

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЛІНГВОДИДАКТИКИ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему МОВНА ОСОБИСТІТЬ БОРИСА ДЖОНСОНА:
ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0350-а
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови
та літератури (переклад включно),
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Мова і література (англійська)
Аніканова Любов Олександрівна

Керівник д.ф.н., проф. Єнікєєва С. М.

Рецензент к.ф.н., доц. Голуб Ю. І.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології

Кафедра англійської філології та лінгводидактики

Освітній рівень магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська

Освітньо-професійна програма Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

« _____ » _____ 2021 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

АНИКАНОВІЙ ЛЮБОВІ ОЛЕКСАНДРІВНІ

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проєкту) «Мовна особистість Бориса Джонсона: лінгвопрагматичний і соціокультурний аспекти»

Керівник кваліфікаційної роботи (проєкту) Єнікєєва Санія Маратівна, д.ф.н., проф.

затверджені наказом ЗНУ від «08» квітня 2021 року № 566-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проєкту) 07 грудня 2021 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проєкту) теоретичні засади лінгвоперсонології, лінгвопрагматики та соціолінгвістики

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1) здійснити огляд теоретичних джерел; 2) уточнити визначення ключових термінів; 3) проаналізувати вербально-семантичний рівень мовної особистості Бориса Джонсона; 4) розглянути лінгвопрагматичні та соціокультурні параметри мовної особистості; 5) виявити особливості мовної особистості Бориса Джонсона; 6) систематизувати та узагальнити результати дослідження.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проєкту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Єнікєєва С. М. , д.ф.н., проф.	10.04.2021	10.04.2021
Розділ 1	Єнікєєва С. М. , д.ф.н., проф.	05.05.2021	05.05.2021
Розділ 2	Єнікєєва С. М. , д.ф.н., проф.	03.09.2021	03.09.2021
Висновки	Єнікєєва С. М. , д.ф.н., проф.	15.10.2021	15.10.2021

6. Дата видачі завдання 10.04.2021

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проєкту)	Примітка
1	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	квітень 2021	виконано
2	Добір фактичного матеріалу	травень 2021	виконано
3	Написання вступу	травень 2021	виконано
4	Написання теоретичного розділу	травень 2021	виконано
5	Написання практичного розділу	вересень 2021	виконано
6	Формулювання висновків	жовтень 2021	виконано
7	Проходження нормоконтролю	листопад 2021	виконано
8	Одержання відгуку та рецензії	грудень 2021	виконано
9	Захист	грудень 2021	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант

_____ (підпис)

Л. О. Аніканова
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проєкту)

_____ (підпис)

С. М. Єнікєєва
(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

_____ (підпис)

В. А. Березний
(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 65 стор., 66 джерел, 2 додатки

Об'єкт дослідження: мовна особистість Бориса Джонсона.

Мета роботи: виявлення лінгвопрагматичних та соціолінгвальних характеристик мовлення Бориса Джонсона та висвітлення засобів їх об'єктивації.

Теоретико-методологічні засади: дослідники у галузі лінгвоперсонології аналізують різні риси мовної особистості: національно-культурні національно-культурні [Караулов 2010; Normudorova 2018; Slavova 2015; Vasylieva 2016], психолінгвістичні [Загнітко 2017; Куранова 2012], соціолінгвальні [Дубовицкая, Филатова 2019; Чучвара 2016; Maureen, Mikael 2019; Sunderland 2020], комунікативні [Ананко 2018; Богатирьова 2014; Павлова, Тарасова 2018; Khrystyna 2013], звертаючи увагу тільки на окремі складові цих характеристик. На нашу думку, недостатньо вивченим є лінгвопрагматичний та соціолінгвальний аспекти, а також їхня взаємозалежність у системі й організації мовної особистості.

Отримані результати: мовлення Бориса Джонсона базується на лінгвістичній нормі, але при цьому значну роль відіграють девіації, які виконують в офіційних промовах голови уряду експресивну функцію. Найбільш частотними є відхилення від вимог офіційного стилю, загальноприйнятого у політичному дискурсі. Для аналізу соціолінгвістичних параметрів мовної особистості Бориса Джонсона ми описали те, як він висловлює своє ставлення до сучасних соціальних тенденцій (толерантність та різноманіття), різних соціогруп (представників іншої раси, етнічної групи та статі, різних релігій, професійних прошарків і стилів життя) і народних традицій та цінностей. Лінгвопрагматичні та соціолінгвістичні параметри є взаємопов'язаними, тому доцільним є їхній комплексний аналіз.

Ключові слова: мовна особистість, політичний дискурс, комунікативна інтенція, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, соціолінгвістика, лінгвопрагматика

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ПРЕМ'ЄР-МІНІСТРА ВЕЛИКОБРИТАНІЇ БОРИСА ДЖОНСОНА	9
1.1 Мовна особистість як лінгво-антропний феномен	9
1.2 Організація мовної особистості	11
1.3 Лінгвопрагматичні особливості мовлення політика	14
1.4 Соціокультурні аспекти мовлення	19
РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ТА СОЦІКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ БОРИСА ДЖОНСОНА	24
2.1 Вербально-семантичний рівень мовної особистості Бориса Джонсона ...	24
2.2 Соціокультурні та лінгвопрагматичні параметри мовної особистості Бориса Джонсона	40
2.3 Стратегії і тактики мовлення Бориса Джонсона та лінгвальні засоби їхньої реалізації	49
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТОК А.....	74
ДОДАТОК Б	75

ВСТУП

Антропоцентричний вектор сучасних лінгвістичних студій зумовлює актуальність досліджень у галузі лінгвоперсонології, яка тісно пов'язана з дискурсологією. Мовна особистість є одним з центральних понять комунікативно-дискурсивної парадигми лінгвістичних студій, що зумовлено інтересом науковців до вивчення мовленнєвої діяльності саме з позиції мовця. Крім того, у філологічних дослідженнях ХХІ століття панує антропоцентрична когнітивно-дискурсивна парадигма, що зумовлює актуальність дослідження комунікативних стратегій та тактик як реалізації інтенцій мовців та відображення характерних рис певної мовної особистості у процесі комунікації.

Дослідники у галузі лінгвоперсонології аналізують різні риси мовної особистості: національно-культурні [Караулов 2010; Normudorova 2018; Slavova 2015; Vasylieva 2016], психолінгвістичні [Загнітко 2017; Куранова 2012], соціолінгвальні [Дубовицкая, Филатова 2019; Чучвара 2016; Maureen, Mikael 2019; Sunderland 2020], комунікативні [Ананко 2018; Богатирьова 2014; Павлова, Тарасова 2018; Khrystyna 2013], звертаючи увагу тільки на окремі складові цих характеристик. На нашу думку, недостатньо вивченим є лінгвопрагматичний та соціокультурний аспекти, а також їхня взаємозалежність у системі й організації мовної особистості. Саме тому **актуальним** є дослідження лінгвопрагматичних та соціолінгвальних параметрів мовної особистості Бориса Джонсона, чинного прем'єр-міністра Великобританії.

Об'єктом дослідження є мовна особистість Бориса Джонсона.

Предметом дослідження є мовні, мовленнєві та комунікативні засоби, які актуалізують лінгвопрагматичні та соціокультурні параметри мовної особистості Бориса Джонсона у політичному дискурсі.

Метою дослідження є виявлення лінгвопрагматичних та соціокультурних характеристик мовлення Бориса Джонсона та висвітлення засобів їхньої об'єктивації.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

- 1) уточнити визначення термінів «мовна особистість», «лінгвопрагматика», «інтенція», «комунікативна стратегія», «комунікативна тактика», «соціолінгвістика»;
- 2) окреслити структуру мовної особистості;
- 3) проаналізувати вербально-семантичний рівень мовної особистості Бориса Джонсона;
- 4) проаналізувати інтенції, стратегії та тактики політика;
- 5) проаналізувати соціокультурні аспекти мовної особистості Бориса Джонсона;
- 6) узагальнити результати аналізу.

Матеріалом дослідження стали твіттер-пости Бориса Джонсона та тексти його промов.

Методи дослідження. Для виконання поставлених завдань необхідно використовувати такі методи дослідження: *метод аналізу науково-теоретичних джерел* (для окреслення теоретичних засад дослідження), *метод інформаційного пошуку і суцільної вибірки* (для відбору прикладів висловлювань політика), *метод аналізу дискурсивних стратегій і тактик* (для виокремлення мовних та мовленнєвих засобів реалізації стратегій і тактик), *описовий метод* (для комплексного опису мовних, мовленнєвих та комунікативних засобів актуалізації характеристик мовної особистості), *метод індуктивного і дедуктивного аналізу та синтезу* (для узагальнення результатів наукового пошуку).

Наукова новизна дослідження полягає у виявленні та висвітленні лінгвопрагматичних та соціолінгвальних характеристик мовної особистості Бориса Джонсона.

Практичне значення дослідження полягає у тому, що його результати можна використовувати на практичних заняттях з англійської мови, семінарах з таких дисциплін, як: лексикологія, лінгвокультурологія, дискурсологія, лінгвапрагматика.

Робота пройшла **апробацію** на 19-ти науково-практичних конференціях. Результати дослідження представлено у 20-ти публікаціях:

1. Аніканова Л. О. Мовна особистість Бориса Джонсона : стилістичний аспект. *Світ мови – світ у мові* : матеріали V Міжнародної наукової конференції (м. Київ, 24-25 жовтня 2019 р.) : тези доповідей. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2019. С. 3–5.

2. Аніканова Л. О. Етимологія англійськомовних прізвищ Бориса Джонсона. *Філологічні науки в умовах сучасних трансформаційних процесів* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 8-9 листопада 2019 р.). Львів : ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2019. С. 138–141.

3. Аніканова Л. О. Комунікативні стратегії Бориса Джонсона. *Теорія та практика сучасної науки та освіти* : матеріали міжнародної наукової конференції (м. Дніпро, 29-30 листопада 2019 р.). Дніпро : СПД «Охотнік», 2019. Ч. I. С. 260–262.

4. Аніканова Л. О. Мовна особистість Бориса Джонсона : лексико-семантичний аспект. *Різдвяні студентські наукові читання : Vita in lingua* : матеріали XII Міжвишівської студентської науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 06 грудня 2019 р.). Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2020. С. 84–86.

5. Аніканова Л. О. Комунікативні інтенції Бориса Джонсона. *Філологічні науки : історія, сучасний стан та перспективи досліджень* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 13-14 грудня 2019 р.). Львів : ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2019. Ч. I. С. 67–68.

6. Anikanova L. O. Strategy of positive self-representation in Boris Johnson's speech. *International scientific and practical conference «Issues of modern philology in the context of the interaction of languages and cultures»* : conference proceedings (Venice, December 27-28, 2019). Venice : Izdevnieciba "Baltica Publishing", 2019. P. 12–14.

7. Аніканова Л. О. Стилiстичний прийом повтору у мовленні Бориса Джонсона. *Таврійські філологічні наукові читання* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 24-25 січня 2020 р.). Київ, 2020. Ч. I. С. 75–78.

8. Аніканова Л. О. Лексичні та лексико-граматичні експресеми у мовленні Бориса Джонсона. *Філологічні науки : сучасні тенденції та фактори розвитку* : міжнародна науково-практична конференція (м. Одеса, 24-25 січня 2020 року.). Одеса : Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2020. С. 42–44.

9. Аніканова Л. О. Тактика репрезентації новинної цінності у текстах твіттів Бориса Джонсона. *Каразінські читання : Людина. Мова. Комунікація* : тези доповідей XIX наукової конференції з міжнародною участю. Харків : Видавництво Точка, 2020. С. 5–6.

10. Аніканова Л. О. Комунікативна тактика протиставлення у мовленні Бориса Джонсона. *Розвиток філологічних наук: європейські практики та національні перспективи* : міжнародна науково-практична конференція (м. Одеса, 23-24 жовтня 2020 р.). Одеса : Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2020. Ч. 2. С. 11–13.

11. Аніканова Л. О., Єнікеєва С. М. Тактика екзิมпліфікації у медіа-дискурсі Бориса Джонсона. *Іноземна філологія у XXI столітті* : тези доповідей XII Міжнародної наукової конференції (м. Запоріжжя, 2020). Запоріжжя, 2020. С. 8–11.

12. Аніканова Л. О. Прикметник *fantastic* у мовленні Бориса Джонсона. *Філологічні науки в умовах сучасних трансформаційних процесів* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 13-14 листопада

2020 р.). Львів : ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2020. С. 84–87.

13. Аніканова Л. О. Комунікативна тактика позитивної перспективи у політичному дискурсі Бориса Джонсона. *Дослідження різних напрямів розвитку філологічних наук* : міжнародна науково-практична конференція (м. Одеса, 27 – 28 листопада 2020 р.). Одеса : Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2020. Ч. 1. С. 73–74.

14. Аніканова Л. О. Експресивний прикметник *brilliant* у висловлюваннях Бориса Джонсона. *Філологічні науки на перехресті культур і цивілізацій: актуальні питання* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 27 – 28 листопада 2020 р.). Київ, 2020. С. 50–52.

15. Аніканова Л. О. Комунікативна тактика солідаризації у політичному дискурсі Бориса Джонсона. *Різдвяні студентські наукові читання* : XII Міжвишівська студентська науково-практична конференція (м. Запоріжжя, 04 грудня 2020 р.). Запоріжжя, 2020. С. 5–7.

16. Аніканова Л. О. Тактика сприяння розумінню та оцінки ситуації у висловлюваннях Бориса Джонсона. *Таврійські філологічні наукові читання* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 29 – 30 січня 2021 р.). Київ, 2021. С. 103–105.

17. Аніканова Л. О. Тактика активізації адресата до дії у промовах Бориса Джонсона. *Освіта і наука у мінливому світі : проблеми та перспективи розвитку* : матеріали III Міжнародної наукової конференції (м. Дніпро, 26-27 березня 2021 р.). Дніпро : СПД «Охотнік», 2021. Ч. II. С.193–195.

18. Аніканова Л. О. Аналіз лексики Бориса Джонсона (на матеріалі промови на екологічному саміті). *Рівень ефективності та необхідність впливу філологічних наук на розвиток мови та літератури* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 7 – 8 травня 2021 р.). Львів : ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2021. С. 93–96.

19. Аніканова Л. О. Мовленнєва поведінка прем'єр-міністра Великої Британії Бориса Джонсона: норма і девіації. *Синергетика у філологічних дослідженнях* : тези доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 2021). Запоріжжя, 2021. С. 5–7.

20. Аніканова Л. О., Єнікєєва С. М. Соціолінгвальні та лінгвопрагматичні параметри мовленнєвої поведінки Бориса Джонсона. *Нова філологія* : збірник наукових праць. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2021. № 83. С. 16–23.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та двох додатків. У вступі надано обґрунтування актуальності дослідження, визначення мети, завдань, методів дослідження, об'єкта та предмета дослідження, описано структуру роботи.

У першому розділі розглянуто теоретико-методологічну основу дослідження, зокрема, визначення та структуру мовної особистості, одиниці лінгвопрагматичного та соціокультурного аспектів.

У другому розділі надано результати практичного аналізу вербально-семантичного рівня, лінгвопрагматичного та соціокультурного аспектів мовної особистості Бориса Джонсона на матеріалі його висловлювань.

У висновках узагальнюються результати дослідження. Додатки А і Б містять схеми комплексного аналізу лінгвопрагматичних та соціокультурних параметрів мовної особистості.

Загальна кількість сторінок складає 65. Кількість використаних джерел складає 66.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ПРЕМ'ЄР-МІНІСТРА ВЕЛИКОБРИТАНІЇ БОРИСА ДЖОНСОНА

1.1 Мовна особистість як лінгво-антропний феномен

Мовна особистість є центральним поняттям лінгвоперсонології, «розділу мовознавчої науки, який концентрує увагу на вивченні мовної особистості в її цілісності» [Загнітко 2017, с. 4], тобто як феномену, який має досліджуватися комплексно, з урахуванням усіх його аспектів.

Мовна особистість, за визначенням Ю. М. Караулова, є «сукупністю (та результатом реалізації) здібностей до створення та сприйняття мовленнєвих творів, які відрізняються ступенем структурно-мовної складності, глибиною й точністю відображення дійсності, певною цільовою спрямованістю» [Караулов 2010, с. 238]. З цього визначення можна зробити висновок про те, що одними з параметрів аналізу мовної особистості є її мовна та комунікативна компетенція, інтенції, а також екстралінгвальні фактори, які впливають на мовлення індивіда. Матеріалом для аналізу є мовленнєві твори, тобто усні та писемні висловлювання певного носія мови.

За іншим визначенням, мовна особистість є «іманентною ознакою особистості як носія мови й комуніканта, що характеризує її мовну й комунікативну компетенцію та реалізацію їх у процесах продукування, сприйняття, розуміння й інтерпретації вербальних повідомлень, текстів, а також при комунікативній взаємодії» [Селіванова 2011, с. 445]. Тобто, ще одним важливим параметром для аналізу є комунікативна взаємодія мовної особистості з іншими учасниками дискурсу.

На думку А. Загнітко, мовною особистістю є «сукупність усіх мовних здібностей і реалізацій особистості, де мовна особистість має два вектори –

однопersoнологійний і поліперсонологійний. Перший репрезентує окрему мовну індивідуальність в усьому обширі її виявів, а саме: часовому, просторовому, еволюційному, культурно-естетичному, соціумному та лінгвокультурологічному» [Загнітко 2017, с. 4]. У нашому дослідженні ми аналізуємо однопersoнологійний вектор, зокрема звертаючи особливу увагу на її соціумні вияви.

Дослідники також підкреслюють важливість інших аспектів, називаючи мовною особистістю «особу, яка використовує мову не тільки як систему лінгвістичних правил, але перш за все як спосіб національно-специфічної репрезентації знань» [Vasylieva 2016, р. 14-16]. Тобто національно-культурні параметри є значущими для аналізу комунікативної поведінки індивіда, що підкреслено і у цьому визначенні: «мовна особистість є різноаспектною, багатоконпонентною та структурно організованою системою мовних компетенцій, певним лінгвістичним відповідником духовного світу особистості у сукупності її соціальних, етнічних, естетичних характеристик, комунікативних здібностей, знань та культурних цінностей» [Normurodova 2018, р. 30]. У наведеному визначенні знову наголошується на системному характері цього феномену.

Крім того, мовну особистість визначають як «багаторівневу функціональну систему, що охоплює три рівні: володіння мовою (мовна компетенція), володіння засобами здійснення мовленнєвої взаємодії (комунікативна компетенція), знання світу (тезаурус)» [Куранова 2012, с. 144], що підтверджує думку про необхідність комплексного, системного аналізу цього феномену.

Мовну особистість можна розглядати також як «модель представлення особистості, що ґрунтується на аналізі дискурсу носія мови й узагальнено об'єктивує особливості використання ним системних засобів мови як з метою відображення його світобачення, так і для реалізації комунікативних інтенцій» [Семенюк 2010, с. 56]. Тобто, важливим є прагмалінгвістичний

аспект, аналіз дискурсу, у якому відбувається мовленнєва діяльність індивіда.

Також мовною особистістю вважають «людину, яка реалізує свій комунікативний потенціал через мову» [Сотников 2012, с. 267]. Комунікативний потенціал теж є прагмалінгвістичною характеристикою, яка показує ефективність мовленнєвої поведінки індивіда.

Зважаючи на те, що загальнодоступними тексти промов, інтерв'ю та інші приклади мовлення політиків зазвичай є загальнодоступними, а також беручи до увагу суспільну значимість політичних лідерів, ми обрали представника цього прошарку суспільства. Мовну особистість політика називають «узагальненим образом, який втілює типові риси представників певної сфери діяльності та специфічні риси, характерні для окремої лінгвокультури» [Slavova 2015, p. 112]. Важливим є аналіз наявності та відсутності або модифікації рис, характерних для мовлення політиків в цілому, адже це дозволить виявити індивідуальні особливості певної мовної особистості.

Отже, мовна особистість є багаторівневою функціональною системою, яка включає мовну, комунікативну компетенції та знання про світ мовця, його комунікативні цілі та особливості його мовленнєвої поведінки. Одними з аспектів мовної особистості є лінгвопрагматичний та соціолінгвістичний.

1.2 Організація мовної особистості

Як було зазначено раніше, мовна особистість є багаторівневою системою, тому для більш детального аналізу цього феномену слід брати до уваги такі рівні її структури: вербально-семантичний; лінгво-когнітивний; мотиваційний, або рівень діяльнісної-комунікативних потреб [Караулов 2010,

с. 238]. Виділення цих рівнів допомагає систематизувати підходи до параметрів аналізу характеристик мовної особистості.

Нульовий рівень ще називають лексиконом особистості, і він включає ще й граматичні знання. Перший рівень містить тезаурус мовця, його знання про світ, і, на нашу думку, репрезентує соціолінгвальні параметри мовної особистості. Другий рівень «відображає прагматикон особистості, тобто систему її цілей, мотивів, установок та інтенціональностей» [Караулов 2010, с. 238]. На нашу думку, другий рівень відображає лінгвопрагматичний аспект мовної особистості, адже саме на цьому рівні відбувається взаємодія з іншими учасниками дискурсу та реалізуються інтенції мовця. Нульовий і перший рівні забезпечують інструментарій для мовленнєвої діяльності.

Одиницями аналізу вербально-семантичного рівня є лексикон та граматикон мовної особистості. Системі індивідуального лексикону притаманні такі ознаки, як відкритість та динамічність [Шаповал 2019]. Саме тому слід аналізувати цей аспект мовної особистості у контексті змін та розвитку. У лексиконі мовної особистості розрізняють групи лексичних одиниць, зокрема експресеми, які є «важливою частиною лексикону мовної особистості» [Иванцова 2002, с. 71], адже набір експресивних засобів є індивідуальним для кожного мовця, тобто це одна з особливостей мовної особистості, яка відрізняє її від типових параметрів мовлення. Експресемою називають «елемент лінгвостилістичної системи, мовленнєву одиницю, вжиту в експресивно-стилістичній функції, яка вміщає в собі власне лінгвістичне значення з емотивним, аксіологічним, волюнтативним, естетичним, художньо-образним, оцінним» [Гуйванюк 2011, с. 91]. Експресивні лексичні одиниці та граматичні структури є основними мовними засобами вираження мовцем своєї суб'єктивної позиції.

Мовленнєвими експресемами вважаємо стилістичні прийоми, які є «побудованими за певною моделлю засобами мовлення, які властиві відповідному стилю, сфері спілкування, та надають їм виразності, образності, експресивності, шляхом свідомого посилення якихось рис мовних одиниць,

відхилення планів змісту або форми від буквального простого способу повідомлення» [Селіванова 2006, с. 581]. Зважаючи на те, що стилістичні прийоми завжди є індивідуальними, вони є одними з основних одиниць для виокремлення особливостей мовлення індивіда.

Лінгвістичну норму визначають як «інваріант, який охоплює всі змінні фонетичні, морфологічні, лексичні і синтаксичні моделі та їхні типові риси, які існують у мові в певний період часу» [Лекції]. Іншими словами, лінгвістична норма є базою для мовлення, але при цьому вона не має такої виразності, як незвичні лексеми, словоформи, словосполучення та інші мовні засоби. Як зазначають дослідники, «прагмалінгвістичний аналіз відхилень від мовної норми дозволив розкрити механізм перетворення мовних аномалій в стилістичні засоби: виявлені супутні додаткові компоненти значень мовних аномалій, що втілюють стилістичні та прагматичні значення, здатні додавати до базового змісту аномалій емоційно-стилістичне забарвлення, розширювати експресивні можливості і підвищувати впливовий потенціал мовних порушень, що мотивує їхнє використання як експресивних стилістичних засобів у політичному дискурсі» [Бондаренко]. Інакше кажучи, відхилення від норми допомагають визначити індивідуальні особливості мовної особистості, а лінгвістична норма слугує орієнтиром для визначення та аналізу цих девіацій.

Лінгво-когнітивний рівень відображає тезаурус мовця, тобто його соціальні, побутові, культурні, енциклопедичні знання, на підставі яких він створює тексти. Ці знання про світ «зафіксовані у значеннях слів і їхніх асоціативних комплексах відповідно до національно-психічного складу думки й особистісної зацікавленості в інтерпретації позначуваних або сприйнятих фактів» [Селіванова 2011, с. 445]. Аналіз основних концептів картини світу мовця допоможе виявити особливості мовної особистості на цьому рівні.

Мотиваційний рівень, або рівень діяльнісно-комунікативних потреб, включає прагматикон як «дискурсивну (комунікативну) компетенцію,

систему правил, навичок і вмінь спілкування, зумовлених процесами соціалізації та інкультурації [Селіванова 2011, с. 445], тобто саме цей рівень демонструє взаємозв'язок мовної особистості та дискурсу.

Іншим підходом до опису структури мовної особистості є виокремлення експонентного, субстанційного та інтенційного рівнів. Експонентний, або формальний, рівень включає мовну компетенцію, тобто «словотвірні, синтаксичні структури, зв'язок між елементами речень і самими реченнями, граматичні категорії» [Куранова 2012, с. 159]. Цей рівень відповідає нульовому рівні за моделлю Ю. М. Караулова.

Другий, субстанційний рівень, «визначає семантичні параметри теми (способи розвитку теми, обсяги референції семантичних одиниць, когерентність розвитку теми), відображає структури тезауруса мовної особистості» [Куранова 2012, с. 160], тобто корелює з першим рівнем за моделлю Ю. М. Караулова.

Третій, інтенційний рівень, який «охоплює систему мовленнєвих дій, діалогічну модальність, комунікативні схеми та стратегії» [Куранова 2012, с. 161], відповідає другому рівню за моделлю Ю. М. Караулова.

Отже, мовна особистість як багатокomпонентна поліфункціональна система складається з трьох рівнів: вербально-семантичного (експонентного), лінгво-когнітивного (субстанційного) та мотиваційного (інтенційного), кожен з яких має свої одиниці для аналізу (див. Додаток А). Ми вважаємо доцільним аналізувати ці рівні у зворотньому порядку, тобто від мети мовця до мовленнєвих та мовних засобів реалізації цієї інтенції (див. Додаток Б).

1.3 Лінгвопрагматичні особливості мовлення політика

У нашому дослідженні ми розглядаємо мовну особистість з позицій дискурсивно-прагматичної парадигми. Ця наукова парадигма характеризується «сприйняттям об'єкта в його взаємодії із середовищем як діяльності, функціонування системи» [Селіванова 2008, с. 31], саме тому

мовну особистість Бориса Джонсона варто розглядати у межах певного дискурсу та з урахуванням екстралінгвістичних факторів.

Політичний дискурс визначається як «комбінація тезаурусу прецедентних феноменів, моделей типових мовленнєвих актів і жанрів комунікації, сфокусованих на сфері політичного спілкування» [Slavova 2015, р. 110] та «мовленнєва діяльність суб'єктів в сферах політичного інституціонального спілкування, детермінована певною соціально-мовленнєвою ієрархією і об'єктивована у вигляді сукупності текстових одиниць політичної спрямованості» [Vozhenkova 2017, р. 257]. Саме порівняння моделей типової поведінки у політичному дискурсі та мовленнєвої поведінки Бориса Джонсона дозволить нам виявити особливості, характерні для його мовної особистості.

Британському політичному дискурсу притаманні такі аспекти: емоційність, цільова спрямованість та мовленнєві стратегії, за допомогою яких політичний лідер висловлює певні інтенції [Соколовська 2014], тобто, комунікативні стратегії є невід'ємною частиною політичного дискурсу та визначають комунікативну поведінку мовної особистості політика. Серед комунікативних стратегій, якими послуговуються політики, Т. А. ван Дейк виокремлює такі типи: узагальнення, наведення прикладу, виправлення, посилення, поступка, повтор, контраст, пом'якшення, зсув, ухилення, імплікація, припущення [Dijk 2006].

Одними з центральних понять прагматичної парадигми є комунікативна інтенція, комунікативна стратегія та тактика. Для дослідження прагматичного аспекту мовної особистості політика слід проаналізувати ці три параметри.

Першим з них є комунікативна інтенція. Комунікативну інтенцію визначають як «осмислений чи інтуїтивний намір адресанта, який визначає внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення» [Бацевич 2009, с. 130]. Тобто, саме від комунікативної інтенції залежить подальший вибір комунікативних, мовленнєвих та мовних засобів її актуалізації. Однією із

умов її реалізації є афективний чинник, який полягає у тому, що експресивне навантаження впливає на варіативність висловлювання [Бацевич 2009, с. 131], тобто інтенція може актуалізуватись у різноманітних варіантах одного й того самого висловлювання. Основними цілями політичної комунікації називають дискредитування опонентів, посилення політичної позиції та нейтралізацію негативних настроїв у соціумі [Polyakova 2020].

Комунікативна стратегія є «сукупністю мовленнєвих дій, спрямованих на вирішення загального комунікативного завдання мовця» [Дарчук 2020, с. 68], тобто основою для виокремлення стратегій є цілі мовної особистості. Комунікативну стратегію визначають також як спосіб «планування дискурсу» із метою одержання певного результату мовленнєвої діяльності, [Селіванова 2006, с. 238-240], тобто знову звертають увагу на мету комунікативної діяльності. Стратегія визначається дослідниками і як «план мовленнєвих дій, який формується відповідно до мотивів та мети комуніканта і ґрунтується на комплексі знань, що мають комунікативно-соціальну природу та слугують здійсненню комунікативного наміру мовця» [Богатирьова 2014, с. 7].

Інші дослідники теж звертають увагу на те, що комунікативні стратегії організовано «у відповідності до мети та ситуаційних умов» [Artym 2013, р. 242] та визначають це поняття як «комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної цілі» [Prihodko 2020, р. 4]. Тобто, під час аналізу комунікативної стратегії потрібно враховувати такі екстралінгвістичні фактори, як: намір мовця та обставини, які спричинили використання певних комунікативних прийомів. Комунікативну стратегію визначають як «планування процесу мовленнєвої комунікації залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану. Інакше кажучи, мовленнєва стратегія становить комплекс мовленнєвих дій, скерованих на досягнення комунікативної мети» [цит. за: Завальська 2015, с. 88].

Загалом комунікативні стратегії розподіляють на дві категорії: кооперативні та конфронтаційні [Klemenova 2020, p. 3]. У політичному дискурсі виділяють комунікативні стратегії інформування, самопрезентації та консолідації [Павлова, Тарасова 2018, с. 57-59]. Крім того, стратегія дискредитації опонента як одна із ключових глобальних стратегій політичного дискурсу загалом спрямована на створення негативного образу політичних супротивників, а також позитивної самопрезентації за допомогою імпліцитної антиномії. Також виділяють окремо стратегію позитивної самопрезентації.

Іншою домінантою політичного дискурсу є персуазивна стратегія, яка спрямована на переконання громадян [Стецик 2015, с. 105], що часто є метою політичних промов. Схожою є аргументативна стратегія. Також виокремлюють комунікативні стратегії зменшення, покращення та театральності [Byalkivska, Piddema 2015, p. 19].

Комунікативні стратегії реалізуються за допомогою комунікативних тактик, тобто конкретних мовно-мовленнєвих, підпорядкованих певній комунікативній стратегії, «способів здійснення інтенційно-стратегічної програми комунікації» [Богатирьова 2014, с. 9; Селіванова 2008, с. 609]. Як зазначають дослідники, «реалізація певної стратегії відбувається завдяки тактикам, які є окремою фазою втілення комунікативної стратегії, що характеризується набором прийомів, які визначають використання різних мовних засобів» [Bratanich 2016, p. 295]. Саме на рівні комунікативних тактик ми аналізуємо безпосередньо ті мовленнєві прийоми, які актуалізують обрану мовцем стратегію у процесі комунікації.

Іншою розповсюдженою тактикою є комунікативна тактика солідаризації, тобто об'єднання з народом, «реалізується за допомогою вживання займенників *we*, *our*, що виконують інклюзивну функцію» [Ананко 2018, с. 8]. Комунікативною інтенцією мовця у цьому випадку є демонстрація того, що все населення країни є єдиним, і що прем'єр-міністр діє від імені

всіх громадян. Таким чином, реалізується комунікативна стратегія позитивної само презентації.

Крім того, комунікативна стратегія позитивної самопрезентації у політичному дискурсі може бути реалізована за допомогою різних тактик, зокрема екзิมпліфікації, тобто надання прикладів, фактів для підтвердження виконання обіцянок виборцям.

Однією з комунікативних тактик актуалізації стратегії переконання є тактика активізації адресата до дії, яка спрямована на залучення громадян країни до певних спільних заходів у межах всієї держави. Ця тактика часто використовувалась у період пандемії, зокрема під час звернення прем'єр-міністра до народу з метою переконання людей у необхідності введення карантинних обмежень.

Ще однією тактикою об'єктивації персуазивної стратегії є тактика позитивної перспективи, яка «вживається у передвиборчих промовах для опису перспектив розвитку країни у разі перемоги кандидата. Зазвичай це політичні обіцянки, які мають створити позитивну картину у підсвідомості цільової аудиторії» [Ананко 2018, с. 9]. Слід зазначити, що й після перемоги на виборах обраний кандидат продовжує застосовувати цю тактику для підтримання свого позитивного образу та запевнення виборців у тому, що його діяльність має певні перспективи на майбутнє.

Комунікативна тактика сприяння розумінню та оцінки ситуації «націлена на пояснення ситуації» [Khrystyna 2013, р. 244], тобто інтенцією мовця є підведення слухачів до правильного висновку щодо певних фактів та подій.

Актуальними тактиками комунікативної поведінки політика є: регуляції поведінки, привернення уваги, репрезентації новинної цінності, конструювання харизми, акцентування соціального статусу, експлікації соціально-політичної позиції, демонстрації уваги й інтересу до співрозмовника, висловлювання похвали й подяки, інтимізації спілкування, інтегрування, афіліації [Павлова, Тарасова 2018].

Тактика репрезентації новинної цінності використовується у політичному дискурсі для реалізації комунікативної стратегії інформування [Павлова, Тарасова 2018, с. 57], яка важлива для політиків через те, що вони мають доносити до електорату інформацію про свої досягнення для підвищення свого рейтингу. Новинна цінність – це когнітивна репрезентація цінностей суспільства, яка служить для того, аби викликати інтерес у читача [Dijk 1988, р. 119]. Новинна цінність визначається такими факторами, як «актуальність, значущість, масштаб, просторова або психологічна близькість, наслідки для масової аудиторії, емоційний аспект, конфліктність або негативний характер повідомлень» [Павлова, Тарасова 2018, с. 58]. Тобто, для того, щоб реалізувати стратегію інформування за допомогою цієї тактики, повідомлення мають відповідати потребам суспільства у певний період.

Отже, основними стратегіями політичного дискурсу вважають стратегії інформування, позитивної самопрезентації, дискредитації опонента, узагальнення, наведення прикладу, виправлення, посилення, поступки, повтору, контрасту, пом'якшення, ухилення, імплікації, припущення, переконання та аргументування. Тактиками реалізації наведених стратегій є тактики екзิมпліфікації, активізації адресата до дії, позитивної перспективи, сприяння розумінню та оцінки ситуації, регуляції поведінки, привернення уваги, репрезентації новинної цінності, конструювання харизми, акцентування соціального статусу, експлікації соціально-політичної позиції, демонстрації уваги й інтересу до співрозмовника, висловлювання похвали й подяки, інтимізації спілкування, інтегрування та афіліації.

1.4 Соціокультурні аспекти мовлення

Як зазначають дослідники, «мова у соціокультурній парадигмі є варіантом» [Fabricius 2002, р. 358], саме тому релевантним є дослідження індивідуальних варіантів використання мови, тобто мовлення індивіда.

Традиційно соціолінгвістику визначають як «маргінальну галузь мовознавства, що вивчає вплив суспільних явищ і процесів на виникнення, розвиток, соціальну й функціональну диференціацію мов, а також зворотний вплив мови на соціум» [Селіванова 2008, с. 316]. Із цього визначення можна зробити висновок про те, що недостатньо вивченим залишається соціолінгвістичний аспект мовлення індивіда як представника соціуму.

Серед останніх публікацій на цю тему слід відзначити роботи Дубовицької М. А. та Філатової Н. П., у яких вони теоретично обґрунтовують релевантність дослідження соціокультурних параметрів мовної особистості, відзначаючи, що соціальна сутність мови відображена у мовній свідомості, носієм якої є мовна особистість [Дубовицкая 2019, с. 26], саме тому соціолінгвістичний аспект є одним із основних під час аналізу індивідуальних особливостей мовлення.

Також досліджуються соціокультурні параметри прізвищ у межах лінгвоперсонологічної парадигми [Чучвара 2016, с. 85], що ми також вважаємо релевантним об'єктом дослідження, адже цей тип антропонімів є мовним засобом вираження ставлення соціуму до індивіда. Як зазначають дослідники, прізвисько є живою антропонімною категорією, що реагує і відображає всі мовні зміни, явища та процеси, акумулює багатий культурний матеріал [Шульська 2011, с. 8], саме тому цей соціально-лінгвістичний феномен є актуальним об'єктом сучасних лінгвістичних студій.

На основі аналізу визначень різних дослідників, ми можемо зазначити, що прізвисько – це різновид антропонімів; okazіональна одиниця (має потенціал для закріплення) [Шульська 2011, с. 5], яка за значенням є неофіційним, додатковим, зазвичай вмотивованим та емоційно насиченим ім'ям, даним особі іншими людьми [Єнікеев 2019, с. 36] (на основі їхніх суб'єктивних уявлень) і ґрунтується на оцінці її зовнішності, рис характеру, супутніх їй життю обставин, поведінки, професійної діяльності, участі у світових подіях та внутрішніх історичних процесах (імпліцитно представлених через асоціативний зв'язок з предметами чи явищами

навколишньої дійсності [Дуйчак 1994, с. 258]), при цьому воно відбиває реальні якості носія та підкреслює той особливий сенс, які вони мають для оточуючих людей та виконує номінативно-ідентифікаційно-диференційну функцію [Федотова 2008, с. 7].

За структурними параметрами виділяють такі типи прізвищ: однослівні, афіксальні, композитні, телескопійні, абрєвіатурні, дво- та більше-членні фразові номінації [Єнікєєв 2019, с. 37]. На нашу думку, вмотивованість прізвища є однією з його визначальних рис як виду антропонімів, саме тому ми зосереджуємо увагу на її визначенні для аналізу етимології неофіційних номінативних одиниць, пов'язаних з особистістю Бориса Джонсона.

Як зазначають дослідники, «чим масштабнішою є постать особи в історії, культурі, політичному та економічному житті суспільства, тим більшою є увага до неї та, як результат, численнішою є кількість прізвищ, якими нарікають цю видатну постать» [Єнікєєв 2019, с. 38], саме тому ми вважаємо доцільним дослідити прізвища чинного прем'єр-міністра Великобританії Бориса Джонсона. Нашим завданням є встановлення як етимології та мотивації прізвищ, так і конотативного компонента їхніх значень. Неординарність постаті Александра Бориса де Пфєффель Джонсона та його важлива роль у житті сучасного британського суспільства зумовили нашу зацікавленість у дослідженні прізвищ саме цього політичного лідера.

Іншою соціокультурною характеристикою мовної особистості вважають експліцитну та імпліцитну підтримку або засудження дискримінації стосовно певних соціальних груп [Sunderland 2020, p. 324]. Соціальні групи можуть бути виокремлені за статтю, віком, етнічною та расовою, професійною приналежністю. У політичному дискурсі комунікативна взаємодія між соціальними групами та мовною особистістю політичного лідера є ключовою.

Таким чином, невирішеною проблемою на сучасному етапі розвитку лінгвоперсонології та соціолінгвістики є всебічний аналіз соціокультурних параметрів мовленнєвої діяльності мовної особистості.

На мовленнєві твори, тобто мовленнєві акти, впливають різні екстралінгвальні фактори, одним із яких є ситуація спілкування [Mesthrie 2011, p. 124], саме тому ми розглянемо таку складову як точність відображення дійсності, адже мовленнєва поведінка мовної особистості політичного лідера залежить від домінуючих тенденцій у суспільстві.

У сучасному політичному дискурсі домінують концепти толерантності та політкоректності, різноманіття: «Толерантність є необхідною для функціонування сучасних, ліберальних форм демократії. [...] Різноманіття має багато форм: думка та мовлення; одяг та зовнішність; мова; релігія; цінності та стилі життя» [Maureen, Mikael 2019]. Ці базові концепти представлені в опозиції до поняття упередженості, зокрема мовної упередженості, яка «спрямована проти певної соціальної групи в усному чи писемному дискурсі у висловлюваннях представників інших соціальних груп» [Sunderland 2020, p. 325]. Борис Джонсон як представник соціогрупи політиків у своєму мовленні може виражати певну авторитарність, наприклад, за допомогою «використання класичних мов» [Hayward, Faulconbridge 2019] та мовних одиниць високого стилю. Але при цьому він має висловлювати єдність з представниками усіх груп суспільства. Зважаючи на соціальний статус Бориса Джонсона, на прикладі його висловлювань можна проаналізувати експліцитне мовне вираження толерантності або упередженості стосовно певних прошарків суспільства.

Як зазначають дослідники, «соціальними групами, які страждають від упередженості у багатьох соціальних контекстах є представники іншої раси, робітничого класу, ЛГБТ, етнічних меншин, певних релігій, певних країн, а також жінки та люди з вадами» [Sunderland 2020, p. 324]. У нашому дослідженні ми проаналізуємо мовні засоби вираження ставлення Бориса

Джонсона до представників іншої раси, етнічної групи та статі, різних релігій, професійних прошарків і стилів життя.

Зважаючи на те, що «в процесі соціальної інтеракції поведінка комуніканта підпорядкована певним комунікативним цілям, досягненню яких сприяє реалізація комунікативних стратегій в тактик» [Павлова, Тарасова 2018, с. 59], доцільним вважаємо аналіз стратегій і тактик, які використовує політик для впливу на соціум.

Крім загальних тенденцій, які домінують у світовому політичному дискурсі впродовж тривалого часу (таких як толерантність, політкоректність та різноманіття), існують окремі соціальні явища, які впливають на всі сфери життя представників певного соціуму. Наразі таким явищем є пандемія COVID-19, внаслідок якої значно змінилася політична риторика Бориса Джонсона.

Отже, соціокультурними параметрами мовної особистості політика ми вважаємо його ставлення до представників іншої раси, етнічної групи та статі, різних релігій, професійних прошарків і стилів життя, а також його звертання до народних традицій та цінностей. Крім того, мовним засобом висловлення ставлення інших учасників дискурсу до Бориса Джонсона вважаємо його прізвиська. Аналіз цих параметрів мовної особистості ми починаємо з визначення комунікативної цілі, далі виокремлюємо мовні (лексичні, граматичні), мовленнєві (стилістичні) та комунікативні (стратегії, тактики) засоби реалізації інтенцій, що дозволяє нам описати вплив певних мовних та комунікативних одиниць на різні сфери соціальної взаємодії, тобто вплив мови на соціум та зворотній вплив соціуму на мову.

РОЗДІЛ 2

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ БОРИСА ДЖОНСОНА

2.1 Вербально-семантичний рівень мовної особистості Бориса Джонсона

Зважаючи на те, що початковим рівнем організації мовної особистості є вербально-семантичний, ми вважаємо доцільним починати опис характеристик та особливостей мовлення індивіда саме з аналізу одиниць цього рівня.

Діючий прем'єр-міністр Великої Британії Борис Джонсон базує свої висловлювання на загальноприйнятих нормах політичного дискурсу, але при цьому додає незвичні, інколи шокуючі контекстуальні інновації, які надають виразності його мовленню: *“I pay tribute to the **fortitude** and patience of my **predecessor** and her deep sense of public service but in spite of all her efforts it has become clear that there are pessimists at home and abroad who think that after three years of indecision that **this country has become a prisoner** to the old arguments of 2016 and that in this home of democracy we are incapable of **honouring** a basic democratic mandate”* [Johnson 2019]. У наведеному прикладі політик розпочинає свій виступ згідно норм офіційного стилю, використовуючи відповідні лексичні одиниці (*fortitude, predecessor, deep sense of public service, honouring*), але вже на початку своєї промови він застосовує виразну метафору (*this country has become a prisoner*).

Використання таких стилістичних прийомів не є нормою для офіційного стилю мовлення. Іншим різновидом девіацій є використання лексики, яка не відповідає стильовим вимогам певного дискурсу: *“The*

doubters, the doomsters, the gloomsters – they are going to get it wrong again” [Johnson 2019]. Ці лексичні одиниці (*the doubters, the doomsters, the gloomsters*) належать до розмовного стилю. Крім того, вони є неполіткоректними стосовно певних груп громадян. Саме тому їхнє використання у контексті такої важливої події, як перша промова новообраного прем'єр-міністра, має сильний емоційний ефект. Так само розмовними є й ідіоми та сталі вирази, використані у висловлюванні: “*The people who bet against Britain are going to lose their shirts because we are going to restore trust in our democracy and we are going to fulfil the repeated promises of parliament to the people and come out of the EU on October 31 no ifs or buts and we will do a new deal, a better deal that will maximise the opportunities of Brexit while allowing us to develop a new and exciting partnership with the rest of Europe based on free trade and mutual support. I have every confidence that in 99 days' time we will have cracked it but you know what – we aren't going to wait 99 days because the British people have had enough of waiting*” [Johnson 2019].

В іншій промові Бориса Джонсона, під час виступу на екологічному форумі 2021, простежуються характерні для нього лексичні особливості, наприклад, використання особистих займенників (*I, us, he*) для актуалізації тактики солідаризації: “*I'd like to begin by thanking President Biden very much for bringing us together today in the way that he has and for setting out the problem in the eloquent way that he did at the beginning, and of course for returning the United States to the front rank of the fight against climate change*” [Johnson 2021]. Наступна характерна риса його лексикону – експресивно забарвлені мовні одиниці: прислівники (*very much*), прикметники (*eloquent*) та іменники (*fight*), що відрізняють мовлення цього політика від традиційно прийнятих норм політичного дискурсу.

Емоційно маркована лексика часто використовується політиком для висловлення його ставлення до певних фактів та подій: “*I'm really thrilled by the game-changing announcement that Joe Biden has just made. And I'm proud that the UK is doing the same*” [Johnson 2021]. У наведеному прикладі

використано два експресивні прикметники: *thrilled* та *proud* для привернення уваги та підкреслення важливості сказанного.

Прикметники у формі найвищого ступеня порівняння також часто застосовуються (*the biggest*): “*We were first country to pass legislation for net zero. We have **the biggest** offshore wind capacity of any country in the world, **the Saudi Arabia of wind** as I never tire of saying. We’re halfway to net zero*” [Johnson 2021]. У цьому висловлюванні є приклад використання власного назви для емпатичної характеристики країни за допомогою алюзії (*the Saudi Arabia of wind*).

Експресивні частки та інші службові частини мови також використовуються Борисом Джонсоном, наприклад частка *up*: “*We’re actually **speeding up** because we see the obligations for developed countries to do more, we’re legislating to deliver 78% of the reductions needed to reach that goal by 2035*” [Johnson 2021]. Ці мовні одиниці також створюють емпатичний ефект.

Крім експресивних мовних одиниць, для залучення виборців застосовуються також лексичні одиниці з семою «коопреція», «єднання» (*similar, everybody, we, all, together, our*): “*As host of COP26, we want to see **similar** ambitions around the world and we’re working with **everybody**, from the smallest nations to the biggest emitters to secure commitments that will keep change to within 1.5 degrees. And I think **we** can do it. And to do it **we** need the scientists and **all** of our countries to work **together** to produce the technological solutions that humanity is going to need. Whether it’s carbon capture and storage or solving the problems of cheap hydrogen delivery or getting to jet zero flying, getting to net zero flying, making sure that **we** can roll out EVs properly, making sure that **our** homes stop emitting such prodigious quantities of CO₂, moving to sustainable domestic living*” [Johnson 2021]. Всі ці лексичні одиниці використовуються для актуалізації тактики солідаризації.

Емпатичні дієслова, наприклад *stress*, ще одним засобом створення експресивності висловлювань: “*We can do this together across the world. It’s going to mean the richest nations coming together and exceeding the \$100 billion*

commitment that they already made in 2009 and I stress how important that is” [Johnson, 2021]. У наведеному прикладі Борис Джонсон створює тавтологію (*stress how important*) для надання своєму висловлюванню емпатичності.

Емпатичний ефект прикметників часто підсилюється прислівниками, наприклад, *absolutely*: “*Plus, I think what President Xi had to say about the harmony with nature was **absolutely vital**. If we’re going to tackle climate change sustainably, we have to deal with the disaster of habitat loss and species loss across our planet and we want to see even more examples of government and private industry working **hand in hand** as with the newly launched LEAF Coalition to reduce deforestation and the multi-trillion dollar Glasgow Financial Alliance for Net Zero*” [Johnson 2021]. У наведеному прикладі є також стале словосполучення з семою «кооперація», «єднання» (*hand in hand*).

Словотвірні елементи також є засобом підсилення емпатичного ефекту висловлювань, наприклад: “*To do these things we’ve got to be constantly original and optimistic about new technology and new solutions whether that’s crops that are super-resistant to drought or more accurate weather forecasts like those we hope to see from the UK’s new Met Office 1.2bn **super**computer that we’re investing in*” [Johnson 2021]. У наведеному прикладі словотвірний елемент *super* надає висловлюванню експресивності.

Часто для привернення уваги до особливо важливих пунктів у своїй промові Борис Джонсон використовує лексику, яка стилістично не підходить до офіційного тону політичного дискурсу (“*bunny hugging*”): “*I’m not saying any of this is going to be easy. There is obviously going to be a political challenge. It’s important to go back to the original words of President Biden, it’s vital for all of us to show that this is not all about some expensive politically correct green act of “**bunny hugging**” or however you want to put it. Nothing wrong with “bunny hugging” but you know what I’m driving at*” [Johnson 2021]. Словосполучення *bunny hugging* належить до розмовного стилю, тому привертає увагу в офіційному контексті політичної комунікації.

Прикметники у порівняльному ступені використовуються для демонстрації вже виконаних або запланованих змін (*better, greener*): “*This is about growth and jobs and the President was absolutely right to stress that. I want to leave you with the thought that we can build back **better** from this pandemic by building back **greener***” [Johnson 2021].

Такі лексичні одиниці, як ідіоми, також часто вживаються політиком, наприклад: “*Don’t forget that the UK has been able to cut our own CO2 emissions by about 42% on 1990 levels and we’ve seen our economy grow by 73%, you can do both at once. **Cake have eat** is my message to you*” [Johnson 2021]. Ідіома *cake have eat* належить до розмовного стилю, але передає думку виразніше, ніж нейтральна лексика.

Слова у переносному значенні є ще одним засобом надання експресивності висловлюванням, наприклад: “*Let’s work together on this. Let’s go to Kunming in October and Glasgow in November **armed with ambitious targets and the plans required to reach them***” [Johnson 2021]. Метафора *armed with* підкреслює важливість сказаного.

Експресивні прикметники найбільш часто використовуються, наприклад: “*And let’s use this **extraordinary** moment and the **incredible** technology that we’re working on to make this decade the moment of **decisive** change in the fight against climate change and let’s do it together*” [Johnson 2021]. Прикметники *extraordinary, incredible, decisive* привертають увагу до висловлювання Бориса Джонсона та слугують для створення емпатичного ефекту.

Наведемо інші приклади використання слів не у звичному для всіх, а у метафоричному значенні. Говорячи про своїх опонентів, він використав слова *inanition, void* та *vacuum* (порожнеча): “*They are a **void** within a **vacuum** surrounded by a vast **inanition***” [Grippen 2012]. Метафоричне значення слова *inanition* – «відсутність або втрата соціальної, моральної або інтелектуальної енергії» [Merriam Webster dictionary].

Крім того, він використав в одному реченні три лексичні одиниці, які містять сему «порожнеча»: *void*, *vacuum*, *inanition*. Тавтологія є ще однією особливістю використання ним мовних одиниць. Прикметник *vast* є емоційно забарвленим. Це не нейтральна мовна одиниця, як і більшість, які використовує Борис Джонсон у мовленні. Конотативний елемент значення цього слова підсилює ефект, створений використанням не прямого, а метафоричного значення слів-синонімів та тавтологією.

Лідера лейбористів, Джеремі Корбіна, він назвав “*mutton-headed old mugwump*” [Weaver 2017]. Крім того, що всі три слова мають негативну конотацію, особливо цікавим є слово *mugwump*. За визначенням, це «нерішуча людина, яка залишається відчуженою, нейтральною або незалежною (у політиці)», але при цьому воно також римується зі словом *chump* (бовдур) [Weaver 2017]. Це слово стало предметом для обговорень у пресі, адже його вживають не так часто, і не всі одразу здогадалися, що Борис Джонсон мав на увазі.

Використання пейоративної лексики прем'єр-міністром не тільки в неофіційних висловлюваннях про своїх політичних супротивників, але й під час засідань Парламенту, викликає невдоволення у певної частини суспільства. Після рішення суду про те, що намагання Бориса Джонсона призупинити роботу Парламенту для завершення Брекзиту навіть без угоди з Європейським Союзом було незаконним, прем'єр-міністр на засіданні 27 вересня 2019 року використовував мовні одиниці, які не відповідають правилам поведінки представників його професійної групи.

Так, він застосовував слова *humbug*, *surrender*, *capitulation*, *traitor*, *treason*, *betrayal*, *hypocrite*, *guilty*, *saboteur*, *enemy*, *selfishness*, *cowardice* стосовно членів Парламенту та їхніх дій: “*I have to say, Mr Speaker, I've never heard such humbug in all my life*” [Johnson] – відповів він на репліку своєї колеги під час засідання. Граматична конструкція *I've never heard* в поєднанні з мовним засобом виразності – займенником *all* – виражали крайній ступінь роздратованості його як особистості, але незрозумілі були

його інтенції як політика у використанні слів, образливих для членів Парламенту.

ЗМІ також наголошували на неприпустимості його реакції на рішення суду: *“It is absolutely no disrespect to the judiciary to say I think the court was wrong”* [Johnson]. У цього контексті, коли політик говорить про рішення Верховного Суду, слово *wrong* також має пейоративну конотацію, адже підриває довіру до Суду та повагу до його рішень. У цьому висловлюванні використано стилістичні прийоми метонімії та уособлення: *thecourtwaswrong*.

Оцінюючи дії представників опозиції, він зазначає: *“Out of sheer selfishness and political cowardice the opposites are unwilling to move aside and give the people a say we will not betray the people who sent us here. That’s what they want to do. We will not abandon the priorities that matter to the public and we will continue to challenge those opposition parties to uphold democracy”* [Johnson]. Пейоративні мовні одиниці *sheerselfishness*, *cowardice* використано для опису поведінки тих членів Парламенту, які, на думку Бориса Джонсона, нехтують інтересами виборців, які проголосували за Брекзїт. Слово з виразною негативною конотацією *betray* слугує для створення протиставлення та відзначення того, що Консервативна партія вірна своїм обіцянкам, на відміну від опозиції, яка нехтує потребами народу (*we will not abandon the priorities that matter to the public*).

Поняття демократії, використане ним у цьому висловлюванні, стало також підставою для дебатів. Адже представники консерваторів вважають реалізацію результатів референдуму запорукою дотримання демократичних принципів, а лейбористи на чолі з Джеремі Корбіном вважають, що Борис Джонсон порушив ці принципи під час спроби призупинити роботу Парламенту. Тобто, це поняття стає контраверсійним, тому його використання у цьому контексті дає змогу говорити про створений стилістичний ефект імпліцитного протиставлення. Думка про політичну підступність висловлюється і в цьому прикладі: *“Instead of facing the voters, the opposition turned tail and fled, and fled from an election”* [Boris Johnson’s

Twitter]. Стилiстичнi прийоми метонiмiї та метафори служать для актуалiзацiї того, що опозицiя уникає виборiв.

Стилiстичнi прийоми повтору та паралелiзму створюють стилiстичний ефект переконання у висловлюваннi про лiдера опозицiї: “*He can’t control his own party, he can’t decide whether he is for leave or for remain, he’s being held captive by his colleagues, the electorate are being held captive by this zombie party and his zombie opposition and he wants the entire country to be held captive in the EU after October the 31st at a cost of more than a billion pounds a month. We say “no”, I say “no”, let’s get Brexit done and let’s take this country forward*” [Johnson]. Крім того, створюється опозицiя розвиток – стагнацiя за допомогою лексичного стилiстичного прийому антитези *leave – remain*. Слово *captive* створює iмплiцитну антитезу воля – неволя, адже вихiд iз ЄС позицiонується його прибiчниками як звiльнення. Епiтет *zombie* (*zombie party and his zombie opposition*) також представляє поняття залежностi вiд чужої волi.

Пiсля перемоги на виборах, вранцi 13 грудня 2019 року, Борис Джонсон виголосив свою першу промову, розпочавши її такими словами: “*Good morning, everybody – well, we did it – we pulled it off, didn't we? We broke the deadlock, we ended the gridlock, we smashed the roadblock and in this glorious, glorious pre-breakfast moment, before a new dawn rises on a new day and a new government, I want first of all to pay tribute to good colleagues who lost their seats through no fault of their own in the election just gone by*” [Johnson 2019]. У цьому прикладi використано синонiмiчний повтор – *we broke the deadlock, we ended the gridlock, we smashed the roadblock*. Лексеми *deadlock* («ситуацiя, за якої не можуть дiйти згоди в суперечцi, тому що жодна зi сторiн не хоче змiнювати свою думку або виконати вимоги iншої сторони [Cambridge Dictionary]) та *gridlock* (пряме значення: «ситуацiя, за якої дороги у мiстi стають настiльки заблокованими машинами, що жоден транспортний засiб не може рухатися» [Cambridge Dictionary], переносне значення: «ситуацiя, за якої прогрес неможливий» [Cambridge Dictionary]) є

синонімами, тільки значення останньої є більш ширшим. Лексему *roadblock* («тимчасова споруда, поміщена серед дороги для блокування руху транспорту» [Cambridge Dictionary]) використано у метафоричному значенні, саме тому вона також входить до цього синонімічного ряду. Стилiстичний ефект простого повтору слів *glorious* та *new* посилюється символічним значенням сходу сонця, беручи до уваги екстралiнгвістичну ситуацію виголошення промови: *new dawn, new day, new government*. Саме повтор прикметника *new* пов'язує ці три слова – схід сонця, день та уряд.

Синонімічний повтор прикметників, використаних для опису рішення британського народу, також використано Борисом Джонсоном у цій промові: “*You've been paying attention. Because this election means that getting Brexit done is now the **irrefutable, irresistible, unarguable** decision of the British people*” [Johnson 2019]. Слова *irrefutable* («той, що неможливо заперечити» [Cambridge Dictionary]), *irresistible* («той, від якого неможливо відмовитись, якого неможливо уникнути, якому неможливо протистояти через те, що він є занадто приємним, привабливим або сильним» [Cambridge Dictionary]) та *unarguable* («той, який неможливо оскаржити» [Cambridge Dictionary]) також утворюють синонімічний ряд.

Тавтологічний вислів з повтором слова *arguing* було використано для підкреслення значущості того, що обрано новий уряд, який не буде «сперечатися про суперечки», а буде виконувати волю народу: “*Because we politicians have squandered the last three years, three and a half years, in squabbles about Brexit – we've even **been arguing about arguing**, and about the tone of our arguments*” [Johnson 2019].

Також застосовується паралелізм як вид повтору синтаксичної конструкції для демонстрації того, що підтримка партії Консерваторів та їхньої програми єднає всю країну: “*We must recognise the incredible reality that we now speak as a one-nation Conservative Party for everyone **from Woking to Workington, from Kensington I'm proud to say to Clwyd South, from Surrey Heath to Sedgefield, from Wimbledon to Wolverhampton***” [Johnson 2019].

Анафору *let's* використано також для підкреслення того, що ці вибори об'єднали країну, та того, що кожен громадянин своїм голосом зробив внесок у майбутній розвиток: “*And that is what we will now do, isn't it? That is what we will now do. **Let's** go out, let's go out and get on with it. **Let's** unite this country, let's spread opportunity to every corner of the UK, with **superb** education, **superb** infrastructure, and technology. **Let's** get Brexit done. But first, my friends, let's get breakfast done too*” [Johnson 2019].

Неодноразовий повтор вдячності в одному реченні, яким Борис Джонсон завершив свою промову, є свідченням його емоційного піднесення після перемоги та того, що він цінує голос кожного виборця: “***Thank you all, thank you all very much for coming, thank you all very much, thank you all, thank you, thank you***” [Johnson 2019].

Часте вживання лексичних експресем є характерною рисою мовлення Бориса Джонсона. Здебільшого ці одиниці є прикметниками. У більшості висловлювань, в яких йдеться про Великобританію або її майбутнє, політик вживає експресеми з позитивною конотацією: “*We will leave the EU on January 31st and build a **great** new partnership with our European friends. Britain has a **bright** future ahead*” [Johnson 2019].

Крім того, говорячи про свою державу та діяльність партії Консерваторів, він часто вживає слово *great* у різних ступенях порівняння: “*We are a **great** country, and we can be **greater** still. Vote today to get Brexit done. Vote Conservative*” [Johnson 2019]. У цьому прикладі порівняльний ступінь має імпліцитне значення розвитку та змін, про які Борис Джонсон також часто каже, пов'язуючи всі позитивні інновації та рух уперед з діяльністю партії Консерваторів.

Прикметники у найвищому ступені порівняння, який, так само як і порівняльний ступінь, є лексико-граматичною експресемою, також часто зустрічається у його висловлюваннях: “*Today I met with @vonderleyen. When we leave the EU on January 31st, we will negotiate a new free trade agreement with our European partners and continue to work together as friends and*

sovereign equals to tackle the world's greatest challenges" [Boris Johnson's Twitter]. Цей вислів також стосується діяльності партії Консерваторів, зокрема, завершення Брекзиту, у цьому випадку – зустрічі Бориса Джонсона з Урсулою фон дер Ляєн, президентом Європейської комісії.

Одним з програмних положень діяльності його партії є те, що його уряд є урядом для народу – *"People's government*, саме тому й демократію у Великобританії він характеризує за допомогою експресеми *the greatest*: *"Thank you to everyone across our great country who voted, who volunteered, who stood as candidates. We live in the greatest democracy in the world"* [Boris Johnson's Twitter].

Прикметники у найвищому ступені порівняння часто є частиною гіперболічних висловлювань: *"We are going to legislate for the biggest investment in our NHS in living memory"* [Boris Johnson's Twitter]. Розвиток та покращення Національної служби охорони здоров'я Великобританії також є одним із програмних положень партії Консерваторів.

Лексична експресема *fantastic* неодноразово повторюється у його твіттах: *"There's a fantastic future for Northern Ireland as part of the United Kingdom, and we're here to support them"* [Boris Johnson's Twitter]. «Фантастичне» майбутнє Північної Ірландії також пов'язують із Брекзитом, який допоможе об'єднати «фантастичну» країну: *"We are going to get Brexit done and unite our fantastic country"* [Boris Johnson's Twitter].

Зважаючи на те, що Борис Джонсон переміг на виборах, він з надією та оптимізмом каже про майбутнє у новорічних привітаннях: *"This is going to be a fantastic year for Britain"* [Boris Johnson's Twitter]. Але крім позитивних прогнозів, він імпліцитно говорить й про те, що саме вони зроблять цей рік фантастичним – разом зі своїми виборцями: *"Happy New Year! Let's make 2020 a fantastic year for Britain"* [Boris Johnson's Twitter].

Епітет *wonderful* у цьому випадку висловлює його особисті враження від зустрічі з військовими: *"Wonderful to meet and serve lunch to so many of our fantastic servicemen and women today. Wherever our Armed Forces serve,*

you fill our hearts with pride and gratitude for everything you do” [Boris Johnson’s Twitter], яких він також називає *fantastic*.

Епітет *incredible* вживається стосовно Сполученого Королівства: “*We are going to unite and level up, bringing the whole of this **incredible** United Kingdom – England, Scotland, Wales, Northern Ireland – together”* [Boris Johnson’s Twitter]. Слово *incredible* має яскраво виражене емоційне забарвлення, й у цьому випадку дозволяє Борису Джонсону висловити його захоплення рідною країною.

Постійно наголошується на значущості поліпшення стану Національної служби охорони здоров’я Великобританії, зокрема підкреслюється важливість роботи працівників цієї галузі: “*This afternoon PM @BorisJohnsonthanked NHS workers for the **brilliant work** they do during a special reception at Downing Street”* [Boris Johnson’s Twitter]. Експресема *brilliant* висловлює високий ступінь захоплення.

Так само й експресивна лексема *amazing* допомагає підкреслити значущість охорони здоров’я й те, що Борис Джонсон, як й інші члени партії Консерваторів, приділяють цьому питанню достатньо уваги: “*We are going to level up and unite our country. We are going to get Brexit done and deliver the change that people voted for. And we are going to protect and invest in our **amazing NHS**”* [Boris Johnson’s Twitter].

У зв’язку з тестуванням вакцини проти COVID-19 він назвав «фантастичним» відгук людей на цей пілотний проект, маючи на увазі велику кількість тих, хто відреагував: “*Thank you to everyone in Liverpool for the **fantastic** response to the mass testing pilot and to all those - including our Armed Forces personnel - for helping to make this happen. It is early days but together we can drive down the virus”* [Boris Johnson’s Twitter]. Часто прем’єр-міністр вживає цю мовну одиницю для опису своїх вражень та почуттів після проведення певного заходу, наприклад, відвідування та своєї рідної інспекції лікарні: “***Fantastic** to visit the Royal Berkshire Hospital with @PrueLeith today, taking forward her recommendations to improve food in our hospitals. An*

important step to improve our long-term health” [Boris Johnson’s Twitter]. Тут також використано граматичний засіб еліipsis: *fantastic* замість *It’s fantastic*.

В іншому прикладі також висловлено його захоплення та позитивні почуття після зустрічі з представниками поліції: “*Our police work tirelessly to serve our communities and make our streets safer, often in the most difficult of circumstances. We are grateful for their vital assistance throughout the pandemic. It was **fantastic** to meet some of them today in Northampton*” [Boris Johnson’s Twitter].

Цей експресивно забарвлений прикметник використовується також для оцінки діяльності інших, наприклад, фермерів: “*Good to meet with @Minette_Batters today. I will always support our **fantastic** farmers, who have worked tirelessly during the pandemic to keep our country fed. Outside the EU we now have the chance to get a better, fairer deal for Britain’s food and farming sector*” [Boris Johnson’s Twitter].

Це ж значення має слово *fantastic* і в оцінці ініціатив щодо створення нових проектів для вирішення екологічних проблем: “*The @EarthshotPrize is a **fantastic** initiative by @KensingtonRoyal, bringing together some of the brightest minds to find solutions to some of the world’s greatest environmental problems*” [Boris Johnson’s Twitter]. Так само він оцінив ініціативи щодо створення нових робочих місць: “*Today I visited the HS2 Interchange site in Solihull, West Midlands. This **fantastic** project will create thousands of jobs and is at the heart of this government’s plans to build back better*” [Boris Johnson’s Twitter].

Одним з провідних способів використання цього вербального засобу реалізації стратегії позитивної самопрезентації є демонстрація результатів діяльності самого політика та його партії, як, наприклад, у випадку з їхньою програмою розвитку поліції: “*It’s **fantastic** to see that more than 4,300 have joined the police and more than 100,000 people have applied. We’re delivering on our promise to recruit 20,000 officers to make our streets safer*” [Boris Johnson’s Twitter].

У цьому випадку він говорить про результати розвитку інфраструктури: “***Fantastic** to see that tens of thousands of new homes and other vital infrastructure projects have today been given the green light, with nearly £1.3bn of investment*” [Boris Johnson’s Twitter]. У наведеному прикладі використано граматичний засіб еліпсис: *fantastic* замість *It’s fantastic*.

Для того, щоб подякувати громадянам, представникам певних професій, наприклад, підприємців, цей мовний засіб також застосовується: “*Thank you to all the **fantastic** businesses across the UK who have been working hard to provide quality services throughout the pandemic. If you’re out shopping or at your local this weekend, please do support our businesses and follow any guidelines in place*” [Boris Johnson’s Twitter].

Крім подяки за діяльність громадян, ця лексична одиниця використовується й для подяки за їхню підтримку, як, наприклад, гостинність працівників до політика під час відвідування ним підприємств: “*Great to be out and about in Ruislip Manor this morning to offer my thanks and support to the **fantastic** local businesses in my constituency. Thanks to everyone who stopped to say hello*” [Boris Johnson’s Twitter].

Для показу того, що для прем’єр-міністра важливо спілкування з громадянами, він також може підсилювати свої повідомлення з цього приводу емоційно забарвленим прикметником: “*It was **fantastic** to be back answering your questions at #PeoplesPMQs yesterday*” [Boris Johnson’s Twitter].

Крім чітко спрямованих випадків оцінки, Борис Джонсон часто описує такими емоційними прикметниками країну в цілому: “*We’ve got a **fantastic**, strong, united country. We’re going to bounce forward together, stronger together*” [Boris Johnson’s Twitter].

Ще одним експресивно забарвленим прикметником є *brilliant*. Лексема *brilliant* має такі значення: *extremely intelligent or skilled; full of light, shining, or bright in colour; very good* [Cambridge dictionary]; *very bright; glittering; striking, distinctive; distinguished by unusual mental keenness or alertness; excellent* [Merriam-Webster dictionary]; *extremely intelligent or impressive; very*

successful; (of a person) very intelligent or skillful; (of light or colors) very bright [Oxford Learner's dictionary]. Слід зазначити, що цей прикметник має конотативне значення, яке і є емотивною частиною семантики цієї лексичної одиниці.

Цей прикметник виконує аксіологічну функцію у багатьох промовах Бориса Джонсона. Наприклад, дякуючи лікарям та дослідникам за роботу, Борис Джонсон застосовує мовну одиницю *brilliant* для підкреслення їхньої значущості та свого захоплення цими людьми: *“Incredibly exciting news the Oxford vaccine has proved so effective in trials. There are still further safety checks ahead, but these are fantastic results. Well done to our brilliant scientists at @UniofOxford & @AstraZeneca, and all who volunteered in the trials”* [Boris Johnson's Twitter].

Крім характеристики діяльності певних груп або окремих людей, політик використовує цей прикметник для висловлення свого ставлення до певних новин, зокрема щодо досягнень його партії, наприклад: *“Brilliant news that there are now 13,718 more nurses and 7,810 more doctors than a year ago - these figures show we're on course to keep our manifesto commitments. And thank you to the incredible NHS staff who are always there for us, especially in this difficult time”* [Boris Johnson's Twitter]. У цьому висловлюванні він виражає не тільки своє ставлення, але й настанову своїх виборців на думку про те, що він насправді виконує свої передвиборчі обіцянки, тобто, таким чином він впливає й на емоційне сприйняття цих новин іншими учасниками цього комунікативного процесу.

Свою підтримку нових ідей та проєктів Борис Джонсон також часто висловлює емоційно: *“Brilliant to be at @Octopus_Energy today with @RishiSunak. It's UK tech companies like Octopus that will ensure we continue to build back greener, pioneering renewable energy globally and leading the path to Net Zero, whilst creating thousands of jobs”* [Boris Johnson's Twitter]. У цьому випадку прикметник *brilliant* допомагає виразити його враження від відвідування компанії-розробника певного проєкту, який допоможе

реалізувати політичну програму прем'єра щодо збереження навколишнього середовища.

Всі події, пов'язані з розвитком країни та запровадженням тих змін, які він обіцяв перед виборами, Борис Джонсон характеризує експресивно: “*Brilliant to see @Tesco taking up the Kickstart Scheme and creating new opportunities for young people. The Kickstart Scheme is just one of the fantastic ways we are building back better across our country*” [Boris Johnson's Twitter]. Слід зазначити, що прикметник *brilliant* може функціонувати не лише як епітет для позитивної оцінки, але і як іменна частина присудка в еліптичних конструкціях: *brillianttobe* замість *it'sbrillianttobe*; *brillianttosee* замість *it'sbrillianttosee*.

Борис Джонсон висловлює підтримку й спортивному життю громадян: “*While our brilliant @TeamGB athletes will have to wait another year for their chance at Olympic glory, I know that come next year, they will be ready to take Tokyo by storm!*” [Boris Johnson's Twitter] Використання емоційно забарвленого прикметника *brilliant* у цьому твітті допомагає ще й емоційно виразити його патріотизм.

Художній сектор суспільного життя (театр, наприклад) також отримує характеристику *brilliant*: “*We've announced a £1.57 billion package to support our brilliant theatre and creative sectors. There will have to be some creativity in making our theatres COVID-19 Secure, but we can do it and we're working very hard with the sector to get it done*” [Boris Johnson's Twitter]. Часте вживання таких експресивно забарвлених одиниць у мовленні прем'єр-міністра має на меті ще й підтримання його позитивного образу в очах виборців.

Отже, вербально-семантичний рівень структури мовної особистості Бориса Джонсона характеризується вживанням мовних та мовленнєвих одиниць, які не відповідають нормам офіційного стилю політичного дискурсу. Він застосовує розмовну, експресивно забарвлену та пейоративну лексику, лексико-граматичні експресиви (ступені порівняння прикметників),

стилістичні прийоми (метафору, метонімію, повтор (тавтологію, синонімічний повтор, анафору), антитезу, паралелізм та гіперболу.

2.2 Соціокультурні та лінгвопрагматичні параметри мовної особистості Бориса Джонсона

Основною ціллю комунікативної поведінки політика є створення позитивного іміджу, що в основному досягається за допомогою схвалення або засудження певних тенденцій у сучасному суспільстві. Однією з негативних тенденцій є дискримінація людей за статтю, віком, расою, етнокультурною приналежністю та релігійними віруваннями. Борис Джонсон у своїх висловлюваннях наголошує на негативному ставленні до будь-якого виду дискримінації: “*Great to sign a huge @England flag in support of the @FA Respect campaign. Discrimination has no place in football*” [Boris Johnson’s Twitter]. У цьому прикладі засобом актуалізації негативного ставлення є тактика засудження. Крім того, він застосовує тактику контрасту, протиставляючи дискримінацію та повагу різноманіття: “*Hi folks, I’m very proud to have signed this amazing Nationwide flag supporting England and supporting all the values that our country represents, particularly ensuring that we have respect for diversity across our country*” [Boris Johnson’s Twitter]. Лексичними одиницями, які вербалізують ідею поваги до різноманіття є лексичні з позитивною конотацією (*very proud, amazing, values, respect, diversity*). Він також застосовує тактику консолідації народу за допомогою апелювання до спільних футбольних традицій та легендарних діячів цієї професійної соціогрупи: “*I’m proud of this. I’ve added my signature to the names of such legends as Gareth Southgate, Geoff Hurst, Peter Shilton. And anyway, come on England in the match today!*” [Boris Johnson’s Twitter]

Ту ж саму тактику консолідації у поєднанні з тактикою репрезентації новинної цінності політик використовує після завершення локдауну та можливості повернутися до пабів як ще однієї спільної традиції усіх прошарків суспільства: “*Great to be back at the **pub** again, and to see so many reunited with friends and family*” [Boris Johnson’s Twitter]. Цю тактику вербалізовано за допомогою лексичних одиниць з амеліоративною конотацією (*great, reunited*).

Іншої соціогрупою, проти якої часто мають упередження, є представниці жіночої статі. Прем’єр-міністр у своїх висловлюваннях звертає увагу на «гендерний пробіл» у системі охорони здоров’я: “*I’m appealing for women of all ages to help us with our **Women’s Health Strategy**. We know there’s a gender gap in our health system, and we are committed to ending it*” [Boris Johnson’s Twitter]. Комунікативна тактика експлікації соціально-політичної позиції допомагає політику прямо висловлювати своє ставлення до цієї проблеми: “*One of the **inequalities** in the healthcare system at the moment is that women tend to have fewer years in good health than men on average. And maybe that’s because too much of the healthcare system is designed **by men, for men**. And we don’t understand enough about women’s direct experience of how healthcare works for them*” [Boris Johnson’s Twitter], використовуючи лексичні одиниці з негативною конотацією (*inequalities*) та стилістичний прийом тавтології (*by men, for men*).

Крім того, Борис Джонсон підкреслює важливість доступної освіти для дівчат в усьому світі: “*Making sure **girls** get 12 years of **quality education** is one of the **smartest investments** we can make as we recover from COVID-19. During our @G7 Presidency I’ll be **urging** the world to take action and prevent a **lost pandemic generation***” [Boris Johnson’s Twitter]. Лексико-граматична експресема (прикметник найвищого ступеню порівняння) *the smartest*, експресивно забарвлене дієслово *urgeta* алюзія на відоме літературне поняття «втрачене покоління» (*lost generation*) є мовними засобами актуалізації тактики експлікації соціально-політичної позиції у наведеному прикладі.

Наступною соціогрупою, яка потерпає від упередженого ставлення, є представники ЛГБТ. Борис Джонсон використовує тактику експлікації соціально-політичної позиції: *“I think that what we want for this country is for it to be a place where you can be who you want to be and love whomsoever you want to love. That's what we want for this country. And I have a very simple reason for thinking that's the right thing. And it was born of long experience, really, of running one of the greatest cities in the world. If you want to have the most dynamic, thriving, tech, scientific, academic, cultural, artistic sector in the world, if you want to attract the best and brightest from around the world, then you should be progressive on these issues. I want you to know that we, you know, we've got your back, here in this government. We're determined to stick up for equalities for LGBT people in any way that we can. And we, we will keep going. Thank you all for coming and see you next year”* [Boris Johnson's Twitter], вербалізуючи її за допомогою стилістичного прийому паралелізму (*you can be who you want to be and love whomsoever you want to love*), лексико-граматичних експресем (найвищого ступеню порівняння прикметників: *the most dynamic, thriving, tech, scientific, academic, cultural, artistic; the best and brightest*). Крім того, він використовує тактику інтимізації спілкування, використовуючи розмовні вставні слова та фрази (*really, you know*).

У багатьох мультинаціональних країнах існують конфлікти між представниками різних етнічних груп та релігій. Завдяки своєму соціальному статусу, Борис Джонсон має змогу висловлювати підтримку представникам всіх народностей та вірувань, насамперед, вітаючи їх з важливими святами. У наведеному прикладі він вітає християн з Великоднем, використовуючи тактику інтегрування: *“Happy Easter to everyone who is celebrating today. I know that for many people that means chocolate eggs and the Easter bunny and hot cross buns and all the rest of it and I will certainly be joining in”* [Boris Johnson's Twitter]. Крім того, він використовує стилістичний прийом алюзії (*Jesus Christ is "the way, and the truth, and the life", Good Samaritans*): *But if there's one thing British Christians have shown us this year is that Jesus Christ is*

"the way, and the truth, and the life" not just today but every day [Boris Johnson's Twitter], адаптуючи відомі релігійні вислови: *"Millions of Good Samaritans each of them showing what loving thy neighbour as thyself really looks like in 21st century Britain"* [Boris Johnson's Twitter] та використовуючи застарілі форми слів (*loving thy neighbour as thyself*), що надає висловлюванням більшої урочистості.

Представників ісламу політик також вітає з початком священного місяця: *"Ramadan Mubarak to all those observing Islam's holiest month this year. I'm afraid that again this year it is necessary to follow the rules to stay safe but I hope this month of fast, prayer and charity brings much peace and reflection to all Muslims"* [Boris Johnson's Twitter]. У наведеному прикладі використано тактику апеляції до етнічних цінностей і тактику афіліації, зокрема використано аутентичну фразу-привітання (*Ramadan Mubarak*), як і у наступному висловлюванні (*Eid Mubarak, iftar*): *"Eid Mubarak to everyone here in the UK and around the world who is celebrating today. I realise that, once again, the end of the holy month is not being marked with quite as much fanfare as would normally be the case, but as I found when I joined a virtual iftar with key workers and volunteers last month, Muslims right across the UK are extraordinary adept at finding new ways to conduct the kind of age-old rituals that help bring communities together at a time like this"* [Boris Johnson's Twitter]. У привітанні використовується стилістичний прийом синонімічного повтору (*extraordinary, amazing, wonderful*): *"I spoke to those who have been vaccinating care home residents, delivering food to hospital staff, stitching masks, organising funerals, working in fire and rescue services, and it was truly touching. I know that the amazing men and women I spoke to are just a handful of the many, many Muslims across the UK who have given so much in the fight against coronavirus. An amazing, wonderful community working so hard not only for your own friends and families, but for each and every one of us here in the UK"* [Boris Johnson's Twitter], а також тактика інтимізації спілкування, яка вербалізується за

допомогою емоційно забарвленою лексики (*truly touching*), що виражає особисте ставлення політика.

Крім позитивних моментів, прем'єр-міністр звертає увагу і на випадки дискримінації та порушення прав людини, використовуючи тактики засудження та інтегрування: “*This morning I spoke with some of those who have been shining a light on the **gross human rights violations** being perpetrated against Uyghur Muslims. I stand firmly with them and the other British citizens sanctioned by China*” [Boris Johnson’s Twitter], які актуалізуються за допомогою експресивної (*gross, firmly*) та негативно забарвленою лексики (*violations*).

Іншим видом дискримінації соціуму за етнічною приналежністю є антисемітизм. У повідомленні “*There is **no place for antisemitism** in our society. Ahead of Shavuot, I stand with Britain’s Jews who should not have to endure the type of **shameful racism** we have seen today*” [Boris Johnson’s Twitter], політик висловлює своє ставлення до антисемітизму за допомогою тактик засудження (*no place, shameful racism*) та інтегрування (*I stand with Britain’s Jews*).

Ще одним важливим аспектом є вшанування важливих дат в історії кожної етнічної групи, наприклад, День Вживших у Голокості: “*Pleased to support the first #HolocaustSurvivorDay and to honour the **extraordinary** contribution of Holocaust survivors to the UK and the world*” [Boris Johnson’s Twitter]. Цей вислів є ще одним прикладом реалізації тактики інтегрування.

Тактика висловлення подяки застосовується часто під час пандемії для підкреслення внеску кожної етнічної групи у загальнонародну справу боротьби з вірусом: “*This morning I met with **Jewish community** leaders. I want to thank **Britain’s Jews** for the **huge** contribution they have made in responding to the pandemic. I stand with them against the **shameful antisemitism** we’ve seen in the past few days. It has no place whatsoever in the UK*” [Boris Johnson’s Twitter]. Подяка висловлюється за допомогою експресивних лексичних одиниць (*huge*), а також тактики інтегрування (*I stand with them*).

Представників єврейської спільноти політик також вітає зі святами за допомогою тактики афіліації, використовуючи у своєму привітанні слова та фрази з мови їдиш (*Chag kasher v'sameach, Pesach, Matzah Ramble, Seder, Charoset*): “**Chag kasher v'sameach** to everyone celebrating #Passover this week. Sadly, for the second year in a row, this most sociable of festivals is taking place at a time when families, friends and neighbours are unable to come together as they usually would. But our **fantastic Jewish community** is known for its strength and for its resilience. And I know you're not going to let coronavirus stop you marking **Pesach**. You ancestors have done often in the most difficult of circumstances for many thousands of years. From Monday, you'll be able to meet up outdoors with up to six people or two households for a small, but **perfectly** formed, **Matzah Ramble**. And many of you once again will see time honoured rituals given a 21st century makeover with the return of online **Seder**. Even second time around, it's not quite what everyone is used to. But the **Charoset** will be just as sweet, and the **Matzah** just as meaningful. And you get something generations of **Jews** have dreamed of for millennia - the ability to mute the table's inevitable kvetch. So things will be a bit different this year, but you can still celebrate this week. Just make sure you stay safe and keep following the rules. **Have a great Passover**” [Boris Johnson’s Twitter].

Таку ж тактику афіліації застосовано і для звернення до народу Уельсу: “**Da iawn Cymru, da iawn! Huge** congratulations to @Cymru on getting through to the next round of #EURO2020” [Boris Johnson’s Twitter]. У наведеному прикладі Борис Джонсон використовує традиційну назву країни (*Cymru*) та привітання валлійською мовою (*Da iawn Cymru, da iawn!*), як і у наступному висловлюванні (*Diolch, Dydd Gŵyl Dewi Hapus*): “I want to wish everybody in **Wales and Welsh people** around the world **a very happy Saint David's Day. Diolch** for everything you are doing and **Dydd Gŵyl Dewi Hapus!**” [Boris Johnson’s Twitter]

Національним святом для ірландців є День Святого Патріка. Борис Джонсон не уникає можливості привітати з цим святом: “*Hi folks, it's Boris*

Johnson wishing a very happy Saint Patrick's Day to everybody here in Northern Ireland and indeed throughout the world. And I'm sure that Irish people are going to be raising a glass, to Armagh's most famous resident, I think it was TA Daly who said that on the 17th of March, everybody feels a little bit Irish, so have a very happy Saint Patrick's Day" [Boris Johnson's Twitter], і привітання з цим святом, згадка про реалії ірландської культури є ще одним способом реалізації тактики інтегрування.

Крім ставлення Бориса Джонсона до різних соціогруп, доцільним вважаємо й аналіз тих мовних одиниць, які відображають ставлення інших учасників дискурсу до політика – прізвиськ.

Серед прізвиськ, які мають нейтральну конотацію, маємо приклад номінативної одиниці яка за структурою є усиченням – *Al*. Цей онім використовується його друзями та родиною як скорочення офіційного першого імені – *Alexander*, наприклад: *"So who is the Boris behind the clown? Not Boris at all, actually. The prime minister's first name is Alexander, or "Al" to friends and family. Boris, his middle name, is effectively the stage name"* [Dunt]. Цей приклад підтверджує те, що прізвисько є онімом, відмінним від того, який використовується офіційно, до того ж, у цьому випадку, тільки обмеженим колом близьких людей.

Прізвисько-телескопізм – *BoJo*, утворене від слів Boris+Johnson, часто використовується британськими таблоїдами: *"Sun's leadership debate is Bojo and Hunt's last chance to win over our readers"* [Roe 2020]. Це прізвисько також конотативно нейтральне, але, коли воно використовується у пресі стосовно політичного діяча, воно набуває відтінку фамільярності та неповаги. Розширена версія цього прізвиська з яскраво вираженою негативною конотацією – *BoJo the Clown* – алюзія на відомого американського клоуна – *Bozo the Clown* [O'Toole]. Це пейоративне найменування зумовлене ексцентричною поведінкою Бориса Джонсона, яка не відповідає уявленням інших людей про серйозного державного та політичного діяча.

Є й інші прізвиська, пов'язані з поняттям «клоун». Воно безпосередньо використовується у двочленній фразовій номінації *Clown Prince* деякими виданнями, наприклад: “*The Clown Prince completely out of his head. Besides, his need was so clearly greater than hers. He was the World King*” [Crace]. В цьому прикладі прізвисько *The Clown Prince* увиразнюється протиставленням з іншим, іронічним, найменуванням *The World King*. Тобто, це прізвисько, крім прямого опису його інколи незвичної та кумедної поведінки, набуває пейоративного значення ще й завдяки слову *Prince* – що має у семантиці натяк на недосвідченість, яка не личить політичному діячеві.

Прізвиська *Beano Boris* або *Boris the Menace* пов'язані із зовнішністю Бориса Джонсона. Це алюзія, представлена на сторінках сатиричного журналу “*Private Eye*”, який зобразив Бориса Джонсона як світловолосу версію героя багатосерійного коміксу під назвою “*Dennis the Menace*” з дитячого гумористичного журналу “*The Beano*” [Coleman]. *Dennis* – головний герой, він втілює архетип хлопчика, який погано поводить себе. Він протиставляється компанії «гарних хлопчиків». Це прізвисько містить алюзивний код – натяк на інфантильність та смішну поведінку Бориса Джонсона. За структурою обидві версії цього прізвиська є двочленними фразовими номінаціями.

Пейоративний опис здатності Бориса Джонсона розважати інших своєю поведінкою або зовнішнім виглядом представлено у прізвиську *Buffoon Boris*. “*Buffon*” означає «блазень», що знов же повертає нас до використання суміжного поняття «клоун»: “*Buffoon Boris on track to be UK's next PM*” [Elder 2019].

Алюзія на іншого ексцентричного та відомого на весь світ політика яскраво виражена у прізвиську *British Trump* або *Britain Trump*, яке натякає на схожість цих двох державних діячів [Mahmood 2020]. Бориса Джонсона також назвали *Twaddled* у статті із заголовком “*Twitterdum and Twaddled*”, знову ж таки, звертаючи увагу на його схожість з президентом Америки [Beddoes]. У цьому заголовку використали вислів *Tweedledum and*

Tweedledee, що позначає двох людей, яких майже неможливо відрізнити один від одного [Cambridge Online Dictionary]. З огляду на те, що вислів використали з певними трансформаціями, звернімо увагу на значення слова “*twaddle*” – базікання, яке не має сенсу, неправдиві висловлювання, нісенітниця [Cambridge Online Dictionary]. Це слово стало компонентом афіксального прізвиська *Twaddleddee*, натякаючи на популістську політику Бориса Джонсона, особливо щодо Брекзиту.

Інше тричленне фразове найменування, яке він отримав також у зв’язку із Брекзитом – *Brexit’s Tinpot Despot* [Ball]. Другий компонент цієї фрази – *Tinpot* – «дріб’язковий, неважливий, той, що не заслуговує поваги» [Cambridge Online Dictionary] – визначає ставлення певної частини громадян Британії до цього політичного діяча. Третій компонент – *Despot* – «людина, яка має необмежену владу над іншими людьми та часто використовує її несправедливо та навіть жорстоко» [Cambridge Online Dictionary] – також відображає оцінку його діяльності частиною населення, незважаючи на заяви Бориса Джонсона про те, що для нього демократія – понад усе. Загалом, це прізвисько має негативну конотацію.

Так само негативно маркованим є прізвисько *Bumbling Boris* – незграбний, невмілий [Cambridge Online Dictionary] Борис. Цей онім привертає увагу до помилок та невдач Бориса Джонсона, наприклад: “*Bumbling Boris’ speech at police academy was classic Dom*” [Crace].

Прізвисько *Mr. Slick* з’явилося у результаті зміни поведінки політика: “*Gone is Bumbling Boris, now comes Mr Slick*” [Roe 2020]. Семантика слова *Slick* – той, хто виконує все вправно та ефективно, без проблем [Cambridge Online Dictionary] – має позитивну конотацію, проте прізвисько-двочлен *Mister Slick* набуває дещо іронічного характеру.

Отже, комунікативними засобами висловлення політиком свого ставлення до сучасних соціальних тенденцій та до представників певних соціогруп зокрема є такі тактики: засудження, контрасту, консолідації народу, репрезентації новинної цінності, експлікації соціально-політичної

позиції, інтимізації спілкування, інтегрування, апеляції до етнічних цінностей, афіліації та висловлення подяки. У свою чергу прізвисько як соціально-лінгвістичний феномен відображає ставлення інших мовців до мовної особистості на основі оцінки його особистісних якостей та специфіки зовнішності, поведінки й мовлення. Серед прізвиськ Бориса Джонсона присутні оніми як з нейтральною, так і з негативною конотацією. За структурними параметрами ми виокремили як одночленні афіксальні оніми та телескопізми, так і багаточленні найменування. Мотивація значень зумовлена специфічними ознаками політика як об'єкта номінації. Деякі з досліджуваних прізвиськ Бориса Джонсона містять алюзії на відомих комічних персонажів та одіозних політичних лідерів.

2.3 Стратегії і тактики мовлення Бориса Джонсона та лінгвальні засоби їхньої реалізації

Борис Джонсон наразі є політичним лідером Великобританії. Для залучення виборців на свою сторону та отримання їхньої довіри прем'єр-міністр використовує різні комунікативні стратегії і тактики у своїх висловлюваннях.

Напередодні виборів він намагався реалізувати інтенцію переконання виборців у тому, що, перш за все, він виконає найголовнішу обіцянку: завершення Брекзиту.

Висловлювання Бориса Джонсона щодо Брекзиту широко варіюються, що демонструють приклади: “*Get Brexit done – unleash Britain’s potential*” [Boris Johnson’s Twitter]. У цьому прикладі імпліцитно говориться про звільнення Британії від Європейського Союзу, адже зараз її потенціал закуто, і його потрібно вивільнити – *unleash Britain’s potential*. Ця імплікація тісно пов’язана з тактикою консолідації народу: “*The only way we can bring*

our country together now is to get Brexit done and move on” [Boris Johnson’s Twitter]. З Брекзітом асоціюється також рух уперед та розвиток.

Інші варіації пов’язано з закликами вийти із глухого кута: “*Let’s break the deadlock and get Brexit done! Break the gridlock. Get Brexit done*” [Boris Johnson’s Twitter]. У цих висловлюваннях натякається на те, що зараз країна – у безвихідному положенні, тільки радикальні зміни можуть їй допомогти.

Інколи у висловлюванні навіть немає слова *Brexit*: “*Let’s get it done*” [Boris Johnson’s Twitter], тому що всі розуміють, про що йдеться, адже процес виходу країни із Євросоюзу затягнувся, провину за що покладають на бездіяльних членів Парламенту, які тільки подовжують терміни виходу: “*We’re having this election because Parliament couldn’t get anything done. Only the Conservatives can get Brexit done and get Parliament working again, on the issues that matter to you*” [Boris Johnson’s Twitter]. При цьому підкреслюється винятковість партії Консерваторів, члени якої піклуються про те, що має значення для народу. Підкреслюється й винятковість та значимість кожного виборця: “*Every vote counts. Let’s get Brexit done*” [Boris Johnson’s Twitter], кожного, хто може вплинути на цей процес.

Для демонстрації результатів своєї роботи Борис Джонсон використовує тактику екзิมпліфікації. Однією із передвиборних обіцянок Бориса Джонсона було збільшення кількості поліцейських: “*Brilliant news that we have recruited an extra 5,824 police officers in the last year. We’re on track to hit our target of 6,000 by March 2021 & 20,000 over the next 3 years. I’m committed to keeping our streets safe & supporting our police is at the heart of that commitment*” [Boris Johnson’s Twitter]. Експресивний прикметник *brilliant* на початку висловлювання, граматична експресема – дієслово у *Present Perfect* демонструють результат діяльності прем’єр-міністра та партії консерваторів. Крім того, конотативний позитивний компонент «відданість» повторюється у дієприкметнику *committed* та іменнику *commitment*.

Іншою обіцянкою було покращення системи охорони здоров’я та збільшення кількості лікарень: “*Fantastic to visit the Royal Berkshire Hospital*

with @PrueLeith today, taking forward her recommendations to improve food in our hospitals. An important step to improve our long-term health” [Boris Johnson’s Twitter]. У наведеному прикладі можна побачити одну з характерних особливостей мовлення Бориса Джонсона – використання емоційно забарвлених прикметників напочатку речення для надання більшої виразності.

Наголошується не тільки на якісних змінах, але й на кількісних, наприклад, кількості лікарів: “*Brilliant news that there are now 13,718 more nurses and 7,810 more doctors than a year ago - these figures show we’re on course to keep our manifesto commitments. And thank you to the incredible NHS staff who are always there for us, especially in this difficult time*” [Boris Johnson’s Twitter]. Експресивно забарвлені прикметники *brilliant, incredible* – імпліцитний мовний засіб вираження ефективності діяльності, а фраза *to keep our manifesto commitments* – експліцитний засіб актуалізації ідеї дотримання передвиборчих обіцянок.

Ще однією передвиборчою обіцянкою було покращення економіки: “*A historic moment as we formally sign the UK-Japan Comprehensive Economic Partnership Agreement, marking a new era of friendship between our nations. This will bring extraordinary opportunities to the UK – boosting jobs and prosperity for businesses and consumers*” [Boris Johnson’s Twitter]. У цьому прикладі для характеризувannya результатів своєї діяльності політик знову використовує на початку висловлювання фразу *a historic moment*, що підкреслює важливість цієї події, так само, як і словосполучення *a new era*.

Одним із аспектів економічного розвитку є забезпечення громадян робочими місцями: “*Today we’re launching the Lifetime Skills Guarantee, so that everybody can get the skills and training they need to move forward, and so we can build back better*” [Boris Johnson’s Twitter]. *Moving forward*, «рух вперед», – одна із ключових ідей політичної програми Бориса Джонсона.

Застосування тактик залежить від екстралінгвістичних умов діяльності мовця. Наприклад, новий контекст застосування тактики солідаризації

громадян був пов'язаний із ситуацією пандемії: *“Today the first high street pharmacies start vaccinating people against COVID-19. By the end of the month, we will have hundreds of local pharmacies helping us roll out the vaccine across the UK”* [Johnson 2020].

Важливим завданням уряду у такий період є не тільки боротьба з самою хворобою, але й з наслідками тривалого локдауну: *“Under this government we will do everything we can to ensure no child goes hungry as a result of the privations caused by this pandemic”* [Johnson 2020]. Особовий займенник *we* використовується для актуалізації тактики солідаризації.

Часто політик показує, як він та його партія реагують на скарги або зауваження громадян: *“I totally agree with you @MarcusRashford, these food parcels do not meet the standards we set out and we have made it clear to the company involved that thi is disgraceful. The company concerned has rightly apologised and agreed to reimburse those affected”* [Johnson 2020].

Коли прем'єр-міністр звертається до громадян із певними постановами та проханнями, він підкреслює, що обмеження діють для всіх: *“As we get jabs into arms, we must not lose sight of the state of the pandemic – which is putting huge pressure on **our** NHS. So, please follow the rules and stay home to protect the NHS, and save lives”* [Johnson 2020].

Говорячи про необхідність дотримання певних правил карантину, політик наголошує, що таким чином кожен громадянин країни може зробити свій внесок у спільну перемогу над вірусом: *“We are in a race to vaccinate the vulnerable faster than the virus can reach them. And we need to give our army of vaccinators the biggest head start we possibly can. That is why we must once again stay at home, protect the NHS and save lives”* [Johnson 2020].

Борис Джонсон часто використовує саме тактику протиставлення партій Консерваторів та Лейбористів: *“We want to level up. They want to level down”* [Boris Johnson's Twitter]. Антитеза двох загальних концептів: амеліоративного *up* та пейоративного *down* – націлена на створення позитивного образу партії Консерваторів, які покращують життя,

підвищуючи його рівень, та негативного образу опонентів, які «знижують», погіршують екологічний та політичний стан країни.

Ця стратегія поширюється на окремі сфери життя британського суспільства, наприклад: “*We’re proud of this country’s culture and history and traditions. They literally want to pull statues down, to re-write the history of our country, to edit our national CV, to make it look more politically correct. We aren’t embarrassed to sing old songs about how Britannia rules the waves. In fact, we’re even making sense of it with a concerted national ship-building strategy that will bring jobs to every part of the UK, especially in Scotland and we believe passionately in our wonderful Union, our United Kingdom, while the Labour opposition have done frankly nothing to defend the Union and continues to flirt with those who would tear our country apart*” [Boris Johnson’s Twitter]. У цьому фрагменті акцент зроблено на збереженні історії, культури та традицій, що є невід’ємною частиною мовної картини світу британців. Знаменник *we* має емфатичну функцію протиставлення до займенника *they*, який позначає щось чужорідне. Знову використано частку *down* уже у прямому значенні, але з конотацією негативного впливу опонентів на ситуацію у країні. Метафора *to edit our national CV* також актуалізує ідею негативного впливу на історичну пам’ять народу. Персоніфікацію та алюзію на строки із гімна *Britannia rules the waves* використано для доказу того, що ця, позитивно репрезентована партія пам’ятає старовинний фольклор як доказ піклування про збереження традицій, що підтверджується й прикладом із сучасності: *In fact, we’re even making sense of it with a concerted national ship-building strategy that will bring jobs to every part of the UK.*

Інший аспект, на який звертає увагу виборців Борис Джонсон, є єдність країни. Так, у повідомленні: “*And I say frankly to those separatist Scottish nationalists who would like this country to be distracted and divided by yet more constitutional wrangling, now is the time to pull together and build back better in every part of the UK. We believe in global Britain as a proud independent and outward looking country and next year we will lead the world at the G7 and the*

COP 27 summit in Glasgow with three great campaigns to bring the world together, to heal the world, tackling the virus, tackling climate change, and championing global free trade” [Boris Johnson’s Twitter] позиційна партія Лейбористів прирівнюється до *separatistScottishnationalists*, тобто до тих, хто не може позитивно вплинути на країну. Цей паралелізм імпліцитно вказує на зв’язок цих двох негативних сторін.

Борис Джонсон часто наголошує на позитивних якостях партії Консерваторів, наприклад: “*We have **confidence** in our values and our diplomacy, and be in no doubt that they are secretly scheming to overturn Brexit and take us back into the EU. We **believe** in our fantastic armed services as one of the greatest exports that this country has. They, the Labour Party, can’t even vote for measures to protect veterans from vexations prosecutions 50 years later when no new evidence is supplied. And throughout this pandemic **it is this government** that has taken the tough decisions because **we believe** that there are no easy answers while they have simply sniped from the sidelines*” [Boris Johnson’s Twitter]. Впевнені (*confidence, webelieve*) представники Консерваторів протиставляються підлим (*secretly, sniped from the sidelines*) опонентам, які не вірять у прогрес та розвиток країни.

Тактика позитивної перспективи часто актуалізуються за допомогою лексико-граматичної експресеми (порівняльного ступеня прикметників: *better, less congested, cleaner, greener, quicker, safer, more frequent*): “*We’re going to unite and level up across the country with **better** rail, **less congested** roads and beautiful **British-build** buses – making travel **cleaner, greener, quicker, safer and more frequent***” [Boris Johnson’s Twitter]. Крім того, знову застосовується експресивний прийменник *up*, який має позитивну конотацію. Таку ж лексико-граматичну експресему використано і у цьому висловлюванні (*more, better*): “*This government **will deliver on the priorities of the British people. Investing more** in our NHS and schools, **levelling up** with **better infrastructure**, and tackling crime with 20,000 **more** police on the streets*” [Boris Johnson’s Twitter].

З іншого боку, для об'єктивації тактики позитивної перспективи застосовуються і лексичні одиниці, які мають негативну конотацію (*crime, homelessness*) для демонстрації того, що уряд позбавиться від негативних аспектів життя громадян: “*We’re here to deliver for the people of this country. We’re going to cut crime, we’re going to tackle homelessness, and we’re going to invest more in our NHS and schools*” [Boris Johnson’s Twitter].

Найвищий ступінь порівняння прикметників також є лексико-граматичним експресивним засобом реалізації тактики позитивної перспективи (*the best and brightest*), наприклад: “*Next year, we will implement a points-based immigration system – welcoming the best and brightest from around the world whilst maintaining full control of our borders*” [Boris Johnson’s Twitter].

Наступною тактикою політичної комунікації, характерної для Бориса Джонсона, є тактика активізації адресата до дії. Одним із основних мовних засобів об'єктивації тактики активізації адресата до дії є модальні дієслова: “*And because we now have to do everything we possibly can to stop the spread of the disease, primary schools, secondary schools and colleges across England must move to remote provision from tomorrow, except for vulnerable children and the children of key workers*” [Johnson 2021]. Модальні дієслова *havetotamust* виражають вимушеність через обставини. *Can* має значення можливості, здібності зробити те, що необхідно у певній ситуації.

Модальні дієслова припущення, можливості допомагають обережно висловити застереження: “*Today the United Kingdom’s Chief Medical Officers have advised that the country should move to alert level 5, meaning that if action is not taken NHS capacity may be overwhelmed within 21 days. Of course, there is one huge difference compared to last year. We are now rolling out the biggest vaccination programme in our history*” [Johnson 2021]. Крім зазначення необхідності та навіть обов'язку слідувати правилам, політик також надає докази того, що всі ці заходи не будуть марними, вони матимуть певний результат, адже в країні вже діє *найбільша* (*the biggest*) програма вакцинації.

Характерною ознакою цієї тактики є застережливе передбачення майбутніх складностей: “*I must stress that even if we achieve this goal, there remains a time lag of two to three weeks from getting a jab to receiving immunity*” [Johnson 2021].

Модальне дієслово поради також використовується у цьому контексті: “*So we should remain cautious about the timetable ahead*” [Johnson 2021]. У поєднанні з займенником *we* модальне дієслово *should* експліцитно вказує на те, що ці обмеження однакові для всіх без винятку громадян.

Пряме звертання до всіх мешканців країни також застосовано декілька разів у зверненні до нації: “*I want to say to everyone right across the United Kingdom that I know how tough this is, I know how frustrated you are, I know that you have had more than enough of government guidance about defeating this virus. But now more than ever, we must pull together. You should follow the new rules from now*” [Johnson 2021]. У наведеному прикладі, крім модальних дієслів (*must, should*) та особистих займенників (*you, we*), використано стилістичний прийом паралелізму (*I know how*), за допомогою якого мовець виражає розуміння та підтримку.

У тому ж зверненні неодноразово наголошується на меті залучення всіх громадян до карантинних заходів: “*The weeks ahead will be the hardest yet but I really do believe that we are entering the last phase of the struggle. Because with every jab that goes into our arms, we are tilting the odds against Covid and in favour of the British people*” [Johnson 2021].

Поняття «наука» (*the miracle of science*) у цій промові є гарантією результативності впровадження обмежень: “*And, thanks to the miracle of science, not only is the end in sight and we know exactly how we will get there. But for now, I am afraid, you must once again stay at home, protect the NHS and save lives. Thank you all very much*” [Johnson 2021]. Промова завершується подякою всім жителям країни за розуміння та відповідальне ставлення до прохань уряду, що підкреслює значимість внеску кожного громадянина у спільну перемогу.

З огляду на сучасну ситуацію пандемії, тактика сприяння розумінню та оцінки ситуації часто використовується у зверненнях прем'єр-міністра до громадян: *“I’m **hugely grateful** to ever one who has helped us to administer over 3.8 million jabs across the UK. This is **a massive national effort** and **wemust continue to work together to protect the vulnerable**”* [Boris Johnson’s Twitter]. У наведеному твітті Борис Джонсон спершу за допомогою експресивно забарвленого епітета (*hugely grateful*) висловлює подяку за дотримання правил. Потім він використовує мовні одиниці, які виконують інклюзивну функцію (*a massive national effort, together*). Крім того, він застосовує модальне дієслово *must*, підкреслюючи, що слідування всім правилам є обов’язком усіх громадян.

Важливою частиною об’єктивації цієї тактики є звітування перед громадянами щодо діяльності уряду у цій ситуації: *“It’s **incredible** that we’re now delivering **the vaccine at a rate of 140 jabs a minute**. Thank you again to everyone who is helping in this **national effort**. Let’s continue to protect our NHS by staying home to save lives”* [Boris Johnson’s Twitter]. Експресивно забарвлений епітет *incredible* дозволяє підкреслити значущість зазначеного темпу надання вакцин. Сам факт вакцинації показує жителям, що вони не дарма дотримуються правил, що є результатом спільних зусиль.

Зараз важливим є переконання людей у тому, що їм дійсно необхідно залишатися вдома: *“**Think twice before leaving the house this weekend. Jab by jab** we will win this fight. But for now it’s **crucial** we continue to protect the NHS and save lives by staying home”* [Boris Johnson’s Twitter]. Експресивний прикметник *crucial* та адаптація сталого виразу *bit by bit* є мовними емоційними засобами.

Експресивні епітети, що реалізують тактику позитивної перспективи, часто використовуються для представлення позитивних новин та надання людям надії на покращення: *“**Superb** news that we’ve administered over 3 million vaccine doses across the UK. **THANK YOU** to all who have responded to the call and to the NHS, Armed Forces and volunteers who make it happen. It*

brings real hope, but it's critical that for now we #StayHomeSaveLives" [Boris Johnson's Twitter]. Паралінгвістичний засіб (*THANKYOU*) для висловлення вдячності має на меті розуміння людьми того, що вони не дарма терплять усі обмеження, але при цьому вони не повинні забувати про можливі загрози.

Підкреслюючи важливість вакцинації, політик не припиняє нагадувати про те, що поки потрібно вжити застережливі заходи та відмовитися від закордонних поїздок: *"It's precisely because we have the hope of that vaccine and the risk of new strains coming from overseas that we must take additional steps now to stop those strains from entering the country"* [Kuenssberg 2021]. Запроваджуючи такі обмеження, прем'єр-міністр розуміє, що не всі будуть підтримувати ці заходи, саме тому необхідно пояснювати громадян ситуацію.

Говорячи про вакцинацію, Борис Джонсон застерігає від передчасної недбалості після неї: *"Just because you've been vaccinated **doesn't mean you can't catch this and pass it on**, it means you're protected against severe disease"* [Kuenssberg 2021].

Цільова спрямованість висловлювань Бориса Джонсона виражається комплексом установок, головними з яких протягом певного періоду був Брекзит (*Brexit*), підвищення рівня життя у країні, вибори. Так, можна виокремити комунікативні стратегії реалізовані у текстах його Твіттера: *"Jeremy Corbyn wants to have another EU Referendum and debate Brexit **for years**. I want us to #GetBrexitDone so that we can get on with delivering on Britain's priorities: safer streets, better hospitals and improved schools. #VoteConservative"* [Boris Johnson's Twitter]. Мовленнєві стратегії контрасту (двох політичних сил), посилення *for years* та пресупозиції *Get Brexit Done*, слугують для досягнення одразу двох цілей: дискредитації політичних супротивників (*Jeremy Corbyn wants to have another EU Referendum and debate Brexit for years*) та переконання виборців у поліпшенні життя в країні (*so that we can get on with delivering on Britain's priorities: safer streets, better hospitals and improved schools*).

У відео-твітті під назвою *“It’s 100 days since I became Prime Minister”* реалізується стратегія надання прикладів для демонстрації результатів роботи Бориса Джонсона на посту прем’єр-міністра за вказаний період: *“In the first 100 days the Prime Minister has: negotiated a new Brexit deal; put an extra 1.8 billions pounds into the NHS; announced an increasing national living wage; launched the recruitment of 20, 000 new police officers; announced tougher sentencing for the most serious offenders; increased per pupil funding with 14 pounds billion for schools across the country”* [Boris Johnson’s Twitter].

В інтерв’ю за 27 жовтня 2019 року він актуалізує стратегію поступки, погоджуючись з тим, що він не стримав обіцянки – вийти з ЄС 31 жовтня, з угодою чи без неї, але при цьому він знаходить способи виправдати це та надати обіцянки щодо наступного терміну завершення Брекзиту, тобто реалізує ще й стратегію пом’якшення [Kuenssberg 2021].

1 листопада 2019 року Борис Джонсон опублікував запис для підбадьорення спортсменів: *“Not the result we wanted from the Bronze Final, but @WelshRugbyUnion have had a great tournament. We’re proud of you! #RWC2019#NZLvWAL”* [Boris Johnson’s Twitter], у якому він реалізує стратегію узагальнення, використовуючи слово *we*, тобто всі, хто вболівав за цю команду.

Стратегія повтору використовується для переконання громадян у необхідності проведення Брекзиту: *“After three and a half years, it was perfectly obvious to me that this Parliament is just not going to vote Brexit through. There are too many people who are basically opposed to Brexit, who want to frustrate it, and so the only thing we can really do now is go to the people, to the country and say “come on, let’s **get this thing done**”. We’ve got an oven ready deal, put it in the microwave. As soon as we get back after the election on Friday, on 12th December, **get it done**”* [Boris Johnson’s Twitter].

Однією з найпоширеніших тактик у політичній сфері є, наприклад, тактика надання обіцянок: *“We **will** be out of the EU on 31st January. We **will** invest billions more in our NHS. We **will** level up and unite our country* [Boris

Johnson's Twitter]. Three promises in this utterance correlate with the most urgent needs of contemporary citizens of the UK: the end of Brexit, improvement of the NHS and integrity of the country. Accent on the priorities for the British is constantly repeated in promises to follow the people's needs: "*We are going to be working on **the priorities of the British people**. This is a #PeoplesGovernment and we will deliver on **the priorities of the British public***" [Boris Johnson's Twitter].

Наступною є тактика репрезентації новинної цінності, яка дозволяє політику не лише щось обіцяти, але й підтвердити свої слова реальними доказами, результатами своїх та партійних дій: "*Unemployment hasn't been lower since the 1970s. This Conservative Government will deliver on **the people's priorities***" [Boris Johnson's Twitter]. Рівень безробіття справді можна розглядати як показник, маркер ефективності діяльності партії. І, знову ж таки, концепція пріоритетів повторюється. Ця концепція тісно пов'язана з мовною технікою запевнення про їхню відданість виборцям та готовність служити їм: "*Our job is to serve **the people** of this country*" [BorisJohnson'sTwitter].

Тактика консолідації громадян особливо актуальна для структури території Великобританії, що складається з 4 частин: "*We are going to **unite and level up, bringing the whole** of this incredible United Kingdom – **England, Scotland, Wales, NorthernIreland – together***" [BorisJohnson'sTwitter]. Це висловлювання доводить, що ця партія дбає не лише про цілісність частин країни, а й про рівні шанси на розвиток кожної частини. Імперативний тон наступного речення виявляє відповідальність людей за об'єднання, демонструючи, що саме люди можуть впливати на майбутнє країни: "*Let's **unite** this country, let's spread opportunity to **every corner of the UK**, with superb education, superb infrastructure, and technology. Let's get this done and move forward*" [Boris Johnson's Twitter].

Тактика висловлення вдячності неминуча після перемоги на виборах: "*I say **thank you** for the trust you have placed in us, and in me. **We will work round the clock to repay your trust** and to deliver on your priorities with a parliament*

that works for you” [Boris Johnson’s Twitter]. Хоча очевидно, що таку тактику слід застосовувати, це справді дає відчуття їх виборцям, що їх оцінюють. Крім того, гіпербола, в якій ми працюватимемо цілодобово, свідчить, що політик не сприймає довіру виборців як належне – він і його партія готові докласти багато зусиль, щоб не втратити цю довіру.

Борис Джонсон активно використовує свою офіційну сторінку у Твіттері для надання громадянам змоги дізнаватися про його діяльність. Наприклад, новина про фінансування партією Консерваторів заходів щодо насадження дерев та захисту дикої природи є новиною глобального масштабу: *“Today we’re announcing a £640 million Nature for Climate Fund, which will help us **plant new trees and protect our wildlife**”* [Boris Johnson’s Twitter].

Новина про підтримку партією Консерваторів австралійського типу міграційної системи є особливо актуальною у контексті виходу Великобританії з Євросоюзу: *“We support an Australian style points based immigration system: Control of our borders; Allows us to plan ahead for public services; Welcomes the best and brightest to Britain. When we leave the EU, we can implement an Australian style, points-based immigration system which is **fair and controlled**. We want to encourage and welcome **highly skilled** immigrants to Britain, whilst maintaining control so that we can plan and pay for public services”* [Boris Johnson’s Twitter]. Ця актуальність підкреслюється епітетами *fair, controlled, highly skilled*.

Також важливою новиною для англійців є повідомлення про зниження податків для малого бізнесу: *“We’re cutting business rates for shops, cinemas and pubs”* [Boris Johnson’s Twitter], що має економічне значення.

Отже, основними інтенціями Бориса Джонсона є залучення підтримки електорату та її збереження, як за допомогою демонстрації позитивних результатів своєї роботи, так і за допомогою дискредитації політичних опонентів. Комунікативними тактиками, які реалізують ці інтенції у висловлюваннях політика є контрасту, посилення, пресупозиції, поступки,

повтору, надання обіцянок, репрезентації новинної цінності, висловлення вдячності, консолідації народу, екзิมпліфікації та активізації адресата до дії. Мовними засобами актуалізації цих тактик є експресивно забарвлені мовні одиниці, адаптовані сталі вирази, інклюзивні мовні одиниці. Мовленнєвими засобами є епітети, метафори, паралелізм та порівняння. Крім того, застосовуються і паралінгвістичні засоби, наприклад, написання всього слова або фрази великими літерами для емпатичного ефекту.

ВИСНОВКИ

Борис Джонсон має три пріоритетні інтенції: позитивна самопрезентація, завершення Брекзиту, поліпшення рівня життя у країні. Для актуалізації цих цільових установок у своїх зверненнях до народу він використовує такі комунікативні стратегії як стратегія контрасту, позитивної самопрезентації, консолідації, інформування та дискредитації опонентів.

Наведені стратегії об'єктивуються комунікативними тактиками солідаризації, екзิมпліфікації, активізації адресата до дії, позитивної перспективи, сприяння розумінню та оцінки ситуації, репрезентації новинної цінності, експлікації соціально-політичної позиції, інтимізації спілкування, висловлення похвали й подяки, імплікації, привернення уваги.

Для актуалізації наведених тактик використовуються такі мовленнєві та мовні засоби, як метафора, уособлення, метонімія, антитеза, паралелізм, персоніфікація, тавтологія, розмовна лексика (пейоративні одиниці, ідіоми, сталі вирази), експресивно забарвлена лексика, лексико-граматичні експресеми (вищий на найвищий ступені порівняння прикметників), емфатичні словотвірні елементи, алюзія, гіпербола, повтор (анафора, синонімічний повтор).

Аналіз промов Бориса Джонсона свідчить про те, що його мовлення базується на лінгвістичній нормі, але при цьому значну роль відіграють девіації, які виконують в офіційних промовах голови уряду експресивну функцію. Найбільш частотними є відхилення від вимог офіційного стилю, загальноприйнятого у політичному дискурсі. На основі отриманих результатів ми можемо засвідчити, що характерною особливістю мовлення Бориса Джонсона є його емоційність, що виявляється, зокрема, у високій частотності вживання лексичних експресем, таких як *great, bright, fantastic, wonderful, incredible, brilliant, amazing* та лексико-граматичних експресем –

ступенів порівняння прикметників. Лексеми з емотивною конотацією та лексико-граматичні експресеми є важливими одиницями експонентного рівня мовної особистості Бориса Джонсона, специфічними рисами його мовлення в англійськомовному політичному дискурсі.

Для аналізу соціолінгвістичних параметрів мовної особистості Бориса Джонсона ми описали те, як він висловлює своє ставлення до сучасних соціальних тенденцій (толерантність та різноманіття), різних соціогруп (представників іншої раси, етнічної групи та статі, різних релігій, професійних прошарків і стилів життя) і народних традицій та цінностей. Цей параметр актуалізується за допомогою певних мовних та комунікативних засобів, таких як: комунікативні тактики (висловлення подяки, засудження, контрасту, консолідації народу, репрезентації новинної цінності, експлікації соціально-політичної позиції, інтимізації спілкування, інтегрування), лексичні одиниці з амеліоративною конотацією, лексико-граматичні експресеми, стилістичні прийоми (тавтології, алюзії, паралелізму, синонімічного повтору), слова та фрази, які належать до розмовного стилю.

Іншою одиницею соціолінгвального аналізу були прізвиська як соціально-лінгвістичний феномен, який відображає ставлення інших мовців до мовної особистості на основі оцінки його особистісних якостей та специфіки зовнішності, поведінки й мовлення. Серед прізвиськ Бориса Джонсона присутні оніми як з нейтральною, так і з негативною конотацією. За структурними параметрами ми виокремили як одночленні афіксальні оніми та телескопізми, так і багаточленні найменування. Мотивація значень зумовлена специфічними ознаками політика як об'єкта номінації. Деякі з досліджуваних прізвиськ Бориса Джонсона містять алюзії на відомих комічних персонажів та одіозних політичних лідерів.

Узагальнивши отримані результати, можна сказати, що мовна особистість є різноаспектним системним феноменом, аналізувати який слід на різних рівнях його структури. Лінгвопрагматичні та соціолінгвістичні параметри є взаємопов'язаними, тому доцільним є їхній комплексний аналіз.

Перспективами подальших досліджень є аналіз вербальних та паравербальних засобів актуалізації комунікативних інтенцій Бориса Джонсона у різних типах дискурсу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ананко Т. Р. Комунікативні стратегії у політичному дискурсі Хілари Клінтон. *Science and Education a New Dimension*. Philology. 2018. Вип. 160. VI (47). С. 7–10.

2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : ВЦ «Академія», 2009. 376 с.

3. Богатирьова Є. В. Прагмалінгвістичні характеристики англомовних передвиборчих політичних дебатів : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2014. 20 с.

4. Бондаренко И. В. Мотивированность нарушений языковой нормы в английском политическом дискурсе. URL: https://journals.kantiana.ru/upload/iblock/91f/2_%D0%91%D0%BE%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_17-24.pdf (дата звернення: 20.10.2021).

5. Гуйванюк Н. В. Лексичні й синтаксичні експресиви як засіб суб'єктивізації висловлення (на матеріалі творів буковинських письменників). *Науковий часопис Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова*. Серія 10 : Проблеми граматики і лексикології української мови : зб. наук. праць. Вип. 7. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011. С. 90–96.

6. Дарчук М. О. Комунікативні стратегії самопрезентації у англомовному політичному дискурсі. *Нове та традиційне у дослідженнях сучасних представників філологічних наук* : Міжнародна науково-практична

конференція (м. Одеса, 21-22 лютого 2020 р). Одеса : Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2020. С. 67–70.

7. Дубовицкая, М. А., Филатова Н. П. Социолінгвістический аспект характеристики языковой личности. *Язык и мир изучаемого языка* : Сборник научных статей. Саратов : Саратовский социально-экономический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», 2019. С. 26–31.

8. Дуйчак М. Прізвиська та їх мотивація. *Проблеми сучасної ареології*. Київ : Наук. думка, 1994. С. 256–259.

9. Єнікєєв Д. С. Англломовні номінативні одиниці, пов'язані з діяльністю Дональда Трампа: соціолінгвістичний аспект. Запоріжжя, 2019. 80 с.

10. Завальська Л. В. Комунікативна стратегія консолідації в інтерактивному спілкуванні українських політиків. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*. Вип. 40. Кам'янець-Подільський, 2015. С. 88–91.

11. Загнітко А. Теорія лінгвоперсонології. Вінниця : Нілад-Лтд, 2017. 136 с.

12. Иванцова Е. В. Феномен диалектной языковой личности. Томск : Изд-во Томского университета, 2002. 312 с.

13. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. Москва : Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.

14. Куранова С. І. Основи психолінгвістики : навч. посіб. Київ : ВЦ «Академія», 2012. 208 с.

15. Лекції зі стилістики: норма. URL: <https://pereklad.nmu.org.ua/ua/LECTURE%201> (дата звернення: 15.10.2021).

16. Павлова Л. В., Тарасова Г. С. Комунікативні стратегії і тактики в англломовному політичному медіадискурсі. *Вчені записки ТНУ*

ім. В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. Київ, 2018. Т. 29 (68). №3. С. 55–60.

17. Сафарян С. І. Мовна особистість та текст як основні концепти антропоцентричної лінгвістики. *Наукові конференції та семінари Київського університету імені Бориса Грінченка : Формування мовної особистості в умовах реалізації концепції Нової української школи*. Київ, 2018. URL:<http://conf.kubg.edu.ua/index.php/courses/fmoknus/paper/viewFile/241/235> (дата звернення: 08.10.2021).

18. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2011. 844 с.

19. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : Напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.

20. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : Термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

21. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. К. : ВЦ «Академія», 2010. 240 с.

22. Соколовська С. В. Мовна особистість політичного лідера : на матеріалі дискурсу Девіда Кемерона. *Studia Philologica*. № 3. 2014. URL:<http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/8184/> (дата звернення: 05.09.2021).

23. Сотников А. В. Складові компоненти мовної особистості в контексті міжкультурної комунікації. *Лінгвістика XXI століття : нові дослідження і перспективи* : збірник наукових праць. Київ, 2012. С. 267–271.

24. Стецик Т. С. Стратегія персуазивності в політичному дискурсі Джона Маккейна (на матеріалі дебатів). *Одеський лінгвістичний вісник*. Одеса, 2015. Т. 1. №6. С. 105–108.

25. Федотова Н. М. Когнітивна прагматика творення тексту оніма. Спеціальність 10.02.01. Автореф. дис. ... канд. філ. наук. Харків, 2008. 22 с.

26. Чучвара А. Вплив просторіччя на формування прізвиськ у соціогрупі «школяр». *Мова і суспільство*. Київ, 2016. Вип. 7. С. 85–92.

27. Шаповал А. Особливості індивідуального лексикону персонажа художнього тексту. 2019. URL: <https://www.lingstud.od.ua/2019/12/30> (дата звернення: 07.10.2021).

28. Шульська Н. М. Прізвисько як об'єкт наукового опису. *Вісник Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника. Філологія*. Івано-Франківськ : Прикарпаття, 2011. Вип. XXIX–XXXI. С. 292–296.

29. Artym Khrystyna. Verbalization of communicative strategies and tactics in the speech genre of parliamentary debate (based on debates in the House of Commons on March 25, 2013). *Computer Science & Engineering*(Lviv, 21–23. 11. 2013). Lviv, 2013. P. 242–247.

30. Bozhenkova, N. A., Bozhenkova, R. K., Bozhenkova A. M. Modern political discourse : verbal exemplification of tactical and strategic preferences. *RUDN Journal of Russian and Foreign Languages Research and Teaching*, 2017. Vol. 15. № 3. P. 255–284. URL :[10.22363/2313-2264-2017-15-3-255-284](https://doi.org/10.22363/2313-2264-2017-15-3-255-284) (дата звернення: 21.10.2021).

31. Bratanich O.V. Verbal communication strategies of the political media discourse. *Young Scientist*. Kyiv, 2016. № 12.1 (40). P. 294–297.

32. Byalkivska Ya. V., Piddema A. I. Linguistic realization of communication strategies and influence tactics in political discourse. *Journal of the National Technical University of Ukraine “KPI” : Philology and Educational Studies*. No. 5 (II) (2015): Special Issue. P. 17–23. URL: <http://orcid.org/0000-0002-6481-3583> (дата звернення: 17.10.2021).

33. DijkT. A. van. Discourse, context and cognition. *Discourse Studies*. 2006. URL:<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461445606059565> (дата звернення 11.10.2021).

34. DijkvanT. A. NewsasDiscourse. New Jersey, Hillsdale. 1988. 210 p.

35. Maureen E., Hjerm M. What is tolerance and how much of it do democracies require? *Open Democracy*. 2019. URL: <https://www.opendemocracy.net/en/countering-radical-right/what-tolerance-and-how-much-it-do-democracies-require/> (дата звернення: 17.09.2021).

36. Klemenova E., Ereshchenko M. Communicative Strategies of Social Media Discourse. *E3S Web of Conferences*, 2020. P. 1–7. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021016001> (дата звернення: 03.09.2021).

37. RajendM. *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*. Cambridge University Press, 2011. 530 p.

38. Normurodova N. Linguistic personality in the light of anthropocentric paradigm : basic notion, best practices, challenges and perspectives. *LangLit*. Kyiv, 2018. Vol. 4, Iss. 3. P. 28–36.

39. Polyakova L., Yuzhakova Y., Zalavina T., Dyorina N. Linguistic Manipulation Means in English Political Discourse. *Amazonia Investiga*, 2020. URL : <https://amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/view/1485/1434> (дата звернення: 01.11.2021).

40. Prihodko G., Prykhodchenko O., Zaluzhna M., Moroshkina G. Strategies and Tactics of Evaluative Discourse. *Advances in Economics, Business and Management Research*. Vol. 129. Kyiv, 2020. P. 1–7.

41. Slavova L. L. Image of a Leader's Linguistic Personality in Political Discourse. *Cognition, communication, discourse*. Kyiv, 2015, № 11. P. 109–122.

42. Sunderland J. Gender, language and prejudice : Implicit sexism in the discourse of Boris Johnson. *Open linguistics*. New York, 2020. №6. P. 323–333.

43. Vasylieva O. Peculiarities of Language Personality Structuring. *TRAEKTORIA NAUKI (PATH OF SCIENCE)* : International Electronic Scientific Journal. 2016. Vol. 2. № 12. P. 14–17.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

44. Cambridge dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru> (дата звернення: 20.11.2021).

45. Merriam-Webster dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/brilliant> (дата звернення: 18.11.2021).

46. Oxford Learner's dictionary. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/brilliant#:~:text=brilliant-,adjective,play%20was%20a%20brilliant%20success (дата звернення: 21.11.2021).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

47. Ball J. TheNewEuropean. <https://www.theneweuropean.co.uk/home> (дата звернення: 17.10.2021).

48. Beddoes Z. TwitterdumandTwaddledee. *TheEconomist*. URL: <https://www.facebook.com/440487869786402/> (дата звернення: 15.10.2021).

49. BorisJohnson'sTwitter. URL :<https://twitter.com/borisjohnson>(дата звернення: 24.11.2021).

50. Chantal S. Election of “British Trump” Boris Johnson. *Newsweek*. URL:<https://www.newsweek/1450722> (дата звернення: 03.09.2021).

51. Coleman M. Chris wants Nirvana jumper back. URL: <https://www.belfasttelegraph.co.uk/28212252>(дата звернення: 11.11.2021).

52. Crace J.Speech at Police Academy. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2019/sep/05/>(дата звернення: 14.09.2021).

53. Dunt I. Boris Johnson is really just a power-hungry nihilist. *Washington Post*. URL: <https://www.washingtonpost.com/outlook/2019/07/24/>(дата звернення: 07.10.2021).

54. Elder J. Laughing all the way to the bonfire : Buffoon Boris Johnson on track to be UK's next PM. *The new Daily*. 2019. URL:<https://thenewdaily.com.au/> (дата звернення: 16.11.2021).

55. Grippen A. Boris Johnson's best quotes and biggest clangers. *Mirror*. 2012. URL: <https://www.mirror.co.uk/news/uk-news/boris-johnson-quotes-wet-otters-1188428> (дата звернення: 25.11.2021).

56. Johnson B. Address to the nation. 4 January 2021. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/prime-ministers-address-to-the-nation-4-january-2021> (дата звернення: 27.10.2021).

57. Johnson B. Addressed the Leaders Summit on Climate. 22 April 2021. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-statement-at-the-leaders-summit-on-climate-22-april-2021> (дата звернення: 23.11.2021).

58. Johnson B. Election victory speech in full. 13.12.2019. URL: <https://www.aljazeera.com/news/2019/12/transcript-boris-johnson-election-victory-speech-full-191213082621940.html> (дата звернення 22.11.2021).

59. Kelly G. From mugwumps to integuments : the glossary of Boris Johnson. *The Telegraph*. 27.04.2017. URL: <https://www.telegraph.co.uk/men/thinking-man/mugwumps-integuments-glossary-boris-johnson/> (дата звернення: 20.10.2021).

60. Kuenssberg L. Covid : UK to close all travel corridors from Monday. *BBC News*. 15.01.2021. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-5568186> (дата звернення: 11.11.2021).

61. Kuenssberg L. Parliament language row. Prime Minister Boris Johnson in parliament language row. *BBC News*. 29. 09. 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rZhv2zilZnY> (дата звернення: 19.09.2021).

62. Kuenssberg L. Boris Johnson to try for 12 December election. 2019. *BBC News*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GrlG6P4ID2Y> (дата звернення: 25.11.2021).

63. Mahmood B. Britain Trump Boris Johnson's Year of Dealing With the Real Donald Trump. *Newsweek*. 2020. URL: <https://www.newsweek.com/boris-johnson-donald-trump-u-s-u-k-special-relationship-brexite-trade-china-1520040> (дата звернення: 01.11.2021).

64. O'Toole F. Boris Johnson is the fool who would play the king. *The Irish Times*. URL: <https://www.irishtimes.com/1.3928461> (дата звернення: 16.11.2021).

65. Roe K. Leadership: Practice and Perspectives. *The Sun*. 2020. URL: <https://www.thesun.co.uk/news/9372905/> (дата звернення: 16.10.2021).

66. Weaver M. Mutton-headed old mugwump : Boris Johnson attacks Corbyn. *The Guardian*. 2017. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2017/apr/27/mugwump-boris-johnson-jeremy-corbyn-mutton-headed-old> (дата звернення: 11.10.2021).

ОДИНИЦІ РІВНІВ ОРГАНІЗАЦІЇ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ

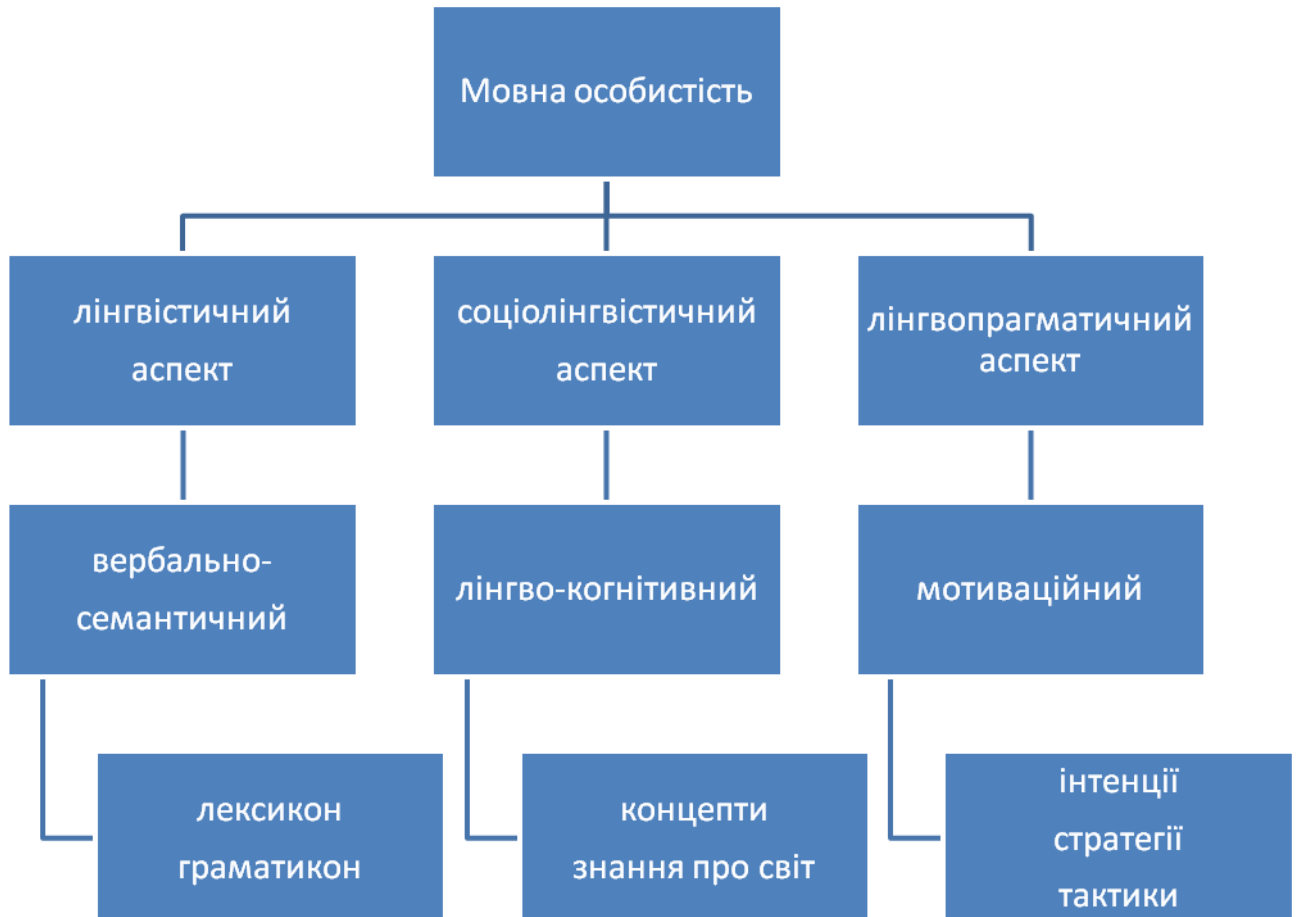
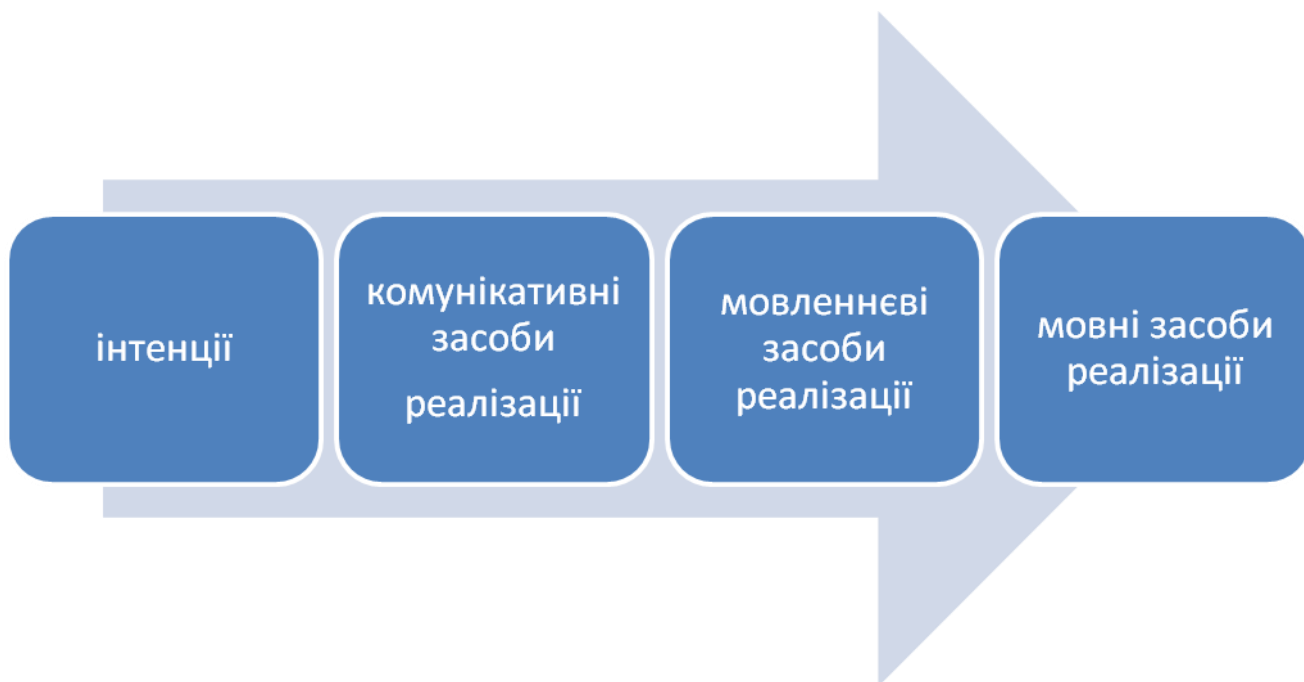


СХЕМА АНАЛІЗУ ПАРАМЕТРІВ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ



SUMMARY

The presented paper is dedicated to the analysis of such a topical problem as the linguo-pragmatic and socio-lingual aspects of an individual language personality. The object of the work can be defined as Boris Johnson's language personality.

The main aim of the paper consists in analyzing the linguo-pragmatic and socio-lingual characteristics of Boris Johnson's speech as well as the linguistic means of their realization. It determined the accomplishment of such objectives as:

- defining the terms *language personality*, *linguo-pragmatics*, *communicative intention*, *communicative strategy*, *communicative tactics*, *sociolinguistics*;

- describe a language personality structure;

- analyzing of the verbal-semantic level of Boris Johnson's language personality;

- analyzing of the politician's communicative intentions, strategies and tactics;

- analyzing the socio-lingual aspects of Boris Johnson's language personality;

- generalizing the results of the analysis.

The definition of a "language personality" is offered in the work. Three levels of the structure of a language personality are distinguished: verbal-semantic, thesaurus and pragmatic. The author proves that such a multifacet linguistic phenomenon as a language personality should be studied from the points of view of different aspects.

The scientific novelty of the presented research lies in the investigation of the linguo-pragmatic and socio-lingual aspects of Boris Johnson's language personality.

Key-words: *language personality*, *political discourse*, *communicative intention*, *communicative strategy*, *communicative tactics*, *sociolinguistics*, *linguo-pragmatics*

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Аніканова Любов Олександрівна, студентка 2 курсу, форми навчання денної, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма мова і література (англійська), адреса електронної пошти anicanowa535@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Мовна особистість Бориса Джонсона: лінгвопрагматичний і соціокультурний аспекти» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____