістю.

Мова тіла - один з найважливіших інструментів невербальної комунікації. Відкрита поза, впевнений зоровий контакт і помірні жести можуть свідчити про довіру, щирість і відкритість [14]. І навпаки, закрита поза, уникнення зорового контакту та неоднозначні жести можуть створити нестабільне або оманливе враження. Для політиків важливо контролювати мову свого тіла. Адже мова тіла може передавати сильні невербальні повідомлення, які можуть впливати на сприйняття слів аудиторією.

Вираз обличчя та очі також є потужними невербальними інструментами. Щира посмішка, відкритий і зацікавлений погляд налаштовують аудиторію на позитивний лад і допомагають встановити емоційний зв'язок [15]. І навпаки, похмурий або нудьгуючий вираз обличчя може відштовхнути і відчужити аудиторію. Для політиків важливо знати про невербальні сигнали і вміти ними керувати.

Невербальні сигнали включають в себе невербальні елементи, такі як тон голосу, швидкість мовлення і паузи. У той час як впевнений і вражаючий тон голосу може передавати авторитет і компетентність, монотонний або невпевнений тон голосу може створити враження слабкості або нудьги [16]. Правильно використовуючи паузи та змінюючи темп мовлення, ви можете підкреслити ключові моменти та привернути увагу слухачів.

Одяг і зовнішній вигляд також є важливими невербальними сигналами для політиків. Чистий і відповідний одяг демонструє повагу до аудиторії та ситуації, тоді як неохайний вигляд може створити негативне враження [17]. Вибір кольору, аксесуарів та зачіски також може впливати на сприйняття та імідж політиків.

Невербальна комунікація також включає використання простору та відносин близькості. Політики, які вміло керують своїм особистим простором і дистанцією до аудиторії, можуть створити відчуття близькості та довіри. І навпаки, зловживання простором може сприйматися як порушення особистого простору або відчуження. [18].

Загалом, невербальна комунікація є потужним інструментом для формування іміджу політика та ефективної взаємодії з аудиторією. Контролюючи мову тіла, міміку, тон голосу, одяг і використання простору, політики можуть донести бажане повідомлення і налаштувати аудиторію на позитивний лад. Здатність розпізнавати важливість невербальних сигналів та ефективно їх використовувати є важливою навичкою для успішних політиків у сучасному суспільстві.

### 2.3. Образи політика у сприйнятті англійськомовної спільноти

Політики перебувають під пильною увагою як всередині країни, так і на міжнародній арені, особливо в епоху глобалізації та розвитку засобів масової інформації. Імідж політика відіграє вирішальну роль у тому, як його сприймає англійськомовна громадськість. У цьому розділі розглядаються різні іміджі політиків в англійськомовному світі і те, як вони впливають на громадське сприйняття та підтримку.

Одним з найпоширеніших образів політиків в англійськомовному світі є образ "сильного лідера". Такі політики, як Вінстон Черчилль, Рональд Рейган і Маргарет Тетчер, часто зображуються як рішучі, непохитно харизматичні, готові брати на себе відповідальність під час кризи і приймати непопулярні рішення [19]. Вони асоціюються з авторитетом, гнучкістю та навичками прийняття обґрунтованих рішень і апелюють до таких цінностей, як патріотизм, безпека та стабільність. Цей образ часто асоціюється з консервативними політичними поглядами та ідеологіями.

Цікавим є те, що сильний лідер часто постає як "батьківська" фігура, яка захищає та керує своїм народом. Ця патерналістська метафора підкреслює владу та опіку лідерів над громадянами. Однак слід зазначити, що такі образи можуть сприйматися як авторитарні і можуть пригнічувати активність та автономію громадян.

З іншого боку, образ "агента змін" часто застосовується до прогресивних політиків, відданих соціальним реформам та інноваціям. Такі лідери, як Барак Обама і Джастін Трюдо, зображуються молодими, енергійними і відкритими до нових ідей [20]. Вони просувають прогресивні цінності, такі як рівність, інклюзія та захист довкілля, і часто асоціюються з лібералізмом та лівоцентристами.

Агенти змін часто позиціонують себе як "голос народу" і виступають проти "захисників" та застарілих інституцій. Їхній імідж молодих, прогресивних лідерів робить їх близькими до людей та їхніх проблем. Однак

їм може бракувати досвіду і стратегічного бачення, необхідних для ефективного лідерства.

Образ "народного героя" також популярний в англomовних суспільствах. Такі політичні діячі, як Нельсон Мандела, Авраам Лінкольн і Мартін Лютер Кінг, часто зображуються як борці за права людини, свободу і рівність [21]. Їхні історії боротьби, жертвності та перемоги над несправедливістю викликають повагу і захоплення, а їхні ідеї та принципи є джерелом натхнення для багатьох.

Народні герої часто мають потужні наративи, які резонують з колективною свідомістю та цінностями суспільства. Вони символізують ідеали, до яких прагнуть люди, а їхній образ підкріплюється символічними жестами та риторикою. Важливо, однак, зазначити, що ці образи можуть бути романтизовані та спрощені, ігноруючи складність і суперечливість реальних постатей.

Образ "корумпованого політика" часто асоціюється з політиками, які сприймаються як причетні до скандалів, зловживають владою та прагнуть особистого збагачення. Таких політиків сприймають як егоїстичних, нечесних і таких, що ставлять власні інтереси вище за суспільні. Їхній репутації в очах громадськості завдається значної шкоди, а довіра до політичної системи в цілому підривається.

Корумпованих політиків часто зображують як членів "політичної еліти", відірваних від реальності життя людей. Їх критикують за те, що вони використовують своє становище для особистої вигоди та нехтують етичними нормами. Такі образи часто використовуються політичними опонентами для дискредитації своїх конкурентів і посилення антиелітних настроїв.

Нарешті, образ "популіста" також став більш поширеним в останні роки. Популістів зображують як людей, які апелюють до емоцій і розчарувань людей, а не пропонують раціональні та збалансовані рішення [22]. Вони часто протиставляють "народ" "елітам" і обіцяють радикальні

зміни, які іноді розглядаються як небезпечні для демократичних цінностей.

Популісти намагаються протиставити себе традиційним політикам та елітам і представити себе як "єдиних справжніх представників народу". Вони часто використовують прості та емоційні гасла, апелюють до страхів і розчарувань людей, а не до фактів і раціональних аргументів. Це призводить до соціальної поляризації та посилення конфліктів.

Ці образи політиків є простими узагальненнями і реальні політики рідко вписуються в будь-який з них. Однак вони відображають певні архетипи та очікування щодо лідерів та їхньої ролі в англomовному світі. Знання цих образів важливе для розуміння того, як політиків сприймає громадськість і як вони можуть формувати свій імідж та взаємодіяти зі своєю аудиторією.

#### **2.4. Особливості образу сучасного політика в англійськомовному дискурсі**

В епоху глобалізації та розвитку інформаційних технологій образ сучасного політика в англomовному дискурсі зазнає значних змін. На зміну традиційному сприйняттю політиків як впливових та авторитарних фігур поступово приходять нові запити та очікування громадськості.

У цьому розділі на основі зібраної та виявленої мною інформації я проаналізувала передвиборчі дискурси Трампа і Байдена та методи, які вони використовували для формування своїх політичних іміджів, зосередившись на вербальних і невербальних інструментах та сприйнятті в англomовному світі.

- 1) Мовні засоби, що використовуються для створення їхніх образів у політичному дискурсі

Трамп часто використовував пряму, емоційно забарвлену мову та

неформальний, розмовний стиль. Його риторика апелювала до національних та антиіммігрантських настроїв, використовуючи фрази на кшталт "America above all else" та застереження щодо таких питань, як нелегальна імміграція. Байден, з іншого боку, дотримувався більш поміркованого, об'єднувачого тону, спираючись на традиційну політичну риторіку про об'єднання людей.

## 2) Методологія дослідження іміджу політика:

Теми меседжів:

- Байден зосереджується на економічних питаннях, що впливають на середній клас («to develop the economy from the middle»), політичних досягненнях («create 12.7 million jobs», «lower insulin prices»), а також робить суттєві заяви.

- Трамп наголошує на суперечливих питаннях культурної війни («Get rid of Rose vs. Wade»), дає суб'єктивні оцінки («incredible thing», «wonderfull day») і просуває наратив про фальсифікацію виборів («falsified elections» неодноразово).

Це свідчить про те, що Байден прагне, щоб його сприймали як прагматичного адміністратора, тоді як Трамп позиціонує себе як руйнівника істеблішменту.

Мовний вибір:

- Байден використовує інклюзивні займенники («we», «they», коли йдеться про уряд) і кількісні статистичні дані.

- Трамп часто використовує займенники першої особи однини («I», «me») і суб'єктивні дескриптори на кшталт «неймовірний» і «неймовірний».

Мовний стиль Байдена прагне бути об'єднувачим і заснованим на фактах, тоді як стиль Трампа є більш ізольованим і емоційним.

Риторичні прийоми:

- Байден використовує контрасти («not top down») і наводить цифри (35 доларів за інсулін, 160 мільярдів доларів економії) для обґрунтування своїх тез.

- Трамп значною мірою покладається на екстремальні формулювання («the biggest crowd») і персоналізацію досягнень («i was able»).

Байден використовує традиційну політичну риторику, тоді як Трамп віддає перевагу простим, повторюваним гаслам і тактиці персоналізації.

Аналізуючи їхні основні меседжі, мовленнєві патерни та риторичні стратегії, ми можемо побачити, як Байден і Трамп методично культивували абсолютно різні політичні образи - Байдена як досвідченого управлінця, а Трампа як бунтаря, що виступає проти істеблішменту. Їхні різні підходи свідчать про прораховані зусилля, спрямовані на те, щоб апелювати до різних аудиторій і просувати конкуруючі бачення лідерства.

### 3) Вербальні та невербальні засоби створення політичного іміджу та сприйняття в англійськомовних країнах Джо Байдена та Дональда Трампа

Трамп проєктував образ сили і домінування за допомогою агресивної мови, прямолінійних висловлювань і мови тіла, що демонструє впевненість і владність. Байден прагнув створити образ чуйного, досвідченого державного діяча, використовуючи більш нюансовану риторику, зосереджену на єдності та традиціях.

В англійськомовних країнах, таких як США та Велика Британія, зухвалий стиль Трампа резонував з його електоратом, але відштовхував інших. Традиційний підхід Байдена прагнув до ширшого залучення, але міг розглядатися як загальний. Регіональні та культурні контексти неминуче впливають на те, як сприймаються політичні стилі.

Тож підходячи до висновку, уважне вивчення мови обох політиків, тем і риторичних тактик оголює стратегії, що лежать в основі традиційного образу державного діяча Байдена і популістського бренду Трампа. Їхні суперечливі підходи показують, як в сучасному гіперполяризованому кліматі все більше культивується побудова політичного іміджу за допомогою символічних провокацій на протиположності змістовному заспокоєнню.

Образ сучасних політиків в англійськомовному дискурсі відображає



мінливі суспільні очікування та запити. Довіра, чесність, ефективна комунікація, обізнаність у поточних справах та здатність представляти інтереси "звичайних людей" стають все більш важливими якостями для успішних політиків у сучасному світі.

## **Висновки до розділу 2**

У цьому розділі проаналізовано різні вербальні та невербальні інструменти, які політики використовують для формування свого публічного іміджу та впливу на сприйняття своєї аудиторії.

Вербальні інструменти, такі як метафори, прикметники, гіперболи, антоніми та риторика, допомагають політикам доносити певні ідеї, створювати емоційні асоціації та маніпулювати громадською думкою. Завдяки майстерному володінню мовою та вмілому використанню стилю політики можуть донести свою позицію у переконливий і вражаючий спосіб.

Невербальна комунікація, така як мова тіла, міміка, жести, тон голосу і зовнішній вигляд, відіграє важливу роль у формуванні іміджу і створенні певного враження на аудиторію. Оскільки невербальні сигнали можуть підсилювати або суперечити вербальним повідомленням, вміння їх контролювати та ефективно використовувати є важливою навичкою для успішних політиків.

Образи англійськомовних політиків, розглянуті в цьому розділі, ілюструють розмаїття суспільних очікувань і сприйняття. Від "сильного лідера" до "агента змін", від "народного героя" до "популіста" - ці архетипи відображають соціальні та культурні цінності англійськомовного світу і впливають на позиціонування політиків.

Сучасний політичний дискурс в англійськомовному світі відображає нові суспільні вимоги до політиків. Чесність, авторитет, ефективна комунікація та вміння представляти інтереси громадськості стають все більш

важливими якостями для успішного політика. Вміло поєднуючи мовні та немовні інструменти побудови іміджу, політики можуть досягти більшої переконливості та підтримки серед виборців.

Загалом, аналіз засобів формування іміджу політиків у політичному дискурсі демонструє складність та багатогранність цього процесу, де взаємодія мовних та немовних засобів відіграє важливу роль у формуванні громадської думки та сприйняття влади.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У даній курсовій роботі було розглянуто теоретичні засади та практичні аспекти політичного дискурсу, зокрема формування іміджу політиків в англійськомовних контекстах.

У вступі окреслено актуальність дослідження, а саме важливість побудови ефективного публічного іміджу для досягнення успіху на політичній арені. Також описано мету, завдання та цільову групу дослідження.

Розділ 1 присвячено теоретичним засадам дослідження політичного іміджу в політичному дискурсі. Описано характеристики політичного дискурсу, його функції та роль у формуванні громадської думки. Проаналізовано мовні засоби створення іміджу в політичному дискурсі, такі як метафори, епітети, гіперболи та риторичні фігури. Представлено методологію вивчення іміджу політиків, що включає аналіз мовних і немовних елементів комунікації. У висновках першої частини узагальнено основні теоретичні положення.

Друга частина присвячена безпосередньому аналізу засобів, за допомогою яких політики конструюють свій імідж. Детально аналізуються мовні та немовні засоби формування іміджу. Проаналізовано вплив метафор, прикметників, антитез та риторики на сприйняття політиків. Досліджено роль мови тіла, міміки, жестів, інтонації та зовнішнього вигляду в процесі комунікації. Розглянуто образ політиків у сприйнятті англійськомовних людей та особливості сучасного образу політиків в англійськомовному дискурсі. У висновках до другого розділу узагальнено доробок та спостереження.

У цілому, результати дослідження засвідчують, що створення ефективного іміджу політика є складним процесом і вимагає вмілого поєднання вербальних і невербальних засобів комунікації. Таким чином,

політики можуть переконливо доносити свої ідеї, створювати сприятливий імідж і завойовувати підтримку своєї аудиторії. В англійськомовному середовищі для політика особливо важливо бути чесним, відкритим, комунікабельним і представляти інтереси широкої громадськості. У сучасному суспільстві, де імідж політика часто визначає його успіх і вплив на суспільство, вивчення інструментів побудови іміджу в політичному дискурсі має велике практичне значення.

## РЕЗЮМЕ

Курсова робота присвячена дослідженню засобів створення образу політика у політичному дискурсі. Політичний дискурс розглядається як складне комунікативне явище, що відіграє ключову роль у формуванні громадської думки та впливі на аудиторію.

У роботі проаналізовано різноманітні вербальні засоби, які використовують політики для конструювання свого публічного іміджу, такі як метафори, епітети, гіперболи, антитези, риторичні фігури тощо.

Розглянуто невербальні компоненти комунікації, зокрема мову тіла, міміку, жести, інтонацію, одяг та зовнішній вигляд, які також відіграють важливу роль у створенні бажаного сприйняття політика.

Досліджено типові образи політиків, що існують у англійськомовній спільноті, такі як "сильний лідер", "агент змін", "народний герой", а також негативні образи "корумпованого політика" та "популіста".

Проаналізовано особливості та нові вимоги до образу сучасного політика в англійськомовному дискурсі, де акцентується на чесності, ефективній комунікації, обізнаності та здатності представляти інтереси звичайних людей.

Ключові слова: англійськомовний дискурс, вербальні засоби, імідж політика, невербальна комунікація, образи політиків, політичний дискурс.

## SUMMARY

The course work investigates the means of creating a politician's image in political discourse. Political discourse is viewed as a complex communicative phenomenon that plays a crucial role in shaping public opinion and influencing the audience.

The work analyzes various verbal means employed by politicians to construct their public image, such as metaphors, epithets, hyperboles, antitheses, rhetorical figures, and more.

It examines nonverbal components of communication, including body language, facial expressions, gestures, intonation, attire, and appearance, which also play an important role in creating the desired perception of a politician.

The study explores typical images of politicians that exist within the English-speaking community, such as the "strong leader," "agent of change," "people's hero," as well as negative images like the "corrupt politician" and "populist."

It analyzes the peculiarities and new requirements for the image of a modern politician in English-language discourse, emphasizing honesty, effective communication, awareness, and the ability to represent the interests of ordinary people.

Key words: English-language discourse, verbal means, images of politicians, nonverbal communication, politician's image, political discourse.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ван Дейк, Т. А. (2008). Дискурс і влада: Репрезентація домінування в мові та комунікації. Переклад з англійської. Київ: Либідь.
2. Водак, Р., & Майер, М. (2009). Методи критичного аналізу дискурсу. Лондон: SAGE.
3. Ільченко, О. А. (2014). Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичного аналізу. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов.* 11, 143-150.
4. Кондратенко, Н. В. (2009) Синтаксис политического дискурса: тактика метафори. *Политическая лингвистика.* 2 (28), 58-64.
5. Арутюнова, Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 5-32.
6. Вершинина Т. С. Семантические механизмы образования политической метафоры // Политическая лингвистика. – 2008. – № 1 (24). – С. 80-85.
7. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
8. Чудинов, А. П. (2006). Политическая лингвистика. Флинта, Наука.
9. Fairclough, N. (2015). *Language and Power.* Routledge.
10. Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By.* University of Chicago Press.
11. Charteris-Black, J. (2011). *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor.* Palgrave Macmillan.
12. Пойманова, О. В. (2007). Семантическое пространство видов коммуникации: вербальный и невербальный аспекты.
13. Deacon, D., Pickering, M., Golding, P., & Murdock, G. (2007). *Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis.* Arnold.

14. Наварро, Дж. (2008). Що говорить тіло: Розшифровка невербальних сигналів тіла. Видавництво Harper Collins
15. Екман, П. (2003). Емоції розкриті: Розпізнавання обличь та почуттів для поліпшення спілкування та емоційного інтелекту. Видавництво Owl Books.
16. Капрара, Дж. В., Червоне, Д. (2006). Психологія невербальної комунікації. Видавництво Cambridge University Press.
17. Кидвелл, М. (2020). Нові правила дрес-коду: Науковий підхід до вбрання успіху. Видавництво Harper Business.
18. Холл, Е. Т. (1966). Прихована розмова: Дослідження просторових взаємозв'язків людини. Видавництво Doubleday.
19. Гренсайд, В. Р., та Кац, Д. (1988). Образи лідерства: Рейтинги, помилки та максими щодо президентів США. Видавництво Greenwood Press.
20. Андерсон, К. (2016). Обама: Невдала обіцянка змін. Видавництво Westview Press.
21. Ліндсей, М., та Мілтон, Дж. (2002). Народні герої: Велич і трагедія в американській історії. Видавництво Arcade Publishing.
22. Мюллер, Я.-В. (2016). Що таке популізм? Видавництво University of Pennsylvania Press.
23. President Biden's priorities vs Donald Trump's [Електронний ресурс] Youtube – Режим доступу до ресурсу: <https://youtube.com/shorts/0r6rekoHOnU?si=wV46M3urTVaYHk3K>
24. [Електронний ресурс] New York Times – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nytimes.com/live/2023/12/12/us/zelensky-biden-visit>
25. [Електронний ресурс] New York Times – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nytimes.com/2024/04/19/world/europe/trump-ukraine-eastern-europe.html>



## ДОДАТОК А

### ГЛОСАРІЙ ТЕРМІНІВ

Дискурс – цілісний смисловий і функціонально-комунікативний феномен, що об'єднує різнорівневі мовні одиниці в єдине ціле для реалізації певної комунікативної мети в конкретному контексті.

Політичний дискурс – сукупність усіх мовленнєвих актів, використовуваних в політичних дискусіях, а також правил публічної політики, що оформилися внаслідок конкретної практики.

Образ політика – узагальнене уявлення про політика, його особистісні якості, погляди, поведінку, сформоване в суспільній свідомості під впливом різних чинників.

Вербальні засоби – мовні засоби (лексичні, стилістичні тощо), які використовуються для створення певного образу в дискурсі.

Невербальні засоби – немовні засоби спілкування (жести, міміка, поза, інтонація тощо), які доповнюють і підсилюють вербальні засоби в процесі створення образу.

Метафора – слово або вислів, що вживається в переносному значенні на основі аналогії, схожості або порівняння.

Епітет – образне визначення предмета або явища, що підкреслює одну з його характерних ознак.

Порівняння – зіставлення двох предметів або явищ з метою пояснення одного з них за допомогою іншого.

Гіпербола – художнє перебільшення з метою посилення виразності мови.

Іронія – тонка прихована насмішка, коли словам або висловам навмисно надається протилежний зміст.

Сарказм – їдка, вкрай груба насмішка, дошкульний глум.

Евфемізм – заміна непристойного, грубого або небажаного слова чи

вислову на більш пристойне, делікатне.