

Київський столичний університет умені Бориса Грінченка  
Факультет романо-германської філології

# Mundus Philologiae

№ 4 (2025)

Збірник студентських  
наукових робіт



# MUNDUS PHILOLOGIAE

## Збірник студентських наукових робіт

### Випуск №4

#### **Засновник:**

Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених  
Факультету романо-германської філології  
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Друкується з грудня 2023р.  
Випускається двічі на рік.  
Журнал підтримує політику відкритого доступу

Адреса редакції: вул. Левка Лук'яненка, 13-Б, м. Київ, 04212

Офіційний сайт: <https://mundphil.kubg.edu.ua>

Рекомендовано до друку Вченою радою Київського столичного університету імені  
Бориса Грінченка (протокол № 8 від 13 червня 2025 р.)

#### **Головний редактор:**

*Пилинський М.Я.*, викладач кафедри германської філології, секретар наукового товариства аспірантів, докторантів та молодих вчених Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, магістр (Україна);

#### **Заступник головного редактора:**

*Білик К.М.*, доцент кафедри романської філології, Голова наукового товариства аспірантів, докторантів та молодих вчених Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, доктор філософії з філології (Україна);

#### **Випусковий редактор:**

*Копитіна А.С.*, завідувач кафедри романської філології Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, доктор філософії з філології, (Україна);

#### **Члени редакційної колегії:**

*Бобер Н.М.*, доцент кафедри германської філології Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, кандидат філологічних наук (Україна);

*Бахтіна А.О.*, доцент кафедри романської філології Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, доктор філософії з філології (Україна);

*Гольцева М.І.*, старший викладач кафедри германської філології, Заступник голови Наукового товариства аспірантів, докторантів та молодих вчених Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, доктор філософії. (Україна).

*Городілова Т.М.* старший викладач кафедри германської філології, Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, доктор філософії. (Україна).

# MUNDUS PHILOLOGIAE

## A collection of student scientific works

### Issue4

#### **Founder:**

Scientific Society of Students, Post-graduate Students, Doctoral Students and Young Scientists  
Faculty of Romance-Germanic Philology  
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University

Published since December 2023.

Issued twice a year

The journal supports an open access policy

Editorial office address: str. Levka Lukyanenko, 13-B, Kyiv, 04212

Official website: <https://mundphil.kubg.edu.ua>

Recommended for publication by the Academic Council of Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University

#### **Editor-in-Chief:**

*Pylynskyi M.Ya.*, Senior lecturer, secretary of the Scientific Association of Students, Post-graduate Students, Doctoral Students and Young Scientists, Faculty of Romance and Germanic Philology, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Master (Ukraine);

#### **Vice Editor-in-Chief:**

*Bilyk K.M.*, Senior lecturer of the Chair of Romance Philology and Comparative-Typological Linguistics of Philology, Head of the Scientific Society of Students, Post-graduate Students, Doctoral Students and Young Scientists, Faculty of Romance and Germanic Philology, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Ph.D. in Philological Sciences (Ukraine);

#### **Commissioning Editor:**

*Kopytina A.S.*, Head of the Department of Romance Philology, Faculty of Romance and Germanic Philology, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Ph.D. in Philological Sciences (Ukraine);

#### **Editorial board members:**

*Bober N. M.*, Associate Professor of the Chair of Germanic Philology, Faculty of Romance and Germanic Philology, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Ph.D. in Philological Sciences (Ukraine);

*Bakhtina A.O.*, Senior lecturer of the Chair of the Chair of Romance Philology, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Ph.D. in Philological Sciences (Ukraine).

*Holtseva M.I.*, Senior lecturer of the Chair of Germanic Philology, Faculty of Romance and Germanic Philology, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Ph.D. in Philological Sciences (Ukraine).

*Horodilova T.M.* Senior lecturer of the Chair of Germanic Philology, Faculty of Romance and Germanic Philology, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Ph.D. in Philological Sciences (Ukraine).

## ЗМІСТ

<i>Ірина Оніщук. ТІЛЕСНЕ, ВІЗУАЛЬНЕ, ЦИФРОВЕ: ДИНАМІКА ТИПОГРАФІЧНОГО ВИСУНЕННЯ В ІНСТАПОЕЗІЇ РУПІ КАУР.....</i>	<i>6</i>
<i>Онищенко Марина. ЛЕКСИЧНІ ЗМІНИ У ПЕРШІЙ (1952) ТА ОСТАННІЙ (2021) РІЗДВЯНИХ ПРОМОВАХ КОРОЛЕВИ ЄЛИЗАВЕТИ ІІ: КОРПУСНИЙ АНАЛІЗ.....</i>	<i>15</i>
<i>Юлія Папірна. ОСОБЛИВОСТІ ВИСОТИ ГОЛОСУ В ІНТЕРВ'Ю ЕЛІЗАБЕТ ХОЛМС.....</i>	<i>25</i>
<i>Ковтун Вікторія. ВИСВІТЛЕННЯ CLIMATE CRISIS У ГАЗЕТИ «THE GUARDIAN».....</i>	<i>32</i>
<i>Говорун Богдан. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ НОМІНАТИВНОГО ПОЛЯ "ЗБРОЯ" У ТВОРАХ ЖАНРУ ФЕНТЕЗІ.....</i>	<i>43</i>
<i>Кувіка Єлизавета. ВЕРБАЛЬНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ АМЕРИКАНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У ПЕРЕДВИБОРЧИХ ПРОМОВАХ КАМАЛІ ГАРРІС.....</i>	<i>51</i>
<i>Анна Бойко. ПОНЯТТЯ ТА ПОХОДЖЕННЯ ТЕРОРИСТИЧНИХ ЯВИЩ.....</i>	<i>57</i>
<i>Марченко Тетяна. ДИСКУРС СЕКРЕТІВ ДЖЕЙН ЧАПМАН В РОМАНІ «ВЕЛИКА МАЛЕНЬКА БРЕХНЯ» Л. МОРІАРТІ.....</i>	<i>67</i>
<i>Ткачук Андрій .МАНІПУЛЯТИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ПЕРЕДВИБОРЧОГО ДИСКУРСУ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ.....</i>	<i>74</i>
<i>Катасонова Олександра. ОБРАЗ КЕЙТ МІДДЛТОН ТА МЕГАН МАРКЛ У МЕДІА: КОРПУСНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ.....</i>	<i>81</i>
<i>Олена Бевз. АНГЛОМОВНИЙ РЕКЛАМНИЙ СЛОГАН: СЕМІОТИЧНО-ЛІНГВОУНІВЕРСОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ.....</i>	<i>89</i>
<i>Стрельнік Аліна. TRASH-TALKING ЯК ЕЛЕМЕНТ СПОРТИВНОГО ДИСКУРСУ: ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ .....</i>	<i>97</i>
<i>Сливка Софія. ВЗАЄМОНАВЧАННЯ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ: ПОГЛЯД СТУДЕНТІВ.....</i>	<i>103</i>

## CONTENT

<i>Onishchuk Iryna</i> . PHYSICAL, VISUAL, DIGITAL: THE DYNAMICS OF TYPOGRAPHIC FOREGROUNDING IN RUPI KAUR'S INSTAPOETRY.....	6
<i>Onyshchenko Maryna</i> . VOCABULARY CHANGE IN THE FIRST (1952) AND THE LAST (2021) CHRISTMAS ADDRESSES OF QUEEN ELIZABETH II: A CORPUS ANALYSIS.....	15
<i>Papirna Yuliia</i> . VOICE PITCH PECULIARITIES IN ELIZABETH HOLMES' INTERVIEWS....	25
<i>Kovtun Viktoriia</i> . LEXICAL PATTERNS IN CLIMATE CRISIS REPORTING IN «THE GUARDIAN».....	32
<i>Hovorun Bohdan</i> . COMPARATIVE ANALYSIS OF NOMINATIVE FIELD "WEAPON" IN WORKS OF FANTASY GENRE.....	43
<i>Kuvika Yelyzaveta</i> . VERBAL REPRESENTATION OF AMERICAN IDENTITY IN KAMALA HARRIS'S CAMPAIGN SPEECHES.....	51
<i>Anna Boiko</i> . THE CONCEPT AND ORIGIN OF TERRORIST PHENOMENA.....	57
<i>Marchenko Tetiana</i> .JANE CHAPMAN'S DISCOURSE OF SECRETS IN THE NOVEL "BIG LITTLE LIES" BY L. MORIARTY.....	67
<i>Tkachuk Andrii</i> . MANIPULATIVE PROPERTIES OF ENGLISH ELECTIVE DISCOURSE.....	74
<i>Katasonova Oleksandra</i> . KATE MIDDLETON'S AND MEGHAN MARKLE'S IMAGE IN THE MEDIA: CORPUS AND PRAGMATIC ANALYSIS.....	81
<i>Olena Bevz</i> . ENGLISH ADVERTISING SLOGAN: A SEMIOTIC UNIVERSALIA-ORIENTED ANALYSIS.....	89
<i>Strelnik Alina</i> . TRASH-TALKING AS AN ELEMENT OF SPORTS DISCOURSE: GENDER ASPECTS.....	97
<i>Sofiia Slyvka</i> . PEER-TEACHING IN PRE-SERVICE TEACHER TRAINING: STUDENTS' PERSPECTIVE.....	103

УДК 821.111

**ТІЛЕСНЕ, ВІЗУАЛЬНЕ, ЦИФРОВЕ: ДИНАМІКА ТИПОГРАФІЧНОГО ВИСУНЕННЯ В  
ІНСТАПОЕЗІЇ РУПІ КАУР**

**Ірина Оніщук**

студентка 6 курсу Факультету романо-германської філології  
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

[ironishchuk.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:ironishchuk.frgf23m@kubg.edu.ua)

**PHYSICAL, VISUAL, DIGITAL: THE DYNAMICS OF TYPOGRAPHIC FOREGROUNDING IN  
RUPİ KAUR'S INSTAPOETRY**

**Iryna Onishchuk**

6th-year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology  
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University

[ironishchuk.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:ironishchuk.frgf23m@kubg.edu.ua)

*У статті проаналізовано феномен Інстапоезії як сучасного прояву візуальної поезії, що функціонує в межах цифрового простору, зокрема на платформі Instagram. Основна увага зосереджена на творчості Рупі Каур, а саме її збірці «Milk and Honey» як яскравому прикладові мультимодального підходу до поетичного висловлювання. Окремо розглянуто типографічне висунення як одну з головних ознак Інстапоезії, що проявляється у просторовій організації тексту, використанні шрифтів, візуальних елементів та відсутності класичних поетичних ознак – рими, пунктуації та традиційної строфи. Рупі Каур вміло поєднує вербальний і візуальний компоненти для посилення емоційного ефекту, створюючи унікальну поетичну форму, яка резонує з молодіжною аудиторією та відображає актуальні соціальні та психологічні теми: травму, любов, самоідентифікацію, фемінність та самозцілення. Також досліджено суперечливе ставлення до Інстапоезії у літературному середовищі, в якому вона часто критикується за поверховість. Водночас постмодерна перспектива дозволяє побачити в ній новий рівень інтеграції мистецтва, особистості та соціального посилу. Виявлено, що Інстапоезія постає не лише як літературна форма, а також як дизайнерське рішення, де поет виконує роль куратора естетичного простору власного твору. Окрім зовнішнього візуального оформлення, досліджено і внутрішню структуру поезії: варіативність шрифтів, відсутність пунктуації, використання курсиву як засобу мовного підкреслення тощо. Інстапоезія у своїй сутності – це глибока емоційна відповідь на цифрову добу, де кожен користувач може стати учасником літературного процесу. Він може не лише давати зворотній зв'язок, а і продукувати власні зразки. Еволюція інстапоезії демонструє трансформацію читачької культури, що переходить від пасивного сприйняття до інтерактивної взаємодії з текстом, зокрема через коментарі, репости та персоналізовані візуальні інтерпретації, а також нові форми читачької рецепції в умовах діджиталізації культури. Визначено перспективи подальших досліджень у площині впливу діджиталізованої культури та гештегових практик на формування поезії, створеної не лише людьми, а й штучним інтелектом.*

**Ключові слова:** Інстапоезія, Рупі Каур, типографічне висунення, візуальна поезія, сучасна поезія, цифрова естетика.

*The article aims at outlining phenomenon of Instapoetry as a contemporary manifestation of visual poetry that functions within the digital space, in particular on the Instagram platform. The main focus is on the work of Rupi Kaur, in particular “Milk and Honey” as a vivid example of a multimodal approach to poetic expression. Special attention is paid to typographic foregrounding as one of the main*

*features of Instapoetry, which is manifested in the spatial organisation of the text, the use of fonts, visual elements and the absence of canonical poetic features such as rhyme, punctuation and traditional stanza. Rupi Kaur skilfully combines verbal and visual components to enhance the emotional effect, creating a unique poetic form that resonates with the young audience and reflects current social and psychological topics: trauma, love, self-identity, femininity, and self-healing. The paper examines the conflicting attitude to Instapoetry in the literary environment, where it is often criticised for superficiality, while the postmodern perspective allows us to see a new level of integration of art, personality and social message. The findings indicate that Instapoetry appears not only as a literary form, but also as an arrangement solution, where the poet acts as a curator of the aesthetic space of his own work. In addition to the external visual design, the internal structure of the poems is also studied: the variation of fonts, the lack of punctuation, the use of italics as a means of linguistic emphasis, etc. Instapoetry is essentially a deep emotional response to the digital age, where every user can become a participant in the literary process. They can not only give feedback but also produce their own samples. Its evolution demonstrates the transformation of reader culture, which is moving from passive perception to interactive interaction with the text, in particular through comments, reposts and personalised visual interpretations, as well as new forms of reader reception in the context of digitalisation of culture. Identified research perspectives on how digital culture and hashtag practices influence the creation of poetry by both humans and artificial intelligence.*

**Keywords:** *Instapoetry, Rupi Kaur, typographic foregrounding, visual poetry, contemporary poetry, digital aesthetics.*

**Introduction.** Nowadays, the application of social media is well establishing itself as an integral part of life. This is being experienced by book and other pop-culture media enthusiasts who devote their time online, sharing their reviews and/or making cosplays of their favoured characters, thereby enhancing the surreal. Digital platforms are saturated with the next juxtapositions: hyper-detailed aesthetics coexist with glitches when algorithmic content oscillates between the familiar and the strange. In this online landscape, vibrant communities of book lovers, pop culture fans, and cosplayers become active curators and co-creators of digital dreams (Yip, 2020; Bhattacharya, 2024).

However, some of them opt to pursue the example of their icons or legendary poets in a different way. The latter develop their creations, specifically poetry, by employing literary deviations in layout or design. As a result, this phenomenon is evolving into the digitalisation of literature on well-known social media platforms (Instagram, X, Facebook, Threads, and Reddit). Having chosen one of them, precisely, Instagram, from a purely poetic standpoint, the world obtains Instapoetry.

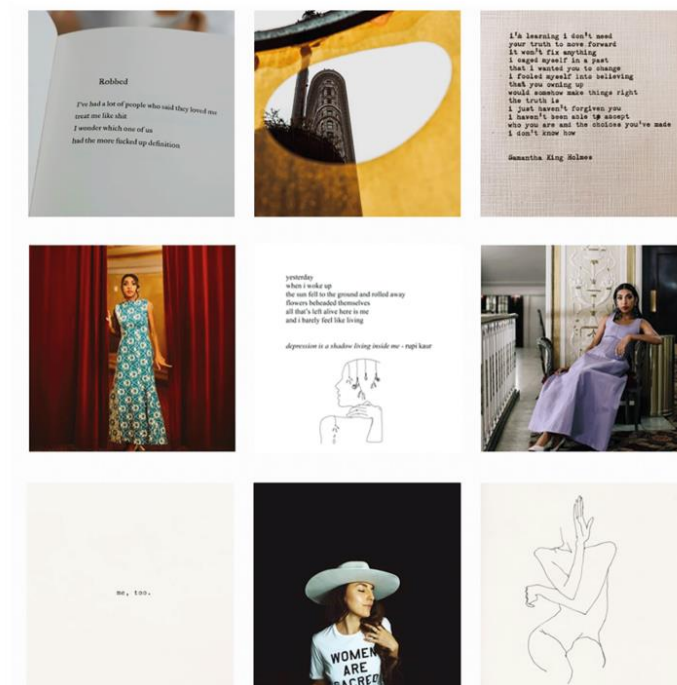
**Literary review.** Instapoetry is one of the tendencies of contemporary visual poetry. It implies the presentation of personal works and accomplishments exclusively online via the Meta platform – Instagram. No sole originator of the movement can be identified. The movement has evolved owing to young amateurs who aimed to broaden their reading horizons and, in fact, the audience of similar admirers ( “*The Legitimacy of Instapoetry: Why we need it to save poetry publishing*”, 2018). The most outstanding representatives of this poetry movement are Rupi Kaur, r.m. drake, r.h. Sin, Cleo Wade and others.

The particularities of this movement are: 1) conciseness and brevity of expression (straightforward and short lines); 2) lack of rhyme; 3) concerns that are relevant to the present (McElwee, 2017). The third criterion



encompasses the themes of politics, harassment, abuse, military conflict, and LGBTQ issues (The Canadian Press, 2018). Undoubtedly, just like any other form of typographic foregrounding, Instapoetry adheres to the following specifications: 1) the spatial organisation around the text; 2) the use of visual aids such as drawings and icons, at the request of the author; 3) the implementation of fonts as an auxiliary tool for visual impression (Wilson, 2017). The most important postulate of Instapoetry is the dissemination of creativity under multimedia materials or creativity itself as multimedia combined with current trends. Poets often pair their verses with illustrations, photographs, or stylised typography to enhance emotional impact and engagement. This multimedia approach transforms poetry into a hybrid art form, making it more shareable and appealing on social media (Knox et al., 2023). Figure 1 below demonstrates an example of the design of an Instagram profile where Rupi Kaur's photographs are intertwined with her art (Leszkiewicz, 2019):

**Figure 1. Instapoetry.**



In the digitalised world, it enables creativity to be distributed and reposted to other apps.

Yet, despite all the excitement, the poetic space of Instagram is also criticised. Both the characteristics of the phenomenon itself and the superficial impression of them are being condemned. In particular, Penke claims that Instapoetry eliminates deep reflection, unlike traditional poetry. Rather, online poetry replicates trends that empower everyone to compose, and as a result, poetry as such is depreciated (Penke, 2019). Whereas the fundamental premises of Jean-François Lyotard was that postmodern knowledge is fragmented, multiple, and lacking a single metanarrative framing, provide a way to comprehend poetry as a meaningful text that resides on the intersection of lyrics, visual art, and social message (Lyotard, 1984). Similarly, poetry's increasing entanglement with social commentary transforms it from a static literary object into an interactive dialogue, where themes of identity, justice, and cultural critique emerge through fragmented, non-linear storytelling. In this sense, poetry resists confinement – it is performative, existing not as a fixed text but as an ongoing interaction between poet, reader, and cultural context. By rejecting overarching metanarratives, poetry mirrors



the plurality and instability that define postmodern knowledge, making it an ever-evolving space for discourse, reflection, and reinterpretation.

**Aim.** This article aims at singling out the dominative features of Instapoetry as a poetic genre as well as its role in the context of typographic foregrounding.

**Results of the research.** For the analysis, we have selected poetic samples by a contemporary Canadian poet Rupi Kaur, namely from her collection of poems “Milk and Honey”. It is one of the pioneering collections of Instapoetry, which was published in a limited edition and won the favour of numerous readers, notably those who were not interested in poetry as such (Kaur, 2015).

The first poem, which serves as a preface, instantly showcases the principle of straightforwardness inherent in Instapoetry, as it highlights the background of the compilation:

“my heart woke me crying last night  
*how can i help* i begged  
my heart said  
*write the book*” (Kaur, 2015)

Rupi, experiencing some psychological trauma, is struggling to cope with the pain she has suffered (“my heart woke me crying last night” (Kaur, 2015)). This forces her to release all her emotional turmoil in the form of verse, which is rooted in one of the aspects of Instapoetry – the contemporary issues.

The example under consideration is “white”, i.e., non-rhymed. The foregrounding in the work is both internal (the absence of punctuation and capitalisation – “i begged” (Kaur, 2015), which in turn resembles the style of youth texting on a messenger, as well as the use of italics as a means of denoting direct speech – “write the book” (Kaur, 2015)), and also external. The poem’s arrangement in the shape of a speaker suggests Rupi’s intention to be heard in the manner in which she listened to her heart (“how can i help i begged” (Kaur, 2015)).

The subsequent contributions of Kaur’s compilation are categorised into four sections, each of which portrays the process of experiencing and transforming the poet’s personality. There is a preface, “hurting”, “loving”, “breaking”, and “healing”.

One of the analysed poems is included in the section “the hurting”. The main focus of the poem is generational trauma and gaslighting, specifically as well as acknowledging how easy it is to stigmatise any person on the basis of their parents’ appearance and temperament. From the viewpoint of the textual organisation, it is likely a dialogue between Rupi’s father and the author herself. The father’s remarks are at the beginning of the line, while Kaur’s remarks are indented:

“you look just like your mother  
i guess i do carry her tenderness well <...>” (Kaur, 2015)

Throughout the conversation, it turns out that both Rupi’s mother’s stay in this marriage and the author’s life in such a family are unbearable. In poetry and literature broader authors often try to show the inner world of the character through description of or comment on his/her eyes. Kaur does the same in her poetry:

“<...> you both have the same eyes  
cause we are both exhausted <...>” (Kaur, 2015)

It is also evident that the abusive environment has an adverse impact on the women in the family:

“<...> and the hands  
we share the same wilting fingers <...>” (Kaur, 2015)

Nevertheless, Rupi manages to confront her father and protest in a way that she could not inherit anything good from her father except rage:

“<...> this rage is the one thing  
i get from my father <...>” (Kaur, 2015)

Another sample of Instapoetry originates from the series “The loving”, in which Rupi makes no attempt to embrace the construct of love for both herself and her partner. The focus is not on material values, but on spiritual ones. For her, one of these values is the smell of her significant other:

“my favorite thing about you is your smell...” (Kaur, 2015)

Moreover, it is noteworthy that this verse is an instance where typographic foregrounding creates a suggestive effect, which comes at play when poetry is treated foremost as an experience of the reader (for more, see van Peer and Chesnokova, 2022). The arrangement in the form of a spice container emphasises all the potential notes of the scent, distinguishing each word with a separate line, allowing the reader to both imagine and experience the smell simultaneously, thus enhancing the poetic sensibility:

“<...> you smell like  
earth  
herbs  
gardens <...>” (Kaur, 2015)

The final lines below allude to the dark nature of humanity. Modern society has a strong fixation on money and power and their subsequent abuse. In contrast, for Rupi, her beloved is a symbol of humankind merely for the fact that she is alive and connected with Mother Nature through her scent, associations with which is aforementioned:

“<...> a little more  
human than the rest of us <...>” (Kaur, 2015)

Kaur’s example addresses the issue of modern relationships and the notion of affection: genuine romance is grounded in spiritual principles and unity with the universe, not in commercialism and payments. From the perspective of the foregrounding, there is no alteration of the font or the background in this stanza. Instead, the non-rhyming phrasing is attempting to immerse the reader into the setting, in which the author is constantly appealing to someone, conveying a sense of being “here and now”.

From the same series, the subsequent poem is both shaped as a tower and accompanied by a similar drawing. Because of its form, it is perceived as a kind of manifesto. At the beginning of the poem (the lines below), the author disguisedly addresses the matter of the woman’s objectification. The allusion to a city where you might stay for a week is reminiscent of most of the egregious cases of contemporary men seeking a relationship without commitment, treating women frivolously or as objects of pleasure:

“did you think i was a city  
big enough for a weekend getaway <...>” (Kaur, 2015)

The subsequent lines disclose Kaur’s forthright insights about being a calm and family-orientated person whom men might pass by, interested in a more flamboyant appearance:

“<...> i am the town surrounding it  
the one you’ve never heard of  
but always pass through <...>” (Kaur, 2015)

The symbolism of urban distinctiveness involves an emphasis on neon lights (outrageous makeup) and statues (perfectly moulded parameters):

“<...> no neon lights here  
no skyscrapers or statues <...>” (Kaur, 2015)

Unlike others, though, the female poet possesses charisma and a profound feeling of love:

“<...> there is thunder  
for i make bridges tremble <...>” (Kaur, 2015)

The lines below highlight the point that “women may be bought with money”. Rupī accurately underscores that she is not a “street meat that may be used numerous times, nor a depreciated tissue whose decision has no significant bearing”. Kaur compares herself to a homemade jam that is both unique and special, just like any woman who cares about her family’s well-being:

“<...> i am not street meat i am homemade jam <...>” (Kaur, 2015)

And yet, there is a nuance: this unique “fruit” is unattainable for people who have abandoned morality and instead elevated their egos to tremendous scales:

“<...> thick enough to cut the sweetest  
thing your lips will touch <...>” (Kaur, 2015)

The poet is not the one to live for the moment and take risks on a daily basis. We are aware of Bonnie and Clyde, the infamous outlaw couple whose lives were defined by rebellion, danger, and a relentless pursuit of freedom – often at great cost. Their story, immortalised in history and popular culture, represents a life of risk and unpredictability, where each day was a gamble against fate. That is why Rupī is preferring to enjoy relaxing evenings with her family:

“<...> i am not police sirens  
i am the crackle of a fireplace <...>” (Kaur, 2015)

Rupī is the eternal flame of the household, which causes the men around her to be wounded not only by their deeds but also by Kaur’s magnetism:

“<...> i’d burn you and you still  
couldn’t take your eyes off me <...>” (Kaur, 2015)

Several male representatives, despite their immorality, are inclined to adopt the most decent image of a family man and adhere to it, attempting to sit on two chairs:

“<...> cause i’d look so beautiful doing it  
you’d blush <...>” (Kaur, 2015)

And again, the stanza underlines the humanity and self-worth of women. Not everyone is an easy prey, and true tough nuts are the rarity:

“<...> i am not a hotel room i am home <...>” (Kaur, 2015)

At the end of one’s exploits, every man desires a serene and stable family life, and this is one of the reasons why Rupī Kaur is the most desirable:

“<...> i am not the whiskey you want  
i am the water you need <...>” (Kaur, 2015)

To summarise the above, the poem exemplifies that male nature is ambiguous. In pursuit of an easeful life without obligations, sooner or later men wish to switch their role to that of a model householder, leaving behind all their misdeeds and the pursuit of an easy prey. On the other hand, female nature raises a crucial idea: self-value and fulfilment are the key to finding a healthy relationship and a partner. A woman who is objectified by her partner will never prefer being in such an environment.

Examining the piece from the perspective of foregrounding, the visuals in the form of illustrations manipulate the audience quite easily and mislead them superficially: speculations that the poem is strictly urban and describes the flow of life in the city are shattered as one gradually delves into the lines.

The “healing” section is distinguished by its appeal to the concept of self-recovery and the revival of self-love. One of the stanzas below is also “white”, yet it is presented as a fountain, which most young people consider a place of refreshment, cleansing of thoughts and rethinking of their own and others’ actions, a place where people can be alone:

“fall  
in love  
with your solitude” (Kaur, 2015)

As of today, falling in love with one’s solitude is a challenging step in self-love. Representatives of Instapoetry actively promote this issue, as the youth is a dopamine generation that, not having learned self-love in loneliness, is unable to discover another person without attracting old triggers that destroy relationships later on without thorough working through. Therefore, it is vital to have a place where one can be by themselves, recharge and restart, so that others can love them as well.

The closing poem in this paper is Kaur’s message to aspiring poets. In fact, the signature is in italics, which gives the impression of handwritten letters and secret notes:

“- to all you young poets” (Kaur, 2015)

As we may observe, Rupi Kaur has a mastery of typographic foregrounding. The work below features a remarkable form as well. The vase shape is a symbolic reminder that every young person is a vessel that ought to be refilled with light and proper values, not trauma or judgement. The internal component contains the repetition of the lines “<...> your art is about <...>” (Kaur, 2015), which reinforces the necessity of bearing in mind the actual intentions of young and contemporary artists – to create at the call of the heart, not at the request of others. Therefore, this anaphora encourages us to reconsider art *per se*. Contemporary art ought to distinguish between sincerity and falsehood.

Primarily, it is worthwhile to self-reflect: “Do I love anything?”, “Do I feel comfortable in this or that environment?” The same is for art. Initially, the artist is supposed to master for himself, and only then pay attention to the views of others. These are the meanings that Rupi elaborates on in the following lines:

“<...> is not about how many people  
like your work <...>” (Kaur, 2015)

Through the use of the following metaphors, Kaur insists on the intrinsic connection between art, heart and soul. At the beginning, the artist conducts a self-assessment, and then the audience:

“<...> if your heart likes your work  
if your soul likes your work <...>” (Kaur, 2015)

These two metaphorical domains, heart and soul, are the driving force of creativity, which refers us to the opening of the collection, where the poet outlines the background of her poetry. The contrast between the multiplicity of the audience and the shaping of individuality is at the core of the work.

The lines further down expose the duality of human existence: one must be sincere with oneself, even in an artistic environment, even in solitude. Each person has only one companion – himself or herself and his or her “I”:

“<...> it’s about how honest  
you are with yourself <...>” (Kaur, 2015)

The particularity of the subsequent lines is the presence of modern vocabulary common to social media culture – the noun “relatability”. Just like all Instagram or X users, it is valuable to receive posts and news that are relevant to our preferences and needs. But this does not work in the artistic dimension. Therefore, it is critical not to lose integrity and authenticity in the pursuit of likes, views, and engagement in general:

“<...> never  
trade honesty  
for relatability” (Kaur, 2015)

**Conclusions and perspectives for the further research.** To conclude, Instapoetry is a specific branch of contemporary poetry that combines the modernity of existence with typographic foregrounding, the postulates of which remain true until now. The movement provides an opportunity for poetry amateurs and supporters to explore their potential and develop their audience of admirers, as Rupi Kaur has done in her compilation “Milk and Honey”, a collection of poems categorised into four groups under different titles. Juxtaposing “Milk and Honey” with the five stages of grief, we discover the following: a) the preface resonates with depression; b) the section “hurting” is reflected in anger, while “loving” seeks a compromise in love; c) “breaking” is levelled with denial, and d) “healing” is, in fact, acceptance.

Overall, Rupi Kaur’s Instapoetry is a multimodal product as it comprises visuals (black liner doodles), verbalism (language and organisation of the space around it), and digitalisation (use of specific vocabulary and further promotion of the poetry in the posts). The internal typographic component is distinguished by the absence of rhyme, which suggests an arbitrary flow of thoughts. The capital letters add a conversational style to Kaur’s writing, and punctuation marks, as well as the presence of italics, personify thoughts or provide a reference to whom the poet is addressing. The simplicity of the external typographic foregrounding allows for a supplementary visualisation of the author’s intentions. It provides an enhanced experience of the provided poetry due to the surrounding textual space and additional figures that intersperse allusions to the provided poems, evoking a diverse range of thoughts. The analysis above demonstrates that the poet is at the same time a designer and curator of his own aesthetic space, who determines how his text ought to look to produce the intended effect on readers.

Research perspectives can focus on pedagogical implications of using Instapoetry, or multimodal poetry in general, in an EFL class (Чеснокова 2011; Chesnokova 2016). Additionally, it seems worthwhile to explore the influence of hashtag culture on poetry created by AI.

## REFERENCES

1. Чеснокова, Г. В. (2011). Як виміряти враження від поезії або Вступ до емпіричних методів дослідження у мовознавстві. К.: Ленвіт.
2. Bhattacharya, S. (2024). Digitalising Surrealism: A Pathway to New Humanities. *bpasjournals.com*. <https://doi.org/10.48165/bapas.2024.44.2.1>
3. Chesnokova, A. (2016). Empirical Stylistics in an EFL Teaching Context: Comparing Virtual and Face-to-Face Reading Responses. In M. Burke, O. Fialho and S. Zyngier (eds), *Scientific Approaches to Literature in Learning Environments*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, pp. 105–124.

4. Kaur, R. (2015). *Milk and Honey*. [https://imp.dayawisesa.com/wp-content/uploads/2023/09/Milk-and-Honey-by-Rupi-Kaur-z-lib.org\\_.epub\\_.pdf](https://imp.dayawisesa.com/wp-content/uploads/2023/09/Milk-and-Honey-by-Rupi-Kaur-z-lib.org_.epub_.pdf)
5. Knox, J., Mackay, J., & Nacher, A. (2023). Global Instapoetry. *European Journal of English Studies*, 27(1), 3–13. <https://doi.org/10.1080/13825577.2023.2206452>
6. Leszkiewicz, A. (2019, March 6). *Why are we so worried about “Instapoetry”?* New Statesman. <https://www.newstatesman.com/culture/2019/03/why-are-we-so-worried-about-instapoetry>
7. Lyotard, J.-F. (1984). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*.
8. McElwee, M. (2017, October 25). INSTAPOETRY – The Age of Scrolling Literature. *The Gibraltar Magazine*. [thegibraltarmagazine.com/instapoetry-age-scrolling-literature/](http://thegibraltarmagazine.com/instapoetry-age-scrolling-literature/)
9. Penke, N. (2019). #instapoetry. Populäre Lyrik auf Instagram und ihre Affordanzen. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, 49(3), 451–475. <https://doi.org/10.1007/s41244-019-00143-1>
10. The Canadian Press. (2018, June 6). Verse goes viral: Instagram poets shake up the literary establishment. *National Post*. <https://nationalpost.com/pmn/entertainment-pmn/books-entertainment-pmn/verse-goes-viral-instagram-poets-shake-up-the-literary-establishment>
11. *The Legitimacy of Instapoetry: Why we need it to save poetry publishing*. (2018, October 1). PUB800. <https://web.archive.org/web/20190410072727/https://tkbr.publishing.sfu.ca/pub800/2018/10/the-legitimacy-of-instapoetry-why-we-need-it-to-save-poetry-publishing/>
12. van Peer, W. and A. Chesnokova (2022). *Experiencing Poetry: A Guidebook to Psychopoetics*. London: Bloomsbury Academic.
13. Wilson, C. (2017, December 15). Why Rupi Kaur and Her Peers Are the Most Popular Poets in the World. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2017/12/15/books/review/rupi-kaur-instapoets.html>
14. Yip, D. K. (2020). Cinematic surrealism of the interactive virtual space. In *Digital culture and humanities* (pp. 53–71). [https://doi.org/10.1007/978-981-15-4642-6\\_4](https://doi.org/10.1007/978-981-15-4642-6_4)

**ЛЕКСИЧНІ ЗМІНИ У ПЕРШІЙ (1952) ТА ОСТАННІЙ (2021) РІЗДВЯНИХ  
ПРОМОВАХ КОРОЛЕВИ ЄЛИЗАВЕТИ ІІ: КОРПУСНИЙ АНАЛІЗ**

**Онищенко Марина**

студентка 6 курсу Факультету романо-германської філології  
Київський Столичний Університет імені Бориса Грінченка  
[mrnyshchenko.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:mrnyshchenko.frgf23m@kubg.edu.ua)

**VOCABULARY CHANGE IN THE FIRST (1952) AND THE LAST (2021) CHRISTMAS  
ADDRESSES OF QUEEN ELIZABETH II: A CORPUS ANALYSIS**

**Onyshchenko Maryna**

6th year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology  
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University  
[mrnyshchenko.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:mrnyshchenko.frgf23m@kubg.edu.ua)

*Стаття присвячена порівняльному корпусному аналізу першої (1952) та останньої (2021) різдвяних промов королеви Єлизавети ІІ. Метою даної роботи є проведення унікального аналізу різдвяних звернень Королеви за допомогою потужного програмного забезпечення Voyant Tool, яке забезпечує багаторівневе дослідження тексту, включаючи такі інструменти, як аналіз частотності слів, колокацій, трендів, а також створення хмар слів. Програмне забезпечення Voyant Tools, яке використовується для аналізу, дозволяє глибоко дослідити мовні конструкції, виявити основні лексичні зміни. Це дослідження є продовженням попередньої роботи (Онищенко, 2024), де досліджувались усі різдвяні промови Королеви. Результати свідчать про поступовий перехід від формального, урочистого мовлення до більш особистого, емоційного стилю. Отримані дані ілюструють еволюцію публічного дискурсу монарха в контексті змін соціальних і культурних очікувань.*

**Ключові слова:** корпусний аналіз, лексичні зміни, корпус текстів, різдвяні промови, корпусна лінгвістика, Королева Єлизавета ІІ.

*The article focuses on the comparative corpus analysis of the first (1952) and last (2021) Christmas speeches of Queen Elizabeth II. The aim of this work is to conduct a unique analysis of the Queen's Christmas addresses using the powerful Voyant Tool software, which provides a multi-level textual analysis, including tools such as word frequency analysis, collocation analysis, trend analysis, and word cloud creation. The Voyant Tools software used for the analysis allows for an in-depth study of language structures and the identification of major lexical changes. This study is a continuation of the previous work (Onyshchenko, 2024), which examined all of the Queen's Christmas speeches. The results show a gradual shift from formal,*



*solemn speech to a more personal, emotional style. The data illustrate the evolution of the monarch's public discourse in the context of changing social and cultural expectations.*

**Key words:** *corpus analysis, lexical changes, corpus of texts, Christmas speeches, corpus linguistics, Queen Elizabeth II.*

**Introduction.** Corpus linguistics is one of the most promising areas of modern linguistics. It has opened up a new field for language learning: instead of intuitive observation, it uses statistical analysis and instead of individual examples, it uses systematic data. The essence of corpus linguistics is the study of language based on large collections of real texts, known as corpora, which make it possible not only to record language units but also to examine their usage patterns in context. This approach greatly expands the possibilities of language analysis.

Corpus linguistics developed in the 60s and 80s of the twentieth century, at a time of rapid technological progress, when ‘technical communications’ began to completely change existence of all humanity and research in the Humanities (Zyngier et al. 2008; Chesnokova 2016; van Peer and Chesnokova 2017). Therefore, its emergence revolutionized linguistic research.

One of the most famous and important corpora of our time is the British National Corpus (BNC), which contains over 100 million words and covers a wide range of written and spoken sources of modern British English. The BNC has become a kind of benchmark for corpus construction, and it is often used to study modern word usage, grammar and language collocations. Its breadth and diversity provide reliable language slices that are extremely useful for both academic research and practical applications in automatic text processing. Another influential example of corpora is the International Corpus of English (ICE), which covers different varieties of English from more than 20 English-speaking countries. The ICE is invaluable for the comparative analysis of national standards, dialects and language norms in a globalized context. This corpus is widely used in numerous intercultural linguistic studies, particularly in the field of linguistic variation, grammatical differences and stylistic trends in the world's English-speaking countries.

Additionally, corpus linguistics has begun to be actively used not only within traditional linguistics. Its methods have become important for other fields, for instance, sociolinguistics or the analysis of historical language changes. For example, the development of computational linguistics has significantly advanced natural language processing systems, where large corpora help improve machine translation and automatic text generation. Speech recognition is also worth mentioning: corpora are used to improve the accuracy of voice assistants, automatic transcription programs, and real-time translation tools (Jurafsky and Martin 2020).

The relevance of the topic of lexical changes in the first (1952) and last (2021)

Christmas speeches of Queen Elizabeth II is that it will allow for a unique analysis and reveal the linguistic transformations that took place over a period of almost 70 years. After all, it is the Queen's first and last greetings that outline the period of her reign, which is now one of the longest in the history of the British monarchy. This selection of speeches allows tracing of the development of vocabulary, rhetoric, and thematic emphasis without scattering them throughout the corpus. Therefore, it is important to analyze the first and last addresses in order to trace the main linguistic and rhetorical shifts within a historically coherent period — from the post-war era to the COVID-19 pandemic. The uniqueness of the study is that corpus analysis and its interpretation are not fully automated processes. Thus, it requires the participation of a researcher who is able to analyze the result correctly and identify lexical changes.

The research tool employed is Voyant Tools software which allows for multilevel text analysis, including such tools as word frequency analysis, collocation analysis, and the creation of word clouds and their trends. These features allow for a more detailed and visual analysis of language changes. This makes it a powerful tool for tracking rhetorical strategies and semantic changes. In addition, Voyant Tools allows researchers to identify phrases and multilingual expressions (n-grams) that offer a deeper understanding of repetitive speech patterns. This functionality is particularly useful for tracking phraseological evolution within a particular corpus over a long period.

**Problem Statement.** For decades, Queen Elizabeth II's Christmas speeches have served as a powerful means of communication between the monarch and society. Although the Queen has adhered to certain norms in her annual address, the content of her greetings has changed under the influence of historical events and public sentiment. At the same time, there are still no comprehensive corpus studies that focus exclusively on comparing the first and last speeches as boundary points in her rhetorical practice. The research question is to investigate the lexical changes between the first (1952) and last (2021) Christmas speeches of Queen Elizabeth II using corpus analysis. This approach allows us to identify key linguistic shifts, particularly in vocabulary, themes, rhetorical emphasis and the structure of the addresses. It also contributes to a better understanding of the dynamics of the monarchy's public discourse against a background of historical change.

**Analysis of the latest research and publications.** Recent scholarship has increasingly applied corpus linguistic methods to the study of Queen Elizabeth II's public discourse. For example, Lin Shao (2024) conducted a functional discourse analysis of the Queen's 2020 Christmas speech using Halliday's Systemic Functional Linguistics framework. The study examined how the Queen used language to garner public support during the COVID-19 pandemic, focusing on the three metafunctions of language: ideational, interpersonal, and textual. This research demonstrates

the applicability of Systemic Functional Linguistics to the analysis of political discourse and highlights the Queen's strategic use of language to connect with her audience.

**Purpose.** The article aims to explore the lexical features and shifts between the first Christmas greeting (1952) and the last Christmas greeting (2021) of Queen Elizabeth II over nearly 70 years, using corpus analysis tools.

**Results.**

**Summary tool.** The Summary tool, applied to the first and last speeches, will allow researchers to clearly trace the quantitative linguistic changes that occurred during the Queen's reign. In particular, it will reveal precise differences in vocabulary density, readability index, and sentence length, highlighting measurable aspects of how her communication has developed structurally. These numerical indicators provide a solid basis for detecting a shift towards clearer sentence structures and richer vocabulary.

This corpus has 1 document with 689 total words and 309 unique word forms. Created now.

**Vocabulary Density:** 0.448

**Readability Index:** 7.977

**Average Words Per Sentence:** 28.7

Figure 1.1 Summary tool. First Christmas greeting (1952)

The linguistic parameters of the first speech give a clear picture of the style of royal speech in the mid-20th century, characterized by long sentence structures and moderate vocabulary complexity.

This corpus has 1 document with 695 total words and 342 unique word forms. Created now.

**Vocabulary Density:** 0.492

**Readability Index:** 9.396

**Average Words Per Sentence:** 24.8

Figure 1.2 Summary tool. Last Christmas greeting (2021)

The linguistic parameters demonstrate an increased lexical density and a decrease in sentence length.

A comparison of the first and last Christmas greetings shows that the total length of both speeches remained almost the same (689 words in 1952 and 695 words in 2021), but the number of unique words increased significantly from 309 to 342. Accordingly, the lexical density has also increased (from 0.448 to 0.492), indicating a significant enrichment of the vocabulary and a wider choice of vocabulary in the latter speech. The readability index has also changed from 7.977 to 9.396, indicating that the Queen's speech has become more complex as a result of almost 70 years.



Figure 2.2 Word cloud. Last Christmas greeting (2021)

In the last Christmas speech, the most frequently used words are *christmas*, *family*, *happiness*, *generation*, *children*, *joy*, *Commonwealth*, *celebrate*, *chance*, *traditions*. These words reflect a more emotional vocabulary and highlight the main themes of the time, such as closeness, shared experience, optimism and personal connection.

The first thing that can be noticed when comparing these two word clouds is the formal vocabulary of the first Christmas speech (1952). It has a distinct presence of verbs with high formality *shall*, *pray*, *speaking*, which indicates the formal tone of the address, typical for that time. In the last Christmas speech (2021), this formality has noticeably decreased, but more informal and emotional lexical items appear instead *enjoy*, *celebrate*, *happiness*, *joy*.

Additionally, in the first speech, words *strength*, *spirit*, *affection*, *promises*, and *immense* reflect a ceremonial and dignified tone, characteristic of traditional royal addresses. In the last speech, the emphasis shifts to specific concepts related to life and human relationships, such as *families*, *children*, *eldest*, *son*, *generation*, *child*. This indicates a greater personalization of the rhetoric.

Furthermore, a remarkable change can be observed in the use of the word *commonwealth*: while in 1952 it appeared with words *empire* and *nations*, which emphasized its political and institutional connotation, in 2021 it is used in a more emotional context alongside *happiness*, *joy*, and *chance*.

Finally, the appearance of words related to intergenerational relations *generation*, *eldest*, *young*, *baton* in the last speech indicates that the Queen deliberately emphasized the theme of continuity and the importance of passing on experience and traditions to future generations, which was practically absent in the first speech.

**Collocation link.** The application of collocation link analysis to the first and last Christmas speeches will allow us to better understand not just what words the Queen used, but how the context of their use changed throughout the entire period of her reign. This unique approach will help to trace the change in the relationships between keywords, which will allow us to understand which concepts have become less formal over time and have acquired personal or emotional meaning. The analysis of collocations reveals not only superficial changes in vocabulary, but also the transformation of the very ideas and values that were put into speeches at the beginning and end of the Queen's reign.

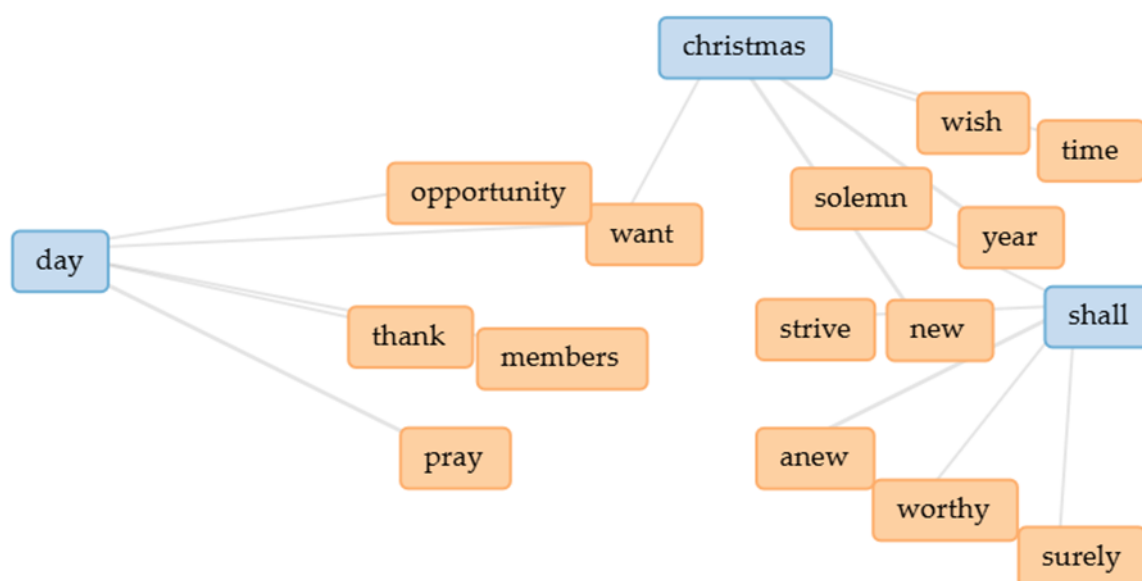


Figure 3.1 Collocation link. First Christmas greeting (1952)

In the first speech, the main words have the following collocations: the word *christmas* is associated with the words *solemn*, *wish* and *year*. The word *shall* is combined with *new*, *worthy* and *surely*. The word *day* has connections with the *opportunity*, *thank* and *pray*.

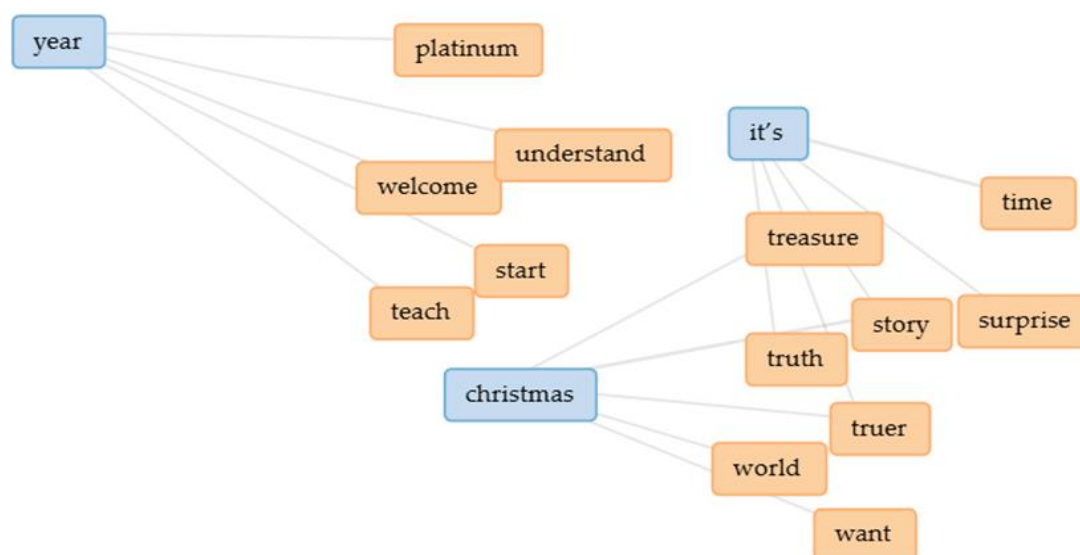


Figure 3.2 Collocation link. Last Christmas greeting (2021)

The last speech shows a change in the collocation relations of the main words: the word *christmas* is most often used together with *world*, *want* and *story*. The word *year* is combined with *platinum*, *welcome* and *teach*. The word *it's* is combined with *treasure*, *truth* and *surprise*.

In the first Christmas speech (1952), it can be noticed that the word *christmas* is

related to the words *solemn*, *wish*, *year*, and these words emphasize the official and serious nature of the address, showing the formality of the greeting and the tribute to traditions.

Additionally, the word *shall* is associated with *anew*, *worthy*, *surely*, which again indicates a pronounced formality associated with duty and confidence in the future. These collocations give the speech the character of a solemn promise, which reinforces its monarchical tone. The word *day*, associated with *opportunity*, *thank*, *pray*, gives the speech an element of spirituality and gratitude, emphasizing the religious context of the speech, which is typical of the postwar years.

In the last Christmas speech (2021), the connections become noticeably less formal and take on an emotional colour. The word *christmas* has collocations with *world*, *want*, *story*, which emphasize global realities and personal desires, demonstrating the Queen's openness to the audience. The collocations of the word *year*—*platinum*, *welcome*, *teach*—have a jubilee context and show a focus on the transfer of knowledge and experience. The collocations of the *it's* with the words *treasure*, *time*, *surprise* indicate sincerity and openness of the statement, which shows that the Queen tried to speak as honestly and openly as possible with her people.

**Trends.** Trend analysis is an important stage of corpus research, as it allows us to identify the pattern of use of some words over time. In summary, analysing trends allows us to determine which words appeared more frequently on various dates, which trends remained stable, and which ones disappeared or acquired new meaning. The graphical depiction of trends is in the form of a line graph, where each word is displayed in a different colour to make the data easier to understand visually. The lines connecting the dots show the variation in the frequency of these words over time. Each point on the graph corresponds to the relative frequency of a word in a particular corpus, and the flow of the lines helps to trace the overall dynamics of change.



Figure 4.1 Trends. First Christmas greeting (1952)

In the trends graph for the first Christmas speech, it is clearly visible that the



word *christmas* has the highest frequency. The word *shall* demonstrates a notable presence across the text. All other words—*day*, *strength*, *spirit*, and *pray*—occur in relatively similar proportions without significant peaks.

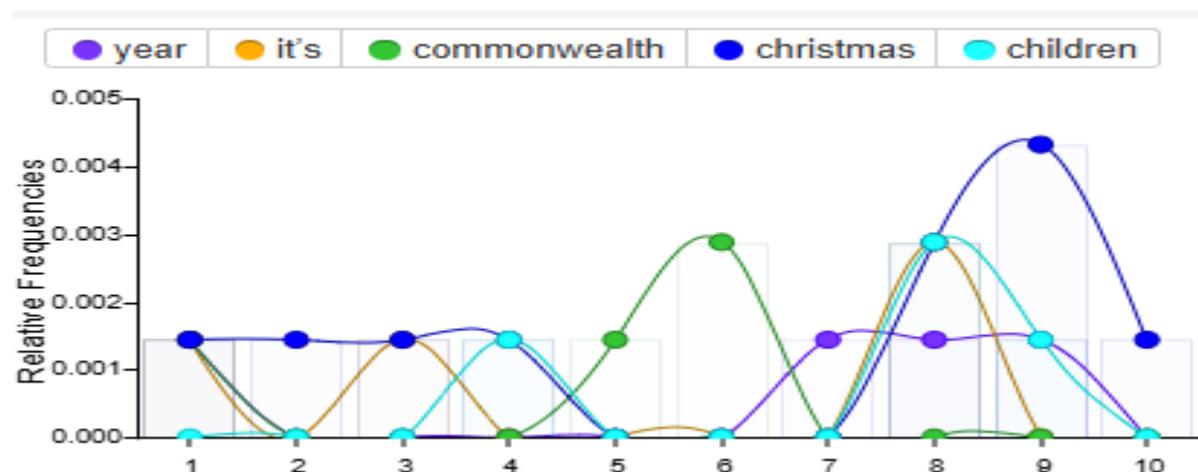


Figure 4.2 Trends. Last Christmas greeting (2021)

In the trends graph for the last Christmas speech, the word *christmas* has the highest frequency. The words *commonwealth* and *children* demonstrate a similar level of occurrence. All other words—*year*, *celebrate*, *joy*, and *it's*—appear with relatively equal frequency.

Comparing the trends of the first and last Christmas greetings, it is noticeable that the word *christmas* dominates the 1952 speech, with two clear peaks at the beginning and near the middle of the text. This emphasises the importance of Christmas as the framing theme of the speech. The word *shall* also stands out for its high frequency in the central part of the speech. Its meaning conveys formality and obligation, in keeping with the tone of the address during the post-war reconstruction period. The word *day* shows a clear stability in the middle of the speech. *Strength* and *spirit* appear with less regularity and are concentrated closer to the middle of the speech, proclaiming the ideas of internal resilience and national unity. The word *pray* is present evenly, without peaks, indicating the significant religiousness of the speech.

In the 2021 speech, the word *christmas* also retains the highest frequency, but unlike the 1952 speech, it peaks closer to the end, which creates an emotional intensification of the ending. *Children* and *commonwealth* have a similar level of frequency, but perform different functions: the former emphasizes the focus on family values, while the latter retains a reference to traditional monarchical themes. The word *joy* is one of the most emotionally colored words, and its appearance towards the end of the speech creates a sense of closure on a positive note. Furthermore, the word *it's* was introduced, which is a shortened form and indicates a more conversational style.

*Celebrate* and *year* show a gradual increase in frequency in the second half of the speech, reflecting the emphasis on summarizing and hoping for the future.

Overall, the trends show a gradual shift from the monarch's formal speech to an emotional and personal style.

**Conclusions and further research prospects.** A comparative corpus analysis of Queen Elizabeth II's first (1952) and last (2021) Christmas speeches reveals clear lexical changes that reflect the evolution of the monarch's rhetoric over nearly 70 years. The 1952 speech was dominated by formal and declarative vocabulary—*shall, strength, spirit, pray*—emphasising themes of duty, unity, and national resilience. In contrast, the 2021 speech was dominated by emotional words—*children, joy, celebrate, it's*—indicating a shift towards warmer language. Collocation and trend analysis also confirmed changes in lexical emphasis, showing a shift from abstract to more personal discourse. Further research could include analyzing the entire corpus of the Queen's Christmas speeches, comparing clearly defined periods.

#### REFERENCES

1. British National Corpus. Oxford University Computing Services.  
<http://www.natcorp.ox.ac.uk/>
2. International Corpus of English. (2020). ICE – The International Corpus of English project.  
<https://www.ice-corpora.uzh.ch/en.html>
3. Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2020). Speech and language processing (3rd ed.).  
<https://web.stanford.edu/~jurafsky/slp3/>
4. Onyshchenko, M.R. (2024). Queen Elizabeth Christmas addresses: Corpus analysis. *Mundus Philologiae*, (3). Retrived from  
<https://mundphil.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/37>
5. Voyant Tools. (n.d.) Voyant-tools.org. <https://voyant-tools.org>
6. Shao, L. (2024). Functional Discourse Analysis of Queen Elizabeth II's Speech in 2020. *International Journal of Education and Humanities*, 13(3), 68–72.  
<https://doi.org/10.54097/nd918322>

УДК 81.11

## ОСОБЛИВОСТІ ВИСОТИ ГОЛОСУ В ІНТЕРВ'Ю ЕЛІЗАБЕТ ХОЛМС

Юлія Папірна

студентка 6 курсу Факультету романо-германської філології

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

[yipapirna.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:yipapirna.frgf23m@kubg.edu.ua)

## VOICE PITCH PECULIARITIES IN ELIZABETH HOLMES' INTERVIEWS

Yuliia Papirna

6th year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University

[yipapirna.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:yipapirna.frgf23m@kubg.edu.ua)

*Статтю зосереджено на дослідженні висоти голосу як одного з ідентифікаторів обману та висвітленні особливостей використання заниженого тону на прикладі інтерв'ю Елізабет Холмс. Аналіз здійснено за допомогою програми PRAAT, а точніше скриптової мови, відомої як Prosogram. Даний скрипт уможливорює аналіз голосових файлів wav. та презентує отримані дані у візуальній формі профілю мовця. В результаті проведеного аналізу з'ясовано, що низка профілів демонструє тенденцію непослідовності у використанні тону між різними інтерв'ю та промовами. Водночас отримані дані також вказують на протилежний результат в межах одного інтерв'ю. В даному випадку мовець підтримує висоту свого голосу на відповідному рівні протягом всієї розмови з мінімальними коливаннями. Окрім того проведений аналіз також надає підстави стверджувати, що поведінка мовця не зумовлена статтю співрозмовника/-ці і спричинена іншими соціальними чинниками. Для подальшого дослідження запропоновано аналіз мовленнєвої поведінки та порівняння об'єкта дослідження (в нашому випадку висловлення Елізабет Холмс) з виступами інших відомих головних виконавчих директорів.*

**Ключові слова:** висота голосу, мовленнєва поведінка, Елізабет Холмс, Prosogram, профіль мовця

*This article focuses on the study of voice pitch as one of the identifiers of deception and highlights the peculiarities of using a lowered tone on the example of an interview with Elizabeth Holmes. The analysis was carried out using the PRAAT program, or rather a scripting language known as Prosogram based on it. This script enables the analysis of voice wav files and presents the data in the visual form of a speaker profile. As a result of the analysis, a number of profiles demonstrate a tendency of inconsistency in the use of tone between different interviews and speeches. At the same time, the data also shows the opposite result within the same interview. In this case, the speaker maintains the pitch of his voice at the same*

*level throughout the conversation with minimal fluctuations. In addition, the analysis also suggests that the speaker's behavior is not conditioned by the gender of the interlocutor and is caused by other social factors. For further research, we propose analysis of speech behavior and comparison of the subject of study (in our case Elizabeth Holmes' talks) with contemporary CEOs.*

**Key words:** *voice pitch, speaking patterns, Elizabeth Holmes, Prosogram, speaker's profile*

Introduction. Thus far the technology that we have now can predict the abnormal speaking patterns with the accuracy ranging from 80 to 90 % (Evans, 2018). However polygraph results could be manipulated, and therefore, are not admissible in court for this reason. Still people have this fascination regarding deception and its manifestations. They developed a number of methods that may increase the lie detection ratio by other means, including an analysis of subjects' behavior. That usually entails observing body language, gestures, facial expressions, etc or conducting experiments in controlled situations.

Problem Statement. Since the potential liar could be aware of their behaviour, they are able to predict and manipulate certain aspects of one. Therefore it is important to cover the possible change in consistency of person's speaking habits and trace those to indicate the possible pattern. In this case we will review the pitch aspect of lying in the case of Elizabeth Holmes speeches in particular. We suspect to observe inconsistencies in usage of speaking patterns, which is a direct result of cognitive load.

Analysis of the latest research and publications. High pitch, one of the vocal cues, is commonly an indicative of deceitful speech. The issue, however, is that in the case of Elizabeth Holmes, what we could actually hear is the opposite.

In the American Scientist article Casey A. et al. (2017) note that voice pitch is "an expression of physiology, not psychology". That being said any purposeful change of pitch might seem unnatural to the listener and therefore should be addressed by the speaker, if one intends to influence their core audience. This makes the case of Holmes particularly noteworthy, since she purposefully lowered her tone and pitch in order to sound more masculine. In the New York Times interview (2023), it is stated directly:

"In case you're wondering, Ms. Holmes speaks in a soft, slightly low, but totally unremarkable voice, no hint of the throaty contralto she used while running her defunct blood-testing start-up, Theranos."

Moreover, her family seems to acknowledge that fact as well (The NYT, 2023), as it is also reflected in the article with the following comments:

– "...even Mr. Evans agrees, the voice was real weird."

- “That would be crazy, if she answered the door and said, ‘Hi. I’m Elizabeth Holmes,” Mr. Evans said, imitating the voice. Ms. Holmes let out the slightest of giggles from the back seat.”

The possible rationale for using a deeper pitch could be creating an image of a person in power. For example, Mayew et al. (2013) present the correlation between a lower pitch and success on the labour market. They state that males with a deeper voice are more likely to get and retain a job in larger firms.

According to Klofstad (2012), people tend to opt for a person with a lower voice when it comes to someone in charge; that goes for officials or other leadership positions. It is not limited to gender specifically, since participants preferred someone with a lower pitch, whether that was male or female.

Quite the opposite idea was presented in Midam Kim’s paper (2022). She claims that the lower pitch did not produce a desirable outcome in the audience perception, because of the different expectations people hold for women.

“Low pitch is an auditory cue that has been expected of men leaders. So, first of all, people have not had many experiences with women leadership – so it’s hard to apply the same auditory expectation for women leaders” (Kim, 2022).

From this we can assume that both listeners and speakers have the preconceived idea of the way lie may look or sound like. This leads us to the fact that some people might exploit this belief. According to Loy et al. (2018) liars have an understanding of the works of deception and are thereby able to manipulate those to an extent. Still, in their findings, they present the following: “Guessers’ impressions about lying reflect the cognitive hypothesis, where producing untrue utterances requires additional mental effort, resulting in cue behaviours indicative of this load (Sporer & Schwandt, 2006; Vrij, 2000).”

Purpose. The article aims to trace the changes in pitch and define possible factors that may or may not affect the pitch of the speaker.

Results. In this study we rely on perceivable fluctuations and changes in pitch and a Prosogram script to showcase prosody. The latter is a script of PRAAT, a model designed to capture and visualize the pitch variations. It presents a visual profile of a speaker to which we will refer further (Prosogram, n.d.).

In order to cover the apparent differences in pitch, we used a generated speaker profile with the help of a Prosogram script. For this analysis we used different interviews and promo videos that featured Elizabeth Holmes. The video samples were segmented and converted into wav. files for further analysis. Some of the parts were abridged to separate the speaker from the other noise (e.g., the interviewer talking and interrupting). Prosogram provides two values which are used to measure

the range of pitch: semitones (ST) and Hertz (Hz). However, we will refer to Hz for convenience and to avoid further confusion.

The profiles below are based on videos claiming to capture Elizabeth's real voice. Those are from her earlier speeches (posted in 2013) and one of the last public appearances before the WSJ exposé publication (posted in 2015) (Figure 1).

Pitch Range (after stylization)			Pitch Range (after stylization)		
	ST	Hz		ST	Hz
range (span)	11.1		range (span)	13.6	
top	97.2	275	top	98.3	293
mean	89.7	180	mean	90.5	188
median	89.1	172	median	90.0	181
bottom	86.2	145	bottom	84.7	133
stddev	2.76	38.43	stddev	3.01	38.08

Figure 1 speaking profiles based on Elizabeth Holmes' speeches (with perceivable higher pitch 2013, 2015)

In Figure 1, the mean for the pitch ranges from 180 to 188 Hz. It correlates with the average mean for a female speaking voice, which is around 200-220 Hz (Berg et al., 2016), albeit still being on the lower end. In addition to this, the similarity of this data may suggest that the voice remains consistent. The consistency, in turn, leads us to believe that the pitch produced might be real or close to the real range of Holmes, especially taking into account the difference in time of recording. However, it highly contrasts with Figure 2 presented below. In this instance, the profile was created from the promotional video for the Theranos company (2014). Here, the mean is around 150, and although it does not seem significant, perceptibly, the contrast is apparent, especially taking into account the lowest value of 96 Hz.

Pitch Range (after stylization)		
	ST	Hz
range (span)	12.7	
top	91.7	200
mean	86.5	150
median	86.9	151
bottom	79.0	96
stddev	2.81	26.89

Figure 2 Better Blood Test Experience - Theranos 2014 (speaking profile)

To compare, the mean for the average male speaking voice is at 100-120 Hz. Although the speaker does not reach that low pitch-wise, we can observe a proclivity that is manifested in the recordings. The mean however might fluctuate depending on a number of factors such as age, lifestyle, voice

intensity (whether a speaker is using a shouting or conversational voice), smoking status, etc. (Berg et al., 2016).

Therefore, to assess the general picture further, other interviews were analyzed. It seemed reasonable to juxtapose Elizabeth Holmes with her interlocutors. It was done with intention to check whether gender of interviewer had any effect on her speaking patterns. In the following examples, samples were compared to male (WSJ, 2015) and female (Fortune Magazine 2014, 2015) interviewers. Those samples were cut to match the speaking time for each subject.

Pitch Range (after stylization)			Pitch Range (after stylization)		
	ST	Hz		ST	Hz
range (span)	16.6		range (span)	10.8	
top	97.7	282	top	84.1	129
mean	88.0	165	mean	77.8	90
median	87.6	158	median	77.3	87
bottom	81.1	108	bottom	73.3	69
stddev	3.54	37.94	stddev	2.50	14.45

Figure 3 WSJ, 2015 on the left Elizabeth Holmes, on the right male interviewer (speaker profiles) The figures above are from the Wall Street Journal interview and show the difference in pitch range between the two interlocutors. The male interviewer has the lowest register of all presented samples in this section, with a mean of 90 Hz. Elizabeth Holmes, on the other hand, has a mean of 165 Hz. The point of interest here, however, is the highest point of 282 Hz. This point indicates an emphatic stress, which is a typical pattern for Elizabeth Holmes' interviews.

Pitch Range (after stylization)			Pitch Range (after stylization)		
	ST	Hz		ST	Hz
range (span)	13.7		range (span)	22.4	
top	94.1	229	top	98.9	303
mean	85.8	143	mean	88.6	171
median	85.2	137	median	87.9	160
bottom	80.3	104	bottom	76.5	83
stddev	3.09	30.70	stddev	4.09	44.49

Figure 4 Fortune Magazine 2014 Elizabeth Holmes on the left, female interviewer on the right

The samples presented above are from Fortune Magazine (2014) with a female interviewer. The other speaker has a relatively lower voice, yet the contrast between the interviewer and Elizabeth Holmes' pitch is perceivable and is reflected in the figures above. In addition to this we can trace the fluctuation of voice. Those were less distinct in comparison to the data provided previously. During the interview the voice of the subject (Elizabeth Holmes) was relatively monotonous, and it did not reach the highest points as she used to.



Everything mentioned above thus far deals with the patterns throughout her active career as entrepreneur. So, to further the idea, we decided to take several segments from the same interviews to trace the consistency in pitch within one recording as well. The figure below presents three separate samples of Elizabeth Holmes from the beginning, middle, and end of the CHM Revolutionaries conversation. The data is presented in order.

Pitch Range (after stylization)			Pitch Range (after stylization)			Pitch Range (after stylization)		
	ST	Hz		ST	Hz		ST	Hz
range (span)	15.0		range (span)	13.6		range (span)	13.4	
top	94.2	230	top	93.5	222	top	90.1	182
mean	83.6	126	mean	84.3	132	mean	84.1	129
median	83.2	122	median	83.9	127	median	83.9	127
bottom	79.1	97	bottom	79.9	101	bottom	76.7	84
stddev	2.78	24.77	stddev	2.95	29.59	stddev	2.44	18.57

Figure 5 CHM 2014 (Elizabeth Holmes' speaker profile)

The data from profiles above shows that the voice pitch remains overall consistent with a mean of 126 Hz (beginning), 132 Hz (middle) and 129 Hz (end) with the minor fluctuations for the top figures. It contrasts with the data from other interviews where Elizabeth Holmes' pitch may range drastically.

Conclusions and further research prospects.

From the obtained results we may conclude that our initial expectation of spotting inconsistencies in pitch change are partially confirmed. The changes are significant when comparing the data from different sources (interviews). The change of voice is not attributed to aging since the observed fluctuations appear on different occasions from multiple time-frames. Nonetheless the data from Figure 5 also presents an opposite result. The subject is able to maintain the consistent pitch that may suggest a little effect of cognitive load in this aspect in particular. In addition to this we can state that gender of the interlocutor has no effect on the change of pitch. It is open to speculation whether Elizabeth Holmes was governed by any socioeconomic factors in that regard.

For further research we would like to expand to more comparative analysis, where as we did with interlocutors we juxtapose our subject to other figures of interest. In this case it would be an infamous ex-CEO of FTX Sam Bankman-Fried, that will or will not show a distinction in speaking patterns. It is also our intention to continue the work on other prosodic features with the help of Prosogram script providing more detail on other slight changes in stress, rhythm, intonation, etc.

## REFERENCES

1. Berg, M., Fuchs, M., Wirkner, K., Loeffler, M., Engel, C., & Berger, T. (2016). The speaking voice in the general population: normative data and associations to sociodemographic and

- lifestyle factors. *Journal of Voice*, 31(2), 257.e13-257.e24.  
<https://doi.org/10.1016/j.jvoice.2016.06.001>
2. Computer History Museum. (2015, June 15). *CHM Revolutionaries: Theranos Founder & CEO Elizabeth Holmes in Conversation with Michael Krasny* [Video]. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=LeA7rCvohU>
3. Evans, B. G. (2018, October 4). *How credible are lie detector tests?*  
<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-45736631>
4. Fortune Magazine. (2014a, October 8). *Elizabeth Holmes Mission | Full Interview Fortune MPW* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=YecjzEScXqU>
5. Fortune Magazine. (2014b, December 8). *A conversation with Elizabeth Holmes at MPW Next Gen | Fortune* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vsSt-tiFuCQ>
6. *Hot Startup Theranos Has Struggled With Its Blood-Test Technology*. (2015, October 16). The Wall Street Journal. <https://www.wsj.com/articles/theranos-has-struggled-with-blood-tests-1444881901>
7. How voice pitch influences our choice of leaders. (2017, August 10). American Scientist.  
<https://www.americanscientist.org/article/how-voice-pitch-influences-our-choice-of-leaders>
8. Kim, M. (2022). Think leader, think Deep voice? CEO voice pitch and gender. *Academy of Management Proceedings*, 2022(1). <https://doi.org/10.5465/ambpp.2022.17778abstract>
9. Klofstad, C. A., Anderson, R. C., & Peters, S. (2012). Sounds like a winner: voice pitch influences perception of leadership capacity in both men and women. *Proceedings of the Royal Society B Biological Sciences*, 279(1738), 2698–2704. <https://doi.org/10.1098/rspb.2012.0311>
10. *Liz Holmes Wants You to Forget About Elizabeth*. (2023, May 7). The New York Times.  
<https://www.nytimes.com/2023/05/07/business/elizabeth-holmes-theranos-interview.html>
11. Loy, J. E., Rohde, H., & Corley, M. (2018). Cues to Lying May be Deceptive: Speaker and Listener Behaviour in an Interactive Game of Deception. *Journal of Cognition*, 1(1).  
<https://doi.org/10.5334/joc.46>
12. Mayew, W. J., Parsons, C. A., & Venkatachalam, M. (2013). Voice pitch and the labor market success of male chief executive officers. *Evolution and Human Behavior*, 34(4), 243–248.  
<https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2013.03.001>
13. *Prosogram*. (n.d.). <https://sites.google.com/site/prosogram/home>
14. Sporer, S. L., & Schwandt, B. (2007). Moderators of nonverbal indicators of deception: A meta-analytic synthesis. *Psychology Public Policy and Law*, 13(1), 1–34.  
<https://doi.org/10.1037/1076-8971.13.1.1>
15. The Wall Street Journal. (2015, October 21). *Theranos CEO Holmes: Company uses its own technology* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=MBs-oj7U-bo>

УДК 811.111

**ВИСВІТЛЕННЯ CLIMATE CRISIS У ГАЗЕТИ «THE GUARDIAN»**

**Ковтун Вікторія Валентинівна**

студентка 6 курсу Факультету романо-германської філології

Київський Столичний Університет імені Бориса Грінченка

[vvkovtun.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:vvkovtun.frgf23m@kubg.edu.ua)

**LEXICAL PATTERNS IN CLIMATE CRISIS REPORTING IN «THE GUARDIAN»**

**Kovtun Viktoriia Valentynivna**

6<sup>th</sup> year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University

[vvkovtun.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:vvkovtun.frgf23m@kubg.edu.ua)

*The article is devoted to the analysis of lexical patterns used in the coverage of the climate crisis in the materials of the British newspaper «The Guardian», known for its active involvement in environmental issues. The study focuses on how the choice of words, phraseological constructions and semantic structures affect the perception of the problem of climate change by readers, as well as the formation of public opinion about this crisis.*

*The article carried out a corpus analysis of texts published in «The Guardian» for the period from 2024 to 2025 to identify the dominant lexical units used to describe climate change, its consequences and possible solutions. The results of the study show that «The Guardian» uses a wide range of lexical devices to increase attention to the climate crisis, in particular by dramatizing the consequences and emphasizing the urgency of action. At the same time, the newspaper avoids oversimplification of the problem, offering readers scientifically sound terminology and a balanced approach to presenting both catastrophic scenarios and opportunities for overcoming them. There is also a tendency to use inclusive vocabulary, which emphasizes the global nature of the problem and involves different social groups in the dialogue.*

*It is concluded that the lexical patterns of «The Guardian» play a key role in shaping the climate discourse, contributing to increasing environmental awareness and motivation for action. The study emphasizes the importance of the media in constructing public perception of the climate crisis.*

**Key words:** *environmental discourse, media, lexical patterns, noun, adjective, verb, corpus linguistics, climate crisis*

*Стаття присвячена аналізу лексичних моделей, що використовуються у висвітленні кліматичної кризи в матеріалах британської газети «The Guardian», відомої своєю*

активною діяльністю в екологічних питаннях. Дослідження зосереджене на тому, як вибір слів, фразеологічних конструкцій та семантичних структур впливає на сприйняття проблеми зміни клімату читачами, а також на формування громадської думки щодо цієї кризи.

У статті проведено корпусний аналіз текстів, опублікованих у «The Guardian» за період з 2024 по 2025 рік, з метою виявлення домінуючих лексичних одиниць, що використовуються для опису зміни клімату, її наслідків та можливих шляхів вирішення. Результати дослідження показують, що «The Guardian» використовує широкий спектр лексичних засобів для посилення уваги до кліматичної кризи, зокрема шляхом драматизації наслідків та підкреслення необхідності термінових дій. Водночас газета уникає спрощення проблеми, пропонує читачам науково обґрунтовану термінологію та збалансований підхід до представлення як катастрофічних сценаріїв, так і можливостей їх подолання. Також спостерігається тенденція до використання інклюзивної лексики, яка підкреслює глобальний характер проблеми та залучає до діалогу різні соціальні групи.

Зроблено висновок, що лексичні моделі «The Guardian» відіграють ключову роль у формуванні кліматичного дискурсу, сприяючи підвищенню екологічної обізнаності та мотивації до дій. У дослідженні підкреслюється важливість ЗМІ у формуванні суспільного сприйняття кліматичної кризи.

**Ключові слова:** екологічний дискурс, медіа, лексичні моделі, іменник, прикметник, дієслово, корпусна лінгвістика, криза клімату

**Introduction:** The study of lexical patterns associated with the coverage of the environmental crisis in the British press is relevant for several reasons, which include linguistic, social, cultural and political aspects. In today's world, where the problems of climate change, environmental pollution, biodiversity loss and other environmental challenges are gaining global importance, the media play a key role in shaping public opinion, determining policy priorities and mobilizing public activity. The British press, as one of the most influential media sectors in the world, is an important object for analysis, since its lexical patterns reflect not only linguistic trends but also wider ideological, economic and cultural contexts.

The aim of the article: is to investigate lexical patterns in climate crisis reporting in «The Guardian».

**Theoretical background:** Language plays a crucial role in shaping public perceptions of environmental issues, particularly through the use of metaphors and lexical framing in media. The way environmental crises are articulated can significantly influence audience engagement, either

fostering proactive responses or inducing apathy. This response will explore the impact of lexical patterns in the British press on public interpretation of environmental crises. The media often employs metaphors like «climate war» or «climate catastrophe» which evoke urgency and a call to action, framing the climate crisis as a battle that requires immediate attention. (Neagu, 2023)

The use of language in media narratives about climate change significantly influences public perception and emotional responses. Metaphors such as «climate war» and «climate catastrophe» along with emotionally charged terms like «crisis» and «hope,» shape how individuals engage with the issue. This linguistic framing can either galvanize action or foster apathy, depending on the narrative constructed by the media. Terms like «crisis» and «destruction» evoke strong emotional responses, which can mobilize public sentiment towards action or, conversely, lead to feelings of helplessness (Kang, 2023)

The British press, with its diverse ideological spectrum, plays a significant role in shaping public discourse on environmental issues. Publications like «The Guardian» and «The Daily Telegraph» not only differ in their political leanings but also in how they frame and report on climate activism. Analyzing lexical patterns in their coverage can illuminate the impact of these ideological differences on public perception and understanding of environmental crises. Different newspapers utilize distinct framing strategies, which can influence how environmental issues are perceived by the public. For instance, the framing of climate change has evolved over decades, reflecting broader ideological shifts. (Mateu & Domínguez, 2019)

The study of lexical patterns in environmental discourse reveals significant shifts in how the media frames ecological issues, reflecting broader societal changes and scientific advancements. Over time, terminology has evolved from phrases like «global warming» to more urgent expressions such as «climate crisis,» indicating a heightened awareness of environmental challenges and the necessity for immediate action. (Jabeen, 2024) This evolution can be analyzed through various frameworks, highlighting the media's role in shaping public perception and policy.

The study of lexical patterns in the British press reveals how media discourse adapts to new challenges, such as environmental activism and the influence of youth leaders like Greta Thunberg. This adaptation is evident in the evolving language and framing strategies used to discuss environmental issues. The press, divided along ideological lines, reflects different approaches to these topics, with conservative outlets often focusing on economic aspects and liberal ones on moral imperatives. This dynamic is crucial for understanding the socio-cultural impact of environmental discourse in the UK. The following sections explore these aspects in detail. The UK press has shown significant shifts in climate change discourse from 2003 to 2019, with an initial prevalence of advocacy followed by the inclusion of climate sceptic voices post-2008, and a recent increase in public engagement (Gillings & Dayrell, 2023)

Lexical pattern analysis can reveal how the media contribute to or counteract the polarization of society on environmental issues. This is particularly relevant in the context of disinformation and climate scepticism, which are still present in some segments of the British press. The study can help identify strategies used to persuade audiences, as well as identify potential manipulative techniques.

«The Guardian» is one of the world's leading newspapers to actively cover the climate crisis, using language that reflects the seriousness and urgency of the issue. In 2019, «The Guardian» officially updated its style guide, replacing «*climate change*» with the more urgent «*climate crisis*», «*climate emergency*» or «*climate breakdown*» and «*global warming*» with «*global heating*». These changes have affected its vocabulary, including the use of terms that emphasize the scale, consequences, and emotional weight of climate issues.

**Methods:** The study of lexical patterns of environmental crisis in the British press using corpus analysis and discourse analysis provides a multifaceted understanding of how the media shapes public perceptions of environmental issues. Corpus analysis provides a quantitative basis by identifying the frequency and contexts of word use, while discourse analysis reveals the ideological and cultural meanings behind these patterns. The combination of these methods is particularly effective, as it combines the scalability and objectivity of qualitative analysis with the depth of qualitative analysis.

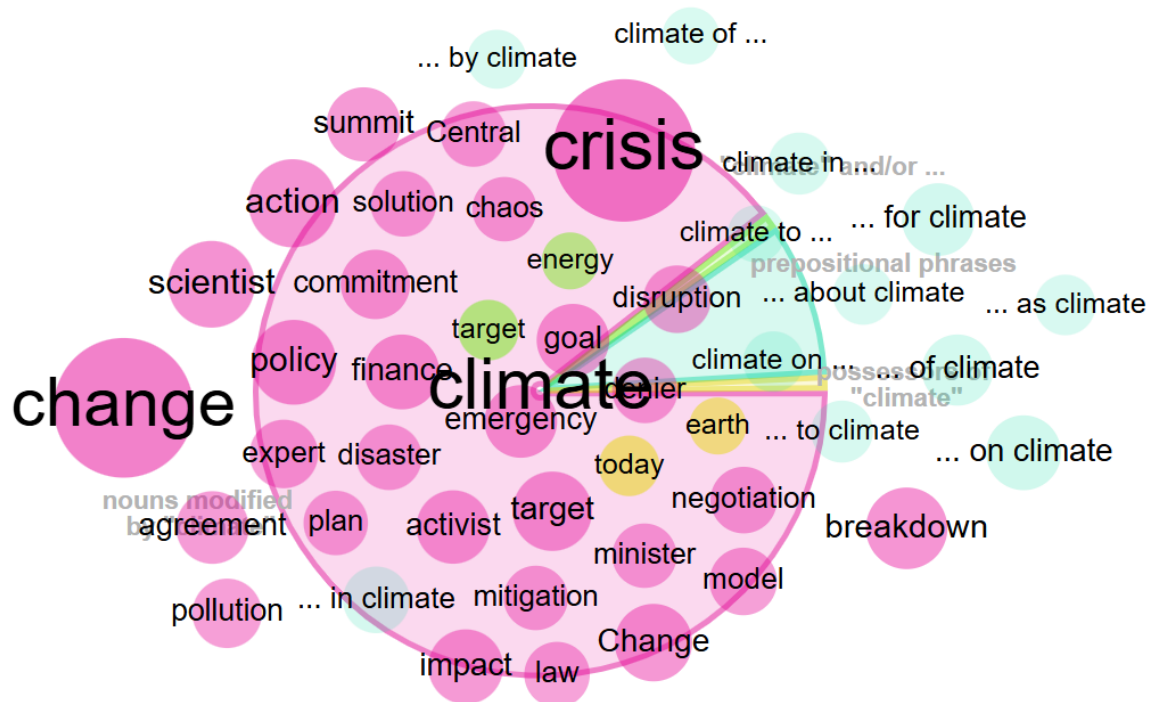
**Results and Discussion:** «The Guardian» focuses on scientific facts, political debates and the humanitarian consequences of the climate crisis, so nouns like *climate*, *emissions*, *people* and *justice* is the basis of the narrative. Nouns such as *flood*, *heatwave* and *refugee*, evoke strong emotions, which is in keeping with the style of «The Guardian», which seeks to motivate readers to action. Terms as *carbon*, *temperature* and *emissions* reflect reliance on IPCC reports and other scientific sources that are frequently cited in articles. Nouns *agreement*, *policy* and *government* reflect the active coverage of international climate negotiations such as the COP.

The frequency of nouns in «The Guardian» articles on the climate crisis was calculated using the Sketch Engine. To identify the most common nouns used to refer to the climate crisis, key semantic categories that dominate such articles were identified. The nouns were analyzed by frequency of use and their role in conveying the main ideas of the climate crisis. Below are the main semantic groups of nouns that are most frequently found in «The Guardian» articles on the climate crisis.

1. Climate and environment. This category includes nouns that describe the climate system, natural processes and their changes. They are the basis for explaining the problem of the climate crisis.

*Climate* – the central concept used in phrases like *climate change*, *climate crisis*, *climate emergency*. During the study, 2946 instances of this word were recorded. (Picture 1) Some of these

examples are: *«Visits to Japan's only Shinto weather shrine surge as climate crisis bites Amid the hustle and bustle of Tokyo, the Kisho Jinja weather shrine has become a destination for a new and unusual kind of pilgrimage», «Daishin Kontani, a priest and certified weather forecaster at the shrine, says the number of worshippers concerned about the climate crisis and praying for stable weather seems to have increased over the past two to three years».* (Climate Crisis | the Guardian).



Picture 2. The n-gram of *climate* in the corpus

*Temperature* – is often mentioned in the context of global warming or extreme weather conditions. The study recorded 772 instances of this word. For example: «*Amid spiking temperatures last summer, 340,000 unionized UPS workers made heat a key issue during labor negotiations with their employer*», «*The latter can lower vehicle floor temperatures by 17F, the company says.*» (*Climate Crisis | the Guardian*).

*Emissions.* The study recorded 883 instances of this word. This noun is usually used in the form *carbon emissions* or *greenhouse gas emissions*. For example: «Susana Muhamad, who will be president of the UN biodiversity summit in Cali in October, said that a singular focus on cutting carbon emissions while failing to restore and protect natural ecosystems would be «dangerous for humanity» and risk societal collapse « and «The report's authors stress that the most urgent action government can take is reducing greenhouse gas emissions». (Climate Crisis | the Guardian).

**Carbon.** This noun is used in terms of *carbon dioxide (CO2)*, *carbon footprint*, *carbon neutrality*. During the study, 173 cases of this word were recorded. For example: «*It's a creative way to connect tourists to the place they're in, but it all underlines how hard it is to truly mitigate your carbon footprint as a tourist: cycling through Copenhagen won't make a lot of difference if you arrived there by plane*», «*The state must establish strong political constraints forcing the fossil fuel*



industry to reduce its carbon footprint and pay for the damage already caused.» (Climate Crisis | the Guardian).

2. Natural phenomena and disasters. These nouns describe the effects of the climate crisis, which are often the focus of reporting.

*Heat.* This noun is a general term for describing nature and its state. During the study, 15 instances of this word were recorded. For example: «*I'm seriously willing to try almost anything to mitigate heat issues,*» he said.», «*Pacic, who is also a union steward, says these lengths help him to avert heat exhaustion, but the sweltering summer temperatures still take a toll.*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Storm.* The study recorded 256 instances of this word. This noun is used in the context of hurricanes or tropical storms. For example: «*This school in the district of Calliaqua is one of 20 on the country's mainland, St Vincent, which were converted into shelters for those displaced by Hurricane Beryl, the category 4 storm which tore through the region in early July with winds of up to 120mph (193km/h)*», «*But many in the shelters remain trapped in the horror of the storm , reliving those hours of terror.*», «*Before the storm , islanders had depended on rainwater harvested from galvanised steel roofs, but most of them were damaged in the storm, and most storage tanks were blown away, said Marion Isaacs, a community leader and president of the grassroots collective.*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Flood.* This noun is used to describe disasters caused by climate change. The study recorded 244 instances of this word. For example: «*Within the last three years, the country has been hit by devastating floods , landslides, wildfires, record-breaking heatwaves and the collapse of a glacier in the Dolomites which killed 11 hikers.*», «*Loss and damage The impact of the climate crisis on poor countries is increasingly apparent in the form of devastating floods , long-running droughts and fiercer storms.*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Wildfire.* The study found 480 instances of this word. This noun is often mentioned in articles about Australia, California, or Europe. For example: «*In the past month, it said more than half of the wildfires in the north of had been extinguished or brought under control*», «*The Canadian Broadcasting Corporation is active wildfires in Canada, and the cumulative area burned.*» (Climate Crisis | the Guardian).

3. Policies, agreements, and actions. This group includes nouns related to international efforts, politics, and activism.

*Agreement.* This noun is most often used in the context of the Paris Agreement. The study recorded 355 instances of this word. For example: «*John Cashion, a UPS mechanic in Texas's Fort Worth area, said he thinks UPS prepared for its agreement to purchase air conditioned vans ahead of time – by buying more vehicles ahead of negotiations.*» (Climate Crisis | the Guardian). .

*Policy.* This noun is used to describe government or international strategies. The study recorded 286 instances of this word. For example: «*And if an employee shows signs of heat related illness, our policy is to immediately seek medical attention,*» Mayer said.» (Climate Crisis | the Guardian).

*Action.* This noun is used in phrases such as *climate action* or calls for change. The study found 270 instances of this word. For example: «*And we take corrective action when we become aware that a policy is not being followed.*», «*Unless we get on top of climate change, unless we start getting coordinated action to adapting to climate impacts in the alpine, we're going to see some negative impacts,*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Government.* This noun is often mentioned in the context of responsibility or inaction. During the study, 240 instances of this word were recorded. For example: «*Governments must prioritize renewable energy to combat the crisis*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Activism.* This noun is associated with environmental movements such as Extinction Rebellion or Greta Thunberg's speeches in the analyzed articles. The study recorded 224 instances of this word. For example: «*But a parliament officially accusing the institution of 'undue judicial activism ' sends a different, problematic message.*» (Climate Crisis | the Guardian).

4. Social and humanitarian impacts. These nouns reflect the impact of the climate crisis on people and society, which is an important focus of «The Guardian» because of their focus on climate justice.

*People.* A general term for those affected by climate change. The study recorded 954 instances of this word being used. For example: «*I think a lot of people read about the contract last summer and now they think UPS drivers have AC,*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Community.* This noun is used for local groups that are affected by climate change. The study recorded 38 instances of this word. For example: «*Indigenous communities are on the frontline of the climate crisis*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Justice.* This noun is used in the phrase *climate justice*. The study recorded 15 instances of this word. For example: «*which reference or relate in any way to climate change, 'greenhouse gas' [sic] emissions, racial equity, gender identity, 'diversity, equity and inclusion' goals, environmental justice or the Justice40 initiative*»(Climate Crisis | the Guardian).

*Health.* This noun is used in articles related to the impact of climate change on physical and mental health. The study recorded 8 instances of this word. For example: «*But the , published in the Lancet Public Health , found that the death toll would respond slowly to warming weather and may even rise through people growing older and more vulnerable to dangerous temperatures.*» (Climate Crisis | the Guardian).

5. Energy and industry. The nouns in this group reflect the causes of the climate crisis and ways to solve it.

*Energy*. This noun is used in the context of *renewable energy* or *fossil fuel*. During the study, 30 instances of this word were recorded. For example: «*The Act 1.5 festival is enacting the recommendations of the report, and will address the key emissions areas of transport, food, energy and waste.*». (Climate Crisis | the Guardian).

*Fuel*. This noun is most often used in the term *fossil fuel*. During the study, 19 instances of this word were recorded. For example: «*Dozens of have been reported at the site – where millions of battery cells are also produced – including leaks or spills of diesel fuel , paint and aluminium.*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Industry*. This noun is used to describe sectors that cause emissions. The study recorded 17 instances of this word. For example: «*Massive Attack castigate music industry over climate inaction: 'We don't need to talk.*», «*am Beaver, policy lead at Protect Our Winters, said alpine communities and industries needed more government support to adapt and become less reliant on shrinking snowfields.*» (Climate Crisis | the Guardian).

The frequency of verbs in «The Guardian» articles on the climate crisis was calculated using the Sketch Engine. Based on corpus studies, several categories of verbs can be identified that dominate such texts.

1. Action verbs (dynamic verbs). These verbs indicate specific actions that people, governments, organizations or activists take. They are often used in the active or passive voice to emphasize responsibility or initiative.

*Reduce*. One of the most common verbs in climate articles, as it is related to reducing emissions, energy consumption or waste. During the study, 269 instances of this word were recorded: «*Governments must reduce carbon emissions by 45% by 2030 to meet Paris Agreement targets*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Act*. Used to call for action or describe initiatives. During the study, 110 instances of this word were recorded: «*We need to act urgently to prevent catastrophic climate change*» (Climate Crisis | the Guardian). The verb has a strong imperative tone, which matches the tone of «The Guardian» regarding urgency.

*Cut*. Similar to reduction, but has a more abrupt, decisive tone. During the study, 49 instances of this word were recorded: «*The UK plans to cut fossil fuel subsidies to meet net-zero goals*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Adapt*. Reflects actions aimed at adapting to the effects of climate change. During the study, 46 instances of this word were recorded. «*Coastal cities are adapting to rising sea levels with new infrastructure*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Mitigate*. Used in the context of reducing the impact of climate change. During the study, 31 instances of this word were recorded. «*Reforestation projects help mitigate the effects of global warming*» (Climate Crisis | the Guardian).

2. Verbs describing processes (dynamic verbs). These verbs describe natural or anthropogenic processes related to the climate crisis and are often used in continuous tenses to emphasize duration.

*Rise*. Used to describe an increase in temperature, sea level, or emissions. During the study, 48 instances of this word were recorded: «*Global temperatures are rising at an unprecedented rate*» (Climate Crisis | the Guardian). This is a key verb to describe the main manifestation of the climate crisis.

*Increase*. Similar to rise, but more often used for quantitative indicators. During the study, 42 instances of this word were recorded.: «*Carbon dioxide levels have increased by 50% since the industrial revolution*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Worsen*. Describes negative changes in climate conditions or their consequences. During the study, 36 instances of this word were recorded: «*Extreme weather events are worsening due to climate change*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Threaten*. Used to emphasize the danger of climate change. During the study, 25 instances of this word were recorded: «*Rising sea levels threaten millions of people in low-lying areas*» (Climate Crisis | the Guardian).

3. State verbs (stative verbs). Stative verbs describe a state, feeling, or perception related to the climate crisis. They are less commonly used in long tenses, but are important for conveying the seriousness of a situation.

*Be*. The most versatile verb, used to describe facts, states, or characteristics. During the study, 114 instances of this word were recorded: «*Climate change is the defining challenge of our time*» (Climate Crisis | the Guardian). It is the basis for building complex constructions, especially in the passive voice (*is caused, is driven*).

*Seem*. Used to express uncertainty or subjective perception. During the study, 34 instances of this word were recorded: «*The impacts of climate change seem more severe than predicted*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Know*. Occurs in the context of scientific facts or public awareness. During the study, 28 instances of this word were recorded: «*Scientists know that human activity drives global warming*» (Climate Crisis | the Guardian).

4. Modal verbs. Modal verbs are often used to express necessity, possibility, or probability, which is typical of analytical and exhortative texts about climate.

*Must*. Emphasizes the need for action. During the study, 69 instances of this word were recorded: «*We must transition to renewable energy to avoid disaster*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Can.* Indicates possibilities or potential. During the study, 57 instances of this word were recorded: «*Solar power can provide a sustainable solution for energy needs*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Should.* Used for recommendations. During the study, 48 instances of this word were recorded: «*Governments should invest in green technologies*» (Climate Crisis | the Guardian).

5. Causal verbs. These verbs explain why climate change is occurring or its consequences.

*Cause.* Indicates the causes of climate change. During the study, 174 instances of this word were recorded: «*Burning fossil fuels causes a significant rise in greenhouse gases*» (Climate Crisis | the Guardian).

*Drive.* Similar to cause, but with an emphasis on the driving force. During the study, 143 instances of this word were recorded: «*Deforestation drives biodiversity loss and climate change*» (Climate Crisis | the Guardian).

**Conclusions:** «The Guardian» is a newspaper that actively covers the climate crisis, focusing on scientific, political, social and environmental aspects. Articles on the topic typically include scientific terms (e.g. climatology and ecology), political and economic concepts (regulation, agreements, emissions), social and humanitarian terms (population impacts, climate justice), and descriptions of natural phenomena and disasters.

The most common nouns in «The Guardian» articles on the climate crisis fall into five main categories: climate and environment (climate, emissions, carbon), natural phenomena (heatwave, flood, drought), policy and action (agreement, policy, action), social consequences (people, community, justice), and energy and industry (energy, fuel, technology). These terms reflect the newspaper's integrated approach to covering the climate crisis, combining science, politics and humanitarian aspects.

The most common adjectives in «The Guardian» articles on the climate crisis – urgent, catastrophic, extreme, unprecedented, devastating, dire and existential – reflect the newspaper's strategy of emphasising the urgency, scale and human consequences of the problem. These words not only convey scientific accuracy but also evoke an emotional response, prompting action.

The most common verbs in «The Guardian» articles on the climate crisis can be divided into several groups: actions: reduce, act, cut, adapt, mitigate, which reflect initiatives and calls; processes: rise, increase, worsen, threaten, which describe changes in nature; states: be, seem, know, which record facts or perceptions; modals: must, can, should, which express necessity or possibility; causality: cause, drive, contribute, which explain relationships.

## REFERENCES:

1. Neagu, M. (2023). CLIMATE CRISIS: ATTITUDE AND BEHAVIOUR THROUGH WORDS? SWS International Scientific Conference on Arts and Humanities. <https://doi.org/10.35603/sws.iscah.2023/fs11.19>
2. Kang, H. (2023). A study on the use of vocabulary on climate change and development of climate crisis discourse. Korean Language and Literature, 125, 35–58. <https://doi.org/10.21793/koreall.2023.125.35>
3. Mateu, A., & Domínguez, M. (2019). The green battle in the media: A framing analysis of environmental press coverage. Communication & Society, 32(4), 275–290. <https://doi.org/10.15581/003.32.4.275-290>
4. Jabeen, I. (2024). The Portrayal of Environmental Concerns: An Ecolinguistic Analysis of Media Discourse. World Journal of English Language, 14(5), 13. <https://doi.org/10.5430/wjel.v14n5p13>
5. Gillings, M., & Dayrell, C. (2023). Climate change in the UK press: Examining discourse fluctuation over time. Applied Linguistics, 45(1), 111–133. <https://doi.org/10.1093/applin/amad007>
6. Climate crisis | The Guardian. <https://www.theguardian.com/environment/climate-crisis>

**Порівняльний аналіз номінативного поля "Зброя" у творах жанру фентезі**

**Говорун Богдан Володимирович**, Київ, Україна

ORCID: 0009-0005-2512-0310

[hovorunbohdan@gmail.com](mailto:hovorunbohdan@gmail.com)

**Comparative Analysis of Nominative Field "Weapon" in Works of Fantasy Genre**

**Hovorun Bohdan**, Kyiv, Ukraine

ORCID: 0009-0005-2512-0310

[hovorunbohdan@gmail.com](mailto:hovorunbohdan@gmail.com)

*У статті здійснено порівняльний аналіз номінативного поля «Зброя» у творчості Дж. Р. Р. Толкіна та Джо Аберкромбі крізь призму когнітивної лінгвістики. Визначено основні характеристики концепту «простору-джерела» як важливого чинника у формуванні семантичної структури у фентезійному дискурсі. Проаналізовано культурно-міфологічні запозичення, що стали базисом для конструювання відповідних номінативних просторів. Особливу увагу приділено відмінностям у представленні магії та її впливу на семантичне навантаження зброї. Виділено ядро, медіальну зону та периферію номінативного поля.*

**Ключові слова:** номінативне поле, зброя, фентезі, простір-джерело, когнітивна лінгвістика, семантична структура, Толкін, Аберкромбі.

*The article provides a comparative analysis of the nominative field "Weapon" in the works of J.R.R. Tolkien and Joe Abercrombie through the prism of cognitive linguistics. The key features of the "source space" concept are defined as crucial elements in the formation of semantic structures in fantasy discourse. Cultural and mythological borrowings that served as the foundation for constructing the respective nominative spaces are analyzed. Special attention is paid to the differences in the representation of magic and its impact on the semantic significance of weaponry. The core, median zone, and periphery of the nominative field are identified.*

**Keywords:** nominative field, weapon, fantasy, source space, cognitive linguistics, semantic structure, Tolkien, Abercrombie.

## **Introduction**

Fantasy literature has long transcended its role as mere escapism, establishing itself as a powerful medium for exploring cultural archetypes, social structures, and philosophical ideas. One of the central semiotic elements within fantasy narratives is weaponry, which not only functions as a

physical tool but also serves as a symbol of identity, power, destiny, and moral alignment. Weapons often embody the ethos of entire civilizations within fictional worlds, carrying profound cultural and conceptual meanings.

In this context, the nominative field "Weapon" becomes a key object of study. It represents a semantic system that reflects both the linguistic organization of meaning and the deeper cognitive structures underpinning the fictional universe. The present research focuses on a comparative analysis of how J.R.R. Tolkien and Joe Abercrombie construct this field in their respective works, taking into account the influence of external cultural source spaces.

### **Problem Statement**

The formation of a nominative field within a literary text is not a random aggregation of lexemes but a structured phenomenon guided by cultural, historical, and cognitive factors. Authors of fantasy literature frequently draw upon real-world cultural models to imbue their fictional universes with depth and resonance. This phenomenon aligns with the concept of the "source space," whereby an existing conceptual domain informs the creation of new, fictional constructs.

Thus, the central problem addressed in this study is how Tolkien and Abercrombie employ cultural, mythological, and historical source spaces to construct the nominative field "Weapon" and how these constructions reflect broader cognitive and semiotic patterns. Furthermore, the study seeks to reveal the specific linguistic and conceptual strategies used by the authors to differentiate moral alignments through the depiction of weaponry and magic.

### **Analysis of recent research and publications**

The study of nominative spaces and semantic fields has a rich and diverse theoretical background, deeply rooted in both Western linguistic traditions and post-Soviet cognitive frameworks.

In Western linguistics, the concept of the semantic field was extensively developed in the works of Trier (1931), Lyons (1977), and Cruse (1986). Jost Trier introduced the idea that words do not exist in isolation but form structured, interdependent systems where meanings are defined relationally. He emphasized that semantic change occurs not by altering isolated terms but by shifting entire semantic networks. John Lyons later built upon these ideas, defining semantic fields as sets of lexemes organized by paradigmatic and syntagmatic relations. Cruse further refined field theory, focusing on the nuanced relationships between lexical items and the mechanisms of meaning differentiation within a field.

The cognitive turn in linguistics, represented by scholars like George Lakoff and Mark Johnson (1980), shifted attention toward the conceptual and embodied bases of meaning. Lakoff's and Johnson's theory of conceptual metaphors posits that much of human understanding is metaphorical in nature, rooted in bodily experience and cultural models. Gilles Fauconnier (1985)



contributed significantly with his theory of mental spaces, suggesting that meaning construction involves dynamic mappings between different conceptual domains.

Within the post-Soviet linguistic tradition, notable contributions have been made by O.V. Zhabotynska and O.S. Kolesnyk. Zhabotynska emphasizes that nominative spaces are not mere lexical clusters but complex cognitive structures where cultural prototypes, evaluative attitudes, and pragmatic associations are deeply embedded. According to her, a nominative field reflects not only the systemic organization of lexemes but also the dynamic interaction between linguistic form and cultural cognition Source? Page number?. Kolesnyk (2010) highlights the role of cognitive categories and frame structures in organizing semantic fields, arguing that any nominative field functions as a fragment of the conceptual worldview of a linguistic community.

Research into nominative fields in literary texts shows that authors actively construct these spaces by selecting culturally salient elements from source spaces — historical, mythological, or ideological - and embedding them into fictional worlds. Gérard Genette's theory of transtextuality also supports this view by explaining how intertextual relationships and cultural borrowing shape new narrative structures.

Thus, the theoretical framework for studying the nominative field "Weapon" in fantasy literature must combine the insights of classical semantic field theory with modern cognitive and cultural approaches, recognizing the complex interplay between language, thought, and cultural memory.

The notion of the nominative field is closely tied to the broader concept of the nominative space, which reflects not merely the lexical inventory associated with a given concept but also the cognitive and cultural structures underpinning that inventory.

According to Zhabotynska (2004), a nominative space is "a fragment of a conceptual worldview represented in language by a system of lexemes, interconnected through associative, hierarchical, and categorical relations." It includes not only direct nominations of objects and phenomena but also evaluations, functional characteristics, emotional connotations, and symbolic associations.

The internal structure of a nominative field typically consists of three main zones:

- **The Core:** Lexemes that directly and unambiguously name the central concept and are most frequent in usage. In the case of the field "Weapon," examples would include *sword*, *spear*, *axe*, *shield*, and *bow*.
- **The Median Zone:** Terms that are slightly less central but closely related through functional or symbolic associations, such as *dagger*, *mace*, *staff*, or *crossbow*.

- **The Periphery:** Lexemes that are metaphorically or culturally linked to the central concept but are not weapons in the strict sense, for example, *knowledge* (as a weapon), *magic spells*, or even *deception*.

This zonal organization reflects not only linguistic frequency but also the cognitive salience and conceptual proximity to the central notion.

From a cognitive linguistic perspective, the structure of nominative spaces is governed by frames, prototypes, and image schemas. Frames, as described by Fillmore (1982), provide structured mental templates that organize experience and language. Prototypes, according to Rosch (1978), represent the most typical members of a category — for example, a *sword* would serve as a prototypical weapon in many cultures.

Furthermore, the dynamics of semantic fields involve constant interaction between the language system and the cultural experience of speakers. This view aligns with Lakoff's (1987) theory that categorization is not strictly taxonomic but based on perceived similarities, experiential salience, and cultural models.

In the context of fantasy literature, nominative spaces such as "Weapon" are often enriched with symbolic and mythopoetic layers, reflecting not only functional categorizations but also ideological, ethical, and cosmological structures. The selection of particular weapons, their naming, description, and narrative role are deeply influenced by the cultural source spaces from which the authors draw.

Thus, understanding the structure and cognitive foundations of nominative fields allows a more nuanced analysis of how fantasy authors like Tolkien and Abercrombie construct their fictional worlds and imbue them with cultural resonance.

### **Research Objectives and Methodology**

The main aim of this research is to compare the formation and structure of the nominative field "Weapon" in the works of J.R.R. Tolkien and Joe Abercrombie, analyzing the influence of cultural source spaces and cognitive strategies on the semantic organization of weapon-related terminology.

The methodology applied in this study includes:

- **Predictive Modeling:** Establishing the probable structure of the nominative field based on theoretical and empirical analysis.
- **Corpus Analysis:** Extraction and classification of lexemes related to weapons from primary texts using corpus analysis tools (AntConc).
- **Semantic Zonation:** Dividing the nominative field into three zones: core, median, and periphery, according to the frequency, centrality, and symbolic value of terms.

- **Cognitive Mapping:** Visualizing conceptual relations between lexemes to uncover underlying cultural models and metaphorical structures.
- **Contextual Analysis:** Analyzing the use of magical elements associated with weapons and their narrative functions to understand the moral and ideological coding within the texts.

The combination of these approaches allows for a comprehensive examination of the nominative field as both a linguistic and cognitive phenomenon in fantasy discourse.

### **Research Results**

The theoretical model of the nominative field "Weapon," with its core, median, and peripheral zones, finds vivid realization in the fictional worlds created by J.R.R. Tolkien and Joe Abercrombie. Each author constructs a distinct semantic and cognitive environment, shaped by different cultural source spaces, mythological influences, and ideological perspectives.

### **Tolkien's Perspective**

In Tolkien's legendarium, magic is tightly woven into the moral fabric of the universe. It is a tool that, depending on its wielder and intent, can either support the forces of good or serve evil purposes. Magical artifacts - such as swords that glow near orcs (*Sting*), enchanted phials (*Phial of Galadriel*), and even rings of power - are critical elements within the nominative field "Weapon." I wonder whether anything here is written by you? God forbid you have not read at least the LOTR trilogy.

Importantly, Tolkien distinguishes between different types of magical weaponry:

- Positive magical weapons: Artifacts used for protection, healing, and the maintenance of cosmic balance. For example, *Andúril* is not just a sword but a symbol of rightful kingship and hope.
- Corrupt magical weapons: Items that seduce, enslave, or destroy, such as the *One Ring*, which serves as both a literal and metaphorical weapon of domination.
- What about these “... It is a tool that, depending on its wielder and intent, can either support the forces of good or serve evil purposes”?

This moral dualism ensures that magic within Tolkien's world maintains a structured and ethically oriented place within the nominative field. Magical artifacts are typically embedded within traditional heroic quests and mythopoetic frameworks, where their use reflects broader cosmological battles between good and evil.

Thus, in Tolkien's nominative field "Weapon," magic operates not as an autonomous system but as an extension of moral order, integrated into the core and median zones according to its ethical valence.

### **Abercrombie's Perspective**

Joe Abercrombie, by contrast, presents magic as an inherently destabilizing and morally ambiguous force. In his First Law trilogy and related works, magic is portrayed as dangerous, corrupt, and often hidden behind layers of manipulation and secrecy.

Magical weapons and artifacts do exist in Abercrombie's world; however, they lack the clear moral dichotomy seen in Tolkien. Practitioners of the "High Art" — sorcerers such as Bayaz or Khalul — wield magic primarily for personal gain, political advantage, or survival. Magic is frequently depicted as a form of power that inevitably leads to corruption, alienation, and societal destabilization.

Examples include:

- Sorcerous interventions that alter political outcomes through covert manipulation rather than open conflict.
- Forbidden knowledge and ancient artifacts whose use results in widespread devastation without regard to ethical considerations.

In Abercrombie's nominative field "Weapon," magic occupies a peripheral but influential zone, interacting with physical weapons and political cunning to form a complex, amoral system of power. Unlike Tolkien, Abercrombie does not grant magic the aura of sacred duty or cosmic justice; instead, he treats it as one more tool in a fundamentally self-interested world.

Thus, while Tolkien's treatment of magical weaponry reinforces the mythological and ethical structure of his universe, Abercrombie's portrayal dismantles traditional moral categories, portraying magic as an instrument of pragmatic, and often cynical, power politics.

### **Tolkien's Approach to the Nominative Field "Weapon"**

J.R.R. Tolkien's construction of the nominative field "Weapon" in his legendarium is deeply rooted in multiple cultural and mythological source spaces:

— **Celtic** **Mythology** **and** **Worldview:**

The weapons of the Elves, such as finely crafted swords and ethereal bows, reflect a sacred and aesthetic approach to combat. These weapons are often described as light, shining, and imbued with natural or divine properties, emphasizing harmony with nature and elevated spiritual status. Examples

— **Anglo-Saxon** **Literary** **Tradition:**

The culture of Rohan, modeled closely on Anglo-Saxon England, features weaponry like spears, swords, and shields, characterized by loyalty, honor, and heroic individualism. The depiction draws clear parallels to the martial ethos found in *Beowulf*. Examples

— **Norse** **Cultural** **Models:**

Dwarvish weaponry — axes, hammers, heavy armor — embodies the Norse cultural attitude towards craftsmanship, durability, and brute strength. These weapons are practical, robust, and symbolic of resistance and resilience. Examples

— In Tolkien's narrative, weapons often bear names (*Andúril*, *Glamdring*, *Orcrist*) and histories, becoming almost sentient artifacts that carry legacy and destiny. The nominative field's **core** includes terms like sword, bow, axe, spear, shield, dagger, and staff.

An essential feature of Tolkien's treatment is the dichotomy between "good" and "evil" magic related to weapons:

- Good magic (e.g., Galadriel's gifts, Gandalf's staff) protects and heals.
- Evil magic (e.g., the One Ring) corrupts and dominates.

This moral polarization is tightly interwoven into the semantic network surrounding weaponry, reinforcing the ethical structures of Middle-earth.

### **Abercrombie's Approach to the Nominative Field "Weapon"**

Joe Abercrombie's portrayal of weaponry deviates sharply from Tolkien's idealized models, reflecting a grimdark, postmodern reimagining of fantasy tropes.

Abercrombie draws from diverse cultural source spaces:

- |   |                      |                |
|---|----------------------|----------------|
| — <b>Orientalist</b>  | <b>Stereotypes:</b>  |                |
| The Gurkish Empire evokes a distorted, exoticized view of Islamic cultures, featuring curved swords, scimitars, and the association of weaponry with cruelty and decadence.                               |                      |                |
| — <b>European</b>   | <b>Enlightenment</b> | <b>Models:</b> |
| The Union reflects 18th-century European military structures: standardized armies, muskets, cannons, and a bureaucratic view of warfare, where personal valor is often subordinated to systemic violence. |                      |                |
| — <b>Scandinavian-Scottish</b>  | <b>Fusion:</b>       |                |
| The North presents a brutal, chaotic combat culture blending Norse and Highland Scottish elements: axes, broadswords, rough iron weapons.   |                      |                |

Weapons in Abercrombie's world are primarily tools for personal survival and political ambition rather than noble symbols. Unlike Tolkien, Abercrombie seldom names weapons or attributes them mythical qualities; instead, weapons are presented realistically — worn, practical, and brutal.

The core of the nominative field includes swords, axes, daggers, bows, crossbows, cannons, and — metaphorically — knowledge and political cunning as instruments of power.

Magic in Abercrombie's universe is depicted as inherently corruptive, with no clear moral dichotomy. Practitioners of the "High Art" wield destructive powers for self-serving purposes, blurring the lines between heroism and villainy.

**Conclusions** The comparative study of the nominative field "Weapon" in the works of J.R.R. Tolkien and Joe Abercrombie reveals the profound role of cultural source spaces, cognitive structures, and ideological frameworks in the construction of fictional semantic fields.

Tolkien's legendarium exemplifies a mythopoetic approach where weapons are deeply embedded in the moral, historical, and cosmological fabric of Middle-earth. The core elements of his nominative field - swords, bows, axes - carry symbolic meanings tied to heritage, destiny, and the eternal struggle between good and evil. Magic, integrated into the weapon field, reinforces the dualistic ethical vision, distinguishing clearly between positive and corrupt artifacts.

Abercrombie, conversely, presents a cynical, deconstructed vision of the nominative field "Weapon." In his universe, weapons are tools of survival and domination, stripped of transcendent significance. Magic, instead of upholding cosmic order, serves as a corrupting, pragmatic force wielded for personal or political gain. Abercrombie's peripheral expansion of the field — incorporating manipulation, knowledge, and betrayal as metaphorical weapons — reflects the grimdark ethos of his narratives.

Thus, the nominative field "Weapon" operates not merely as a lexical cluster but as a cognitive and cultural construct reflecting each author's worldview. The application of cognitive linguistic theories, semantic field modeling, and cultural analysis allows for a more nuanced understanding of how fictional worlds are linguistically and conceptually structured.

#### REFERENCES

1. Fauconnier, G. (1985). *Mental spaces: Aspects of meaning construction in natural language*. MIT Press.
2. Genette, G. (1982). *Figures III*. New York: Columbia University Press.
3. Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
4. Lakoff, G. (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things*. University of Chicago Press.
5. Tolkien, J.R.R. (2019). *The Fellowship of the Ring*. Harper-Collins eBooks. <https://archive.org/details/j-r-r-tolkien-lord-of-the-rings-01-the-fellowship-of-the-ring-retail-pdf/page/221/mode/2up>
6. Abercrombie, J. (2006). *The First Law Trilogy*. Orbit Books. <https://archive.org/details/the-first-law-trilogy-boxed-set-by-abercrombie-joe-z-lib.org.epub/mode/2up>
7. Merriam-Webster. *Weapon*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/weapon>
8. Lyons, J. (1977). *Semantics*. Cambridge University Press.
9. Cruse, D. A. (1986). *Lexical Semantics*. Cambridge University Press.
10. Trier, J. (1931). *Der deutsche Wortschatz im Sinnbezirk des Verstandes*. Heidelberg: Winter.

**ВЕРБАЛЬНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ АМЕРИКАНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У  
ПЕРЕДВИБОРЧИХ ПРОМОВАХ КАМАЛИ ГАРРІС**

**Кувіка Єлизавета Сергіївна, Київ, Україна**

Студентка Факультету романо-германської філології  
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка  
[yskuvika.frgf23m@gmail.com](mailto:yskuvika.frgf23m@gmail.com)

**VERBAL REPRESENTATION OF AMERICAN IDENTITY IN KAMALA HARRIS'S  
CAMPAIGN SPEECHES**

**Kuvika Yelyzaveta Serhiivna, Kyiv, Ukraine**

[yskuvika.frgf23m@gmail.com](mailto:yskuvika.frgf23m@gmail.com)

*У статті розглянуто, як у політичних промовах віцепрезидентки США Камали Гарріс вербально формується образ американської національної ідентичності. Основною метою роботи є виявлення мовних та риторичних прийомів, за допомогою яких створюється інклюзивне бачення американської нації. Методологічною основою дослідження обрано критичний дискурс-аналіз у підходах Н. Ферклафа та Т. ван Дейка, а також використано риторичну модель Аристотеля (етос, пафос і логос). Аналіз охоплює тематичні напрями, вивчення риторичних засобів та особливості лексико-семантичної організації текстів промов Гарріс. Увага акцентується на таких вербальних стратегіях, як звернення до національних цінностей, інклюзивна мова, особисті історії, паралелізм і заклики до активної громадянської позиції.*

**Ключові слова:** національна ідентичність; американський політичний дискурс; вербальні стратегії; політична промова; Камала Гарріс; національні цінності; американський народ.

*The article examines how the image of American national identity is verbally formed in the political speeches of US Vice President Kamala Harris. The main goal of the work is to identify linguistic and rhetorical techniques that create an inclusive vision of the American nation. The methodological basis of the study is critical discourse analysis in the approaches of N. Fairclough and T. van Dijk, and Aristotle's rhetorical model (ethos, pathos, and logos) is used. The analysis covers thematic areas, the study of rhetorical devices, and the features of the lexical and semantic organization of Harris's speech texts. Attention is focused on such verbal strategies as appeal to national values, inclusive speech, personal stories, parallelism, and calls for an active civic position.*

**Keywords:** national identity; American political discourse; verbal strategies; political speech; Kamala Harris; national values; American people.

## **Вступ**

Проблематика національної ідентичності є однією з ключових у студіях з американського політичного дискурсу, в яких ідеали демократії, рівності та однакових можливостей органічно впливають зі складної історії та культурних та політичних отців-засновків США. У контексті американської політики XX-XXI ст. вербальні стратегії публічних осіб, спрямовані на формування й підтримання національної ідентичності набувають особливої уваги. У цьому дослідженні розглянуто вербальне конструювання американської національної ідентичності у політичній промові віце-президента Камали Гарріс. Її унікальна позиція — як першої жінки, першої афроамериканки та американки південноазійського походження на цій посаді становить особливий інтерес з погляду вербалізації зазначених вище національних цінностей американського народу.

Мета роботи — виявити лінгвістичні та риторичні прийоми, подані Гарріс, для створення образу американської національної ідентичності у її передвиборчих промовах. У дослідженні застосовано прийоми критичного дискурс-аналізу (CDA), розроблених Норманом Ферклафом та Тейуном ван Дейком. Особливу увагу приділено лексичним одиницям, метафорам, а також вживанні займенників та наративних структур, що формують спільну національну політичну ідентичність. Основний матеріал для аналізу — її передвиборчі промови, в яких ми знаходимо синтез всіх трьох риторичних засобів.

## **Методологія**

Сучасне суспільство стикається з численними соціальними викликами, які мають суттєвий негативний вплив на всі його сфери. Для подолання таких проблем необхідний глибокий науковий аналіз, і у цьому контексті обраними методологічний підхіднай є більш ефективним. Як зазначає Ферклаф (1995), критичний дискурс-аналіз є міждисциплінарною методологією, що дозволяє вивчати дискурс як форму соціальної дії, показуючи, як через мову і текст закріплюється політична та соціальна домінація.

Таким чином, CDA пропонує широкий інструментарій для аналізу як усних, так і письмових текстів, допомагаючи виявляти приховані механізми влади, нерівності, гегемонії, упереджень та соціальної несправедливості. Ван Дейк (1985) демонструє, як аналіз мови в різних контекстах — у медіа, журналістиці, політичних промовах, рекламних текстах та навіть у риториці війни — може допомогти краще зрозуміти суспільні процеси й виявити, яким чином дискурс впливає на соціальні відносини.

Використовуючи тривимірну модель аналізу, запропоновану Ферклафом (1989), це дослідження здійснює багаторівневий розгляд промов Гарріс: від мовних особливостей тексту до дискурсивних практик і їхніх соціально-політичних наслідків. Такий підхід дозволяє показати, як мовні стратегії Гарріс підтримують ідеї різноманітності, єдності та



демократичних цінностей, що узгоджується з її політичним баченням об'єднаної Америки [Piccioni, 2022].

Методологія включає: (1) тематичний аналіз для виокремлення мотивів єдності та справедливості; (2) риторичний аналіз метафор та паралелізмів; (3) аналіз емоційної та оцінної лексики. Такий підхід дозволяє розкрити, як через мову Гарріс створює інклюзивний образ Америки.

У підсумку, дана робота використовує якісний підхід критичного дискурс-аналізу для глибшого розуміння того, як Камала Гарріс через свої промови вербально репрезентує американську ідентичність.

Також, у дослідженні активно використовується модель Аристотеля: етос (підкреслення власної авторитетності й моральності), пафос (емоційний вплив на аудиторію) та логос (логічна аргументація).

1. **Етос** проявляється через образ досвідченої, морально обґрунтованої лідерки, що відображає американські цінності.
2. **Пафос** — у здатності Гарріс емоційно залучати слухачів, викликаючи почуття гордості, надії, єдності.
3. **Логос** — у структурованій аргументації, що робить її промови зрозумілими та переконливими.

### **Результати аналізу**

У межах дослідження для детального аналізу було обрано одну з основних передвиборчих промов Камали Гарріс, виголошену під час її участі у президентській кампанії. Основна увага приділялася виявленню та кількісному підрахунку застосування трьох класичних риторичних засобів за Аристотелем: етосу, пафосу та логосу.

Результати аналізу показали, що найбільш вираженим елементом у промові є пафос — емоційні звернення, що проявляються у посиланнях на національні почуття, особисті історії та заклики до єднання. Етос також відіграє важливу роль через створення образу лідерки, яка втілює головні цінності американського суспільства. Логос, хоча й менш помітний, доповнює структуру промови, забезпечуючи її логічну побудову та підкріплення фактами й аргументами. Такий підхід дає змогу виявити у який спосіб мовні засоби стають потужним інструментом у процесі формування багатовимірного образу американської ідентичності у політичному дискурсі Камали Гарріс.

Камала Гарріс, як перша афроамериканка та американка південноазійського походження на посаді віцепрезидента, у своїх політичних промовах формулює свою візію Америки як єдиної, різноманітної та справедливої спільноти. Її риторика відтворює образ США як

«улюбленої спільноти», де кожний громадянин, незалежно від раси чи віросповідання, має право на рівні можливості та рівність.

Риторичні прийоми, які використовує Гарріс, свідчать про свідомі зусилля щодо створення образу американської ідентичності, яка подолала розбіжності, підкреслюючи важливість єдності, різноманітності та стійкості суспільства. Використання інклюзивних займенників і позитивних характеристик, на що вказує Piccioni (2022), допомагає представити Америку як країну, де кожен громадянин є співтворцем спільного майбутнього.

Особиста історія Камали Гарріс як представниці меншин надає додаткової сили її етосу, посилюючи її автентичність у підтримці маргіналізованих груп. Через емоційні звернення та особисті історії вона робить політичний дискурс ближчим до слухача, сприяючи формуванню колективної ідентичності, що віддзеркалює демократичні цінності. Такий підхід демонструє, що інклюзивність є ключем до зміцнення національної єдності. Отримані результати підкреслюють важливу роль риторики у формуванні суспільного сприйняття американської ідентичності в умовах різноманітної демократії.

Логічна побудова аргументів у промовах Камали Гарріс робить її послання чітким, зрозумілим і переконливим для широкої аудиторії. Аналіз зосереджений на виступах, які вона виголошувала під час різних політичних подій. Ці промови є цінним матеріалом для дослідження того, як політичні лідери через мову відображають та формують еволюційне розуміння американської ідентичності.

### **Аналіз вербальних стратегій**

#### **I. Апеляція до спільних американських цінностей**

Камала Гарріс часто у своїх промовах звертається до основоположних американських ідеалів, таких як свобода, рівність, справедливість, можливості та єдність. Ці цінності вона формує у промовистих висловах, наприклад:

- “We are a nation founded on the ideals of liberty and justice for all.”
- “The American dream belongs to all of us.”

#### **II. Інклюзивна мова та маркери ідентичності**

Гарріс активно використовує інклюзивні займенники та формулювання, що підкреслюють спільність:

- “We, us, our country, our communities.”

Крім того, вона інтегрує маркери ідентичності, наголошуючи на різноманітності як невід'ємній частині американської ідентичності, наприклад:

- “Black, white, Latino, Asian, Native American...”
- “People of every race, every faith, every walk of life.”

#### **III. Наративи та особисті історії**

У своїх промовах Камала Гарріс часто переплітає особисті та родинні історії. Зокрема, вона розповідає про:

- Імміграцію її матері з Індії;
- Історії активістів за громадянські права;
- Власний шлях від доньки іммігрантів до віцепрезидентки США.

#### **IV. Повторення та паралелізм**

Гарріс активно використовує повторення для посилення емоційного ефекту, наприклад:

- “We will fight. We will stand. We will rise.”
- “Dignity, decency, and democracy.”

#### **V. Підкреслення громадянських прав і соціальної справедливості**

Камала Гарріс часто позиціонує себе та свою аудиторію як спадкоємців традицій Руху за громадянські права.

- Вона цитує видатних лідерів, таких як Мартін Лютер Кінг-молодший;
- Згадує марші, боротьбу та правові перемоги за рівність;
- Представляє американську ідентичність як результат тривалої боротьби за справедливість, поєднуючи минуле та сучасність і заохочуючи слухачів відчувати свою причетність до історичного процесу.

#### **VI. Заклик до дії та громадянської активності**

Гарріс часто завершує свої промови закликом до активних дій:

- “We have work to do.”
- “Let us rise together and rebuild.”

Таким чином вона формує образ конструктивного патріотизму — бачення американців як активних учасників демократії, які не лише користуються її благами, а й активно її підтримують через голосування, участь у протестах та створення інституцій.

#### **VII. Культурні посилання**

Іноді Гарріс використовує культурно специфічні вислови, особливо перед аудиторіями, для яких такі елементи є частиною ідентичності. Це:

1. Сигналізує про спільність ідентичності;
2. Демонструє мовну гнучкість і повагу до культурної основи своїх слухачів.

##### **1. Висновки**

Промови Камали Гарріс конструюють образ американської ідентичності як об'єднаної нації, завдяки ретельно продуманим вербальним стратегіям. Поєднуючи емоційні звернення з логічною структурою промов, вона робить політичний дискурс доступним і зрозумілим для широкого кола аудиторій, водночас посилюючи демократичні ідеали. Її риторика, зумовлена особистою ідентичністю афроамериканки та американки південноазійського походження,

наголошує на важливості інклюзивності для подолання національних викликів. Дослідження підкреслює трансформаційний потенціал мови в політичному дискурсі та відкриває перспективи подальшого вивчення того, як лідери меншин через риторику формують нове бачення американської ідентичності в мінливих соціально-політичних умовах.

#### СПИСОК ВИКОРСИТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
2. Aristotle., Roberts, W. R., & Bywater, I. (1984). *Rhetoric*. Modern Library.
3. Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. <https://bds.unb.br/handle/123456789/763>
4. Harris, K. (2024). *Ellipse speech*. <https://www.inkshed.dk/wp-content/uploads/2024/10/Kamala-Harris-Ellipse-Speech-2024.pdf>
5. Hobart, M., & van Dijk, T. A. (1986). *Handbook of discourse analysis. Volume 1: Disciplines of discourse*. *Man*, 21(2), 386. <https://doi.org/10.2307/2803213>
6. Piccioni, G. (2022). *Kamala Harris and the language of diversity*. <https://thesis.unipd.it/handle/20.500.12608/10310>
7. Smith, A. D. (1991). *National Identity*. London: Penguin.

**УДК 81.11**

## **THE CONCEPT AND ORIGIN OF TERRORIST PHENOMENA**

**Anna Boiko**

6th year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University

[aoboiko.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:aoboiko.frgf23m@kubg.edu.ua)

## **ПОНЯТТЯ ТА ПОХОДЖЕННЯ ТЕРОРИСТИЧНИХ ЯВИЩ**

**Анна Бойко**

студентка 6 курсу Факультету романо-германської філології

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

[aoboiko.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:aoboiko.frgf23m@kubg.edu.ua)

*У статті розглянуто поняття, походження та еволюцію терористичних явищ у світовому контексті. Увагу приділено неоднозначності цього поняття, насамперед через суперечливість його визначення у численних наукових розвідках, поданих залежно від політичних, правових і культурних контекстів. У роботі проаналізовано ключові дефініції тероризму, запропонованих авторитетними міжнародними організаціями, науковцями та аналітиками.*

*Фокус уваги нашої розвідки зосереджено на емпіричному матеріалі, розглянутому в історичній перспективі від терористичних акцій Герострата та антиримських сект - до сучасного релігійного й кібертероризму. Окреслено перехід тероризму від індивідуального політичного протесту до глобалізованого, транснаціонального явища, що загрожує безпеці держав, громадян і світовому порядку загалом.*

*Особливий акцент зроблено на релігійному тероризмі, який вирізняється сакралізацією насильства, та сучасних загрозах, таких як кібертероризм. У статті наголошено на необхідності комплексного підходу до боротьби з тероризмом, що передбачає правові, технологічні та міждержавні зусилля.*

**Ключові слова:** *тероризм, терористичні акти, міжнародна безпека, політична дестабілізація, кібертероризм, політичне насильство*

*The article explores the concept, origins, and evolution of terrorism in a global context. Particular attention is given to the ambiguity of this term, primarily due to the contradictory definitions presented in numerous scholarly studies, which vary depending on political, legal, and cultural contexts. The paper analyzes key definitions of terrorism proposed by leading international organizations, scholars, and analysts.*

*The focus of this study is on empirical material examined through a historical lens — from the terrorist acts of Herostratus and anti-Roman sects to contemporary religious and*

*cyberterrorism. The article outlines the transformation of terrorism from an individual form of political protest to a globalized, transnational phenomenon that threatens the security of states, citizens, and the international order at large.*

*Special emphasis is placed on religious terrorism, which is characterized by the sacralization of violence, as well as on modern threats such as cyberterrorism. The article stresses the necessity of a comprehensive approach to counterterrorism, involving legal, technological, and international cooperation.,*

**Keywords:** *terrorism, terrorist acts, international security, political destabilization, cyberterrorism, political violence*

**Вступ.** Тероризм завжди був і залишається складною, актуальною темою для досліджень та дискусій. На жаль, людство як у минулому, так і тепер страждає від терористичних актів в усьому світі. У деяких джерелах термін «тероризм» безпосередньо пов'язують з іменем Бен Ладеном або терактом 11 вересня 2001 року, інші — з військовими злочинами Російської Федерації проти України. Попри різні прояви зазначених актів агресії, усі вони є співставними через універсальну рису, що їх об'єднує, а саме, наявність жертви та агресора. У суспільстві і гуманітарних студіях кількість виявлених дефініцій тероризму налічує понад двісті неоднозначних, почасти непрозорих за своїм змістом одиниць. Принагідно нагадаємо, що термін «тероризм» увійшло в масове вживання після Великої Французької революції (1789–1794) і організованого якобінцями «революційного терору». У 1798 році німецький філософ Іммануїл Кант запровадив це слово у науковий обіг, щоб проілюструвати свої песимістичні погляди на сутність людства. Перша спроба визначити тероризм, яке могло б бути прийнятим усіма членами міжнародного співтовариства, була зроблена Лігою Націй (попередницею ООН) у 1937 році. Проте це визначення не набуло загального вжитку (Washington ProFile. (n.d.)) Так, Європейський парламент вважає актом тероризму «засуджений міжнародною спільнотою акт, вчинений окремою особою або групою проти однієї або кількох країн, їхніх інституцій або громадян, з метою налякати їх і радикально змінити або знищити політичні, економічні чи соціальні структури держави» (European Parliament. (2015).)

Державний департамент США, наприклад, використовує таке визначення щодо тероризму: “навмисне, політично мотивоване насильство проти небойових цілей, здійснене субнаціональними групами або таємними агентами» (U.S. Department of State. (n.d.)) З іншого боку, в анналах ФБР *тероризм* подано як «Незаконне застосування сили або насильства проти осіб чи майна з метою залякування або примусу уряду, цивільного населення чи будь-якої його частини задля досягнення політичних або соціальних цілей».(Federal Bureau of Investigation

(FBI). (n.d.)). При цьому одними з головних цілей, яких прагне тероризм є суспільно-політична — змусити уряд до певних дій або вплинути на державну політику, дестабілізація суспільства, примушення його до прийняття рішень, вигідних для терористів.

У сучасних студіях з політичного дискурсу, тероризм прийнято розглядати як інструмент політичного впливу для досягнення ідеологічних, релігійних або національних цілей. Згідно з “The Political Economy of Terrorism”: “Тероризм — це навмисне застосування або загроза застосування насильства окремими особами чи субнаціональними групами для досягнення політичної або соціальної мети шляхом залякування широкої аудиторії, що виходить за межі безпосередніх цивільних жертв.” (з Enders W., Sandler T. 2012, p. 4)

Однією з цілей, якої може прагнути тероризм, є політична — тобто змусити уряд до певних дій або вплинути на державну політику.

Найбільш прийнятним вважаємо таке визначення: «Тероризм — це політика, заснована на систематичному застосуванні терору». Синонімами слова «терор» (лат. *terror* — страх, жах) є «насильство», «залякування».

**Постановка проблеми.** Тероризм як глобальне явище становить серйозну загрозу міжнародній безпеці та стабільності. Відсутність єдиного правового визначення тероризму ускладнює ефективну протидію, а його постійна трансформація — від локальних форм до кібертероризму — потребує міждисциплінарного підходу до вивчення.

**Матеріал дослідження.** У дослідженні використано історичні приклади проявів тероризму, визначення з міжнародних документів і наукових джерел (ФБР, Європейська комісія, Гоффман, Гейманн, Гроссет), а також сучасні прояви релігійного, транснаціонального та кібертероризму.

**Методи дослідження.** Застосовано історико-аналітичний, порівняльно-правовий та контент-аналіз, системний підхід і метод кейс-стаді для комплексного вивчення сутності та еволюції тероризму.

### **Характеристика поняття тероризму**

Зміст поняття тероризму неодноразово висвітлювалося на суспільних, політичних і наукових форумах. Спільні складові його визначень містять: застосування насильства, сили або загрози її застосування, планування дій і їхня цілеспрямованість, політичні мотиви, викликання відчуття загрози та страху, використання медіа для розголошення певної справи, а також непередбачуваність дій винуватців.

Часте змішування понять «терор» і «тероризм» створює величезні труднощі при спробі дати визначення цьому явищу. Тероризм набуває різних форм і виражає різні змісти, залежно

від місця і часу його прояву. Існує багато різноманітних явищ, які визнаються терористичними актами, що ускладнює вироблення єдиної правової концепції тероризму.

Відомий експерт з тероризму Брюс Гоффман у своїй книзі *Inside Terrorism* зазначає: «Усі терористичні акти включають насильство або загрозу його застосування. Тероризм спеціально спрямований на те, щоб мати далекосяжні психологічні наслідки, що виходять за межі безпосередніх жертв або об'єктів атаки. Він покликаний вселяти страх і тим самим залякувати ширшу "цільову аудиторію", яка може включати суперницьку етнічну або релігійну групу, цілу країну, національний уряд або політичну партію, або громадську думку загалом». (Bruce Hoffman, 2006, p.6)

У своїй праці *Terrorism and America: A Commonsense Strategy for a Democratic Society* Філіп Б. Гейманн зазначає: «Тероризм відрізняється від інших форм насильницької боротьби за політичні цілі тим, що він здійснюється в мирний час таємно, без окупації значної території та без організації великих груп для відкритого протистояння владі. Основна сила тероризму полягає не у фізичному впливі, а в його психологічному ефекті». (Heumann, 1998, p.3)

Проблема з визначенням тієї чи іншої держави або організації як «терориста» виникає тоді, коли починають враховувати питання джерел постачання зброї та інших засобів боротьби офіційним і неофіційним організаціям і терористичним групам. Труднощі у визначенні, що є, а що не є тероризмом, значною мірою пов'язані з тісним переплетенням цієї тематики з політикою.

Досі залишаються відкритими такі питання: чи є тероризмом збройний напад на політиків або поліцейських? Чи може тероризм у певних ситуаціях бути виправданим? Чи можна говорити про тероризм, який здійснюється державою?

Думки, висловлювані з цих питань, завжди залежать від моральних переконань та політичних поглядів громадян, які зазвичай формуються під впливом медіа. Згідно з Ришардом Гроссетом, «тероризм — це змінний у часі та просторі метод політичної діяльності, який враховує традиції та способи політичної боротьби, характерні для певної політичної культури (цивілізації), незаконний з точки зору чинного законодавства, що впливає на сферу людської психіки та створює стан загрози і страху у адресатів нападів (як прямих, так і опосередкованих), змушуючи їх до певних дій, які відповідають цілям суб'єктів, що його застосовують» (Grosset 2009, p. 17). Згідно з Мареком Мадеем, тероризм — це «насильство або загроза його застосування з боку недержавних суб'єктів (субтранснаціональних), яке служить реалізації певної політичної програми, має на меті викликати страх у ширшій групі, ніж безпосередньо атаковані, і таким чином змусити уряди до поступок або призвести до знищення чинного громадського порядку» (Madej 2001, p. 7).



З іншого боку, на погляд Альберта Павловського, тероризм — це «спланована тактика політичної діяльності залучених осіб, що полягає у використанні ефектних фізичних засобів проти особистих та майнових прав інших осіб з метою привернення уваги громадськості до себе та своїх ідей або з наміром викликати такий жах, щоб треті особи відчули себе змушеними діяти відповідно до вимог терористів» (Pawłowski 1980, s. 9).

Пор. також дефініцію за Брюсом Гоффманом, «тероризм можна вважати насильством або загрозою насильства, що має на меті досягнення політичних цілей або служить цим цілям» (Hoffman 1999, s. 24) або Тадеуша Ганауского, «тероризм — це спланована, організована й зазвичай ідеологічно обґрунтована діяльність осіб або груп, що має на меті змусити державну владу, суспільство або окремих осіб до певних дій, поведінки чи позицій, здійснювана у формі злочинних дій, розрахованих на виклик широкого й максимально залякуючого резонансу в громадській думці» (Hanausek 1980, p. 33). Інтерес становить позиція Маріана Флемінга, за яким

«тероризм — це навмисні дії, що порушують кримінальне право, та шляхом актів насильства або загрози їх здійснення спрямовані на залякування державних органів або значних верств суспільства та змушення до певної поведінки» (Flemming 1996, p. 3).

Проблема відсутності чіткого визначення поняття тероризму є серйозною юридичною перешкодою в міжнародній інституційній співпраці у сфері боротьби з тероризмом. Варто також звернути увагу на той факт, що тероризм є динамічним явищем, яке постійно еволюціонує. З метою забезпечення безпеки громадян зміни в законодавстві повинні йти в ногу з новими методами боротьби, що використовуються терористами.

Упродовж останніх років поняття тероризму стало значно більш інтернаціоналізованим. У всіх країнах-членах Європейського Союзу були створені незалежні нормативно-правові акти, які регулюють визначення та поняття тероризму як надзвичайно небезпечного явища.

Згідно з визначенням Європейської Комісії, тероризм — це: «усі навмисні дії, вчинені окремими особами або організаціями проти однієї або кількох держав, їхніх інституцій або населення з метою залякування та серйозного ослаблення або знищення політичної, економічної чи соціальної структури країни» (цит. за: Pawłowski 2001, p. 12).

Згідно з визначенням Парламентської асамблеї Ради Європи, терористичним актом є: «будь-яка дія, вчинена особою або групою осіб із застосуванням насильства або загрозою його застосування проти держави, її інституцій, населення в цілому або конкретних осіб, мотивована сепаратистськими прагненнями, екстремістськими ідеологічними концепціями, фанатизмом або ірраціональними й суб'єктивними чинниками, спрямована на створення

атмосфери терору серед публічних осіб, певних осіб або груп у суспільстві або в усьому суспільстві» (цит. за: Jaskiernia 2002, p. 81).

Підсумовуючи, терористичні дії здійснюються з повною безжальністю, із використанням різних засобів (психологічний тиск, фізичне насильство, застосування зброї та вибухових пристроїв), за умов навмисного розголосу і свідомо створеного в суспільстві страху. Терор від тероризму відрізняється характером влади та соціально-правовим статусом суб'єктів.

Тероризм — це застосування актів насильства та жорстокості окремими особами або організаціями, які діють у підпіллі проти чинного державного ладу, з метою змусити державну владу й суспільство до певних дій або поступок, що часто порушують права сторонніх осіб.

### **Походження терористичних явищ**

Наукові дослідження не уточнюють точного часу й місця перших у історії людства терористичних актів. Прийнято вважати, що першим терористом в історії був Герострат з Ефесу, який у 356 р. до н.е. підпалив храм Артеміди. Герострат був бідним шевцем, що прагнув здобути славу шляхом знищення споруди, яку греки вважали одним із тодішніх чудес світу (Borkowski 2001, p. 20).

Про застосування тероризму можна також говорити у випадку античної Греції, де вбивство тирана вважалося виправданим. Сенека прямо стверджував, що для богів немає приємнішої жертви, ніж кров тирана. Прикладом замаху є вбивство Юлія Цезаря змовниками 15 березня 44 р. до н.е. Тероризм з'явився також в Афінах, коли після поразки у Пелопоннеській війні спартанці нав'язали афінянам владу олігархічної комісії. Під час правління Тридцяти Тиранів було страчено 1500 громадян, ще 5000 вигнано з Афін. Місто було охоплене переслідуваннями та грабунком майна (Ibidem, p. 21).

В Ізраїлі в I ст. н.е. замаху практикували антиримські угруповання зелотів і сикаріїв. У період з XI до XIII століття на Близькому Сході терор систематично використовували асасини (*хашишійїни*) — ісмаїлітська секта, що спеціалізувалася на вбивствах. У середньовіччі теорію, що виправдовувала вбивство тирана, створив Ян із Солсбері, а в XVI столітті її розвинули монархомахи (Tomasiewicz 2000, p. 32).

Слово «тероризм» стало широко вживаним під час Французької революції, тоді так називали період правління Комітету громадської безпеки, а також якобінців, що входили до його складу, називали «терористами». Це слово тоді означало форму правління, що базувалася на практиці застосування кривавих репресій. Пізніше з'явилося поняття «індивідуального терору», яким позначали напади опозиціонерів на представників державного апарату та правлячого класу. У цей період внаслідок публічних страт на гільйотині, каральних акцій і масових вбивств ув'язнених загинуло близько 40 000 осіб. Приблизно 300 000 французів було

репресовано та утримувано у в'язницях. У деяких регіонах Франції застосовувалися криваві страти та геноцидні методи придушення без жодних судових рішень (Bolechów 2012, p. 53).

Поняття тероризму в часи Французької революції, хоча й суттєво відрізнялося від свого пізнішого змісту, все ж мало спільні риси з сучасною формою цього явища. Серед них — по-перше, відсутність випадковості й дія не наосліп, а по-друге, ціль, яка цьому слугувала: побудова кращого, справедливого і нового суспільства.

Тероризм у західній культурі вперше набув помітності в період Великої Французької революції. Його ототожнювали з явищем жаху й страху, а його метою було залякування ворогів революції (Aleksandrowicz 2008, p. 45).

Діяльність, пов'язана з тероризмом, посилилася в другій половині XIX століття завдяки анархістам, які проголошували гасла повстання проти тодішнього суспільного ладу. Тероризм на зламі XIX і XX століть характеризувався протестом проти тиранії державної влади. Він став синонімом революції, анархізму, сепаратистських і національних рухів, а також перетворився на засіб боротьби проти державних структур.

У 1874 році в Італії відбулася низка терористичних замахів, саме в цей період було скоєно перші замаху на глав держав. Серед найвідоміших терористичних актів, у яких загинули політичні лідери: Президент Франції Лазар Іполіт Карно у 1884 році; Прем'єр-міністр Іспанії Хосе Каналехас де Кастільйо у 1897 році; Австрійська імператриця Єлизавета у 1898 році; Італійський король Умберто I у 1900 році; Президент США Вільям Мак-Кінлі у 1901 році; Прем'єр-міністр Іспанії Хосе Каналехас у 1912 році; Австрійський спадкоємець престолу Франц Фердинанд і його дружина Софія у 1914 році.

Проте з часом ціллю терористів перестали бути окремі політики — об'єктом нападів ставало суспільство або його окремі групи (державні службовці тощо). Метою атак на суспільство було викликати невдоволення урядом. Терористичні напади, спрямовані проти представників адміністрації та поліції, користувалися суспільною підтримкою.

У 30-х роках XX століття значення поняття «тероризм» знову зазнало змін. У цей період це поняття рідше застосовували для опису революційних рухів та насильства, спрямованого проти урядів і їхніх лідерів.

Розвиток технологій розширив можливості для здійснення терористичних актів, що вплинуло на зміну цілей таких атак. Об'єктами нападів стали, зокрема, автобуси, потяги, літаки та кораблі. Саме з цього моменту почалася інвазія терористичних нападів на транспортні засоби.

У 70–80-х роках XX століття тероризм набув міжнародного характеру. Про це свідчили зв'язки між терористичними групами з різних країн. Терористичні акти стали однією з найпоширеніших форм політичної боротьби багатьох організацій, які таким чином

намагалися вирішувати численні соціально-політичні, релігійні та національні проблеми. У цей період з'явилося явище фінансової та логістичної підтримки тероризму з боку окремих держав (СРСР, Куба, Лівія).

На початку 80-х років XX століття з'явився тероризм на релігійному підґрунті. Його витоки пов'язують із такими подіями: вибухом Ісламської революції в Ірані та вторгненням СРСР в Афганістан.

Під час війни в Афганістані (1979–1989) виникли рекрутингові осередки для ісламських бойовиків, а також мережа зв'язків між воюючими і мусульманськими громадами по всьому світу, які їх підтримували.

11 вересня 2001 року стався наймасштабніший теракт в історії — напад на World Trade Center і Пентагон (Bartnicki 2008, p. 97).

Характерною ознакою релігійного тероризму є інша система цінностей, відмінні механізми легітимації та виправдання, інша моральна концепція і світогляд релігійних терористів.

Для релігійного терориста насильство є передусім сакральним актом, виконанням обов'язку, що випливає з божественного веління (Сарана 2007, s. 59).

Таким чином, тероризм набуває трансцендентного виміру, а його виконавці не обмежені жодними політичними, моральними чи практичними нормами. Світські терористи рідко здійснюють акти терору у великому масштабі, тоді як релігійні терористи часто намагаються знищити широку категорію ворогів, що робить акти насильства більш масштабними. Цим пояснюється більша кількість жертв терактів, здійснених з релігійних міркувань. Крім того, світські терористи у своїй діяльності намагаються звертатися до свого електорату, членів спільноти або симпатиків. Релігійні терористи розглядають свою місію як тотальну війну і не прагнуть звертатися до жодних соціальних груп.

І нарешті, світські та релігійні терористи суттєво відрізняються у сприйнятті себе та своєї діяльності.

Для світських терористів насильство — це спосіб здійснення змін, у результаті яких має виникнути нова система.

Натомість релігійні терористи не вважають себе частиною системи, яку потрібно змінити, а бачать себе борцями за радикальні зміни існуючого порядку (Dziekan 2008, s. 129).

Тероризм XXI століття проявляється в незаконних діях, серед яких найчастіше трапляються: захоплення та викрадення літаків, захоплення інших транспортних засобів (наприклад, кораблів, потягів, автобусів) разом із пасажирами як заручниками, акти економічного саботажу, зломи, напади, вимагання викупу,

вбивства — замаху на життя, здоров'я чи свободу представників влади, атаки на осіб під міжнародним захистом, викрадення й утримання як заручників людей з інших країн (наприклад, журналістів, духовних осіб), використання автоматичної зброї, ракет і вибухових пристроїв у громадських місцях, що створює особливу загрозу для сторонніх осіб (Dziekan 2008, p. 132).

Більшість терористичних дій пов'язана з захопленням заручників з метою посилення драматизму терористичної акції, привернення уваги до проголошених ідей, а також зміцнення позицій терористів під час переговорів. Крім того, тероризм часто пов'язаний із торгівлею людьми, наркотиками, зброєю та розщеплюваними матеріалами (наприклад, ракетами).

Сприятливі умови для розвитку тероризму та діяльності терористичних організацій створюють: близькосхідний тероризм, мусульманський фундаменталізм (джихад), націоналістичні тенденції у колишній НДР, пострадянський націоналізм, розпад Югославії (Horgan 2008, p. 38).

Нині багато фахівців вважає, що метою терористичного акту не обов'язково є вчинення конкретного злочину, а скоріше — досягнення певного ефекту з боку влади або громадської думки. Часто говорять, що терористичні акти — це своєрідний театр, де метою є конкретна реакція глядача (Szafranski 2007, p. 71).

Додаткову загрозу становить той факт, що тероризм у міжнародних відносинах є надзвичайно динамічним і майже непередбачуваним явищем. Це водночас означає, що через стрімкий розвиток технологій він може набувати різних форм, і це важко передбачити. Однією з таких форм сьогодні є кібертероризм. Він полягає у спробі залякування урядів шляхом погроз паралізувати різні комп'ютерні системи, які керують важливими процесами та сферами економіки, такими як: фінанси, банківська система, національна оборона, системи водопостачання міст, пуски балістичних ракет тощо (Zasieczna 2004, p. 56).

### **Висновок**

Тероризм — це складне, багатогранне та постійно еволюціонуюче явище, яке проявляється у різних формах: від політичного й релігійного до сучасного кібертероризму. Історичні приклади, починаючи з античності й до сьогодення, демонструють, що головною метою терористичних дій завжди було залякування, дестабілізація та тиск на суспільство або владу. Від індивідуального терору часів Французької революції до глобального джихадизму та атак на критичну інфраструктуру — тероризм змінюється разом із розвитком технологій і геополітичними викликами. Його особлива небезпека полягає в непередбачуваності, транснаціональному характері та здатності адаптуватися до нових умов. Саме тому боротьба з

тероризмом вимагає комплексного підходу: від правових механізмів до міжнародної співпраці та постійного аналізу ризиків.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Enders, W., & Sandler, T. (2012). *The Political Economy of Terrorism* (2nd ed.). Cambridge University Press
2. Heymann, P. B. (1998). *Terrorism and America: A Commonsense Strategy for a Democratic Society*. MIT Press
3. Hoffman, B. (2006). *Inside Terrorism* (2nd ed.). Columbia University Press
4. Jaskiernia, J. (2002). *Determinants of the Effectiveness of Combating Terrorism in the Light of the Work of the Council of Europe*.
5. Madej, M. (2001). *International Political Terrorism*. Ministry of Foreign Affairs.
6. Pawłowski, A. (1980). *Terrorism in Europe in the 19th and 20th Centuries*. University of Pedagogy
7. Pawłowski, A. (2001). *Terrorism in Europe in the 19th and 20th Centuries*. (European Commission)
8. Szafranski, B. (2007). *Terrorism as Theatre*.
9. Tomaszewicz, J. (2000). *Terrorism in the Context of Political Violence*
10. Zasieczna, K. (2004). *Cyberterrorism – New Challenges*.
11. European Parliament. (2015). *Understanding definitions of terrorism*. Retrieved from [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2015/571320/EPRS\\_ATA%282015%29571320\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2015/571320/EPRS_ATA%282015%29571320_EN.pdf)
12. Federal Bureau of Investigation (FBI). (n.d.). *Terrorism*. Retrieved from <https://www.fbi.gov/investigate/terrorism>
13. U.S. Department of State. (n.d.). *Legislative Requirements and Key Terms*. Retrieved from <https://www.state.gov/documents/organization/65464.pdf>
14. Washington ProFile. (n.d.). *Terrorism terminology*. <http://azbez.com/node/731>

УДК 811'11

**ДИСКУРС СЕКРЕТІВ ДЖЕЙН ЧАПМАН В РОМАНІ «ВЕЛИКА МАЛЕНЬКА  
БРЕХНЯ» Л. МОРІАРТІ**

**Марченко Тетяна Вікторівна**

студентка 6 курсу Факультету романо-германської філології

Київський Столичний Університет імені Бориса Грінченка

[tvmarchenko.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:tvmarchenko.frgf23m@kubg.edu.ua)

**JANE CHAPMAN'S DISCOURSE OF SECRETS IN THE NOVEL "BIG LITTLE LIES"  
BY L. MORIARTY**

**Marchenko Tetiana Viktorivna**

6th year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University

[tvmarchenko.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:tvmarchenko.frgf23m@kubg.edu.ua)

*У цій статті було розглянуто дискурс секретів персонажа Джейн Чапман у романі Ліан Моріарті «Велика маленька брехня». Дослідження показало, як прихована правда переплітається з особистими травмами та впливає на саму Джейн: на її поведінку, світосприйняття, стосунки з іншими. Джейн постає як людина, що носить у собі тягар замовчаного минулого. Її секрети не просто ізолюють її від оточення, вони стають механізмом для багатьох подій у романі. Дискурс секретів у тексті було сприйнято, як багатошарову структуру. Він поєднує у собі лінгвістичні прийоми, психологічні захисти та соціальні реакції. Мовні стратегії Джейн: уникнення прямого спілкування, часті паузи, обтічні вислови та метафори, що працюють як своєрідний бар'єр, який ховає її біль, але водночас кричить про нього між рядків. Окрему увагу було приділено тому, як секрети Джейн впливають на сюжет. Її мовчання, не просто прийом автора, а й її власне сприйняття себе. Поступове розкриття таємниць Джейн відкриває теми стигматизації, упереджень і дуже важливої в романі жіночої солідарності. Секрети тут, це не просто «щось, що приховується», а глибокий механізм, через який Ліан Моріарті розкриває питання довіри, моралі й пошуку себе. Лінгвістичний аналіз допоміг краще побачити прописані мовні особливості Джейн: натяки, напівмовчання, обережність у формулюваннях. Це не просто страх, це її спосіб захиститися від світу, який одного разу вже завдав їй болю. Також було досліджень, як секрети героїні функціонують у соціальному контексті. Спостерігаючи за її взаємодією з іншими персонажами, видно, наскільки важливою стає підтримка і солідарність у суспільстві, яке швидше осудить, ніж зрозуміє. Зрештою, коли таємниці Джейн впливають на*

поверхню, вони стають справжніми переломними точками, для неї самої і для всього сюжету. У статті розглядається, як у романі Ліан Моріарті "Big Little Lies" побудовано дискурс секретів, спираючись на ідеї Джейн Чепмен про секрети як важливий елемент соціальної взаємодії. Особливу увагу приділено тому, як секрети проявляються у мовленні персонажів, які мовні засоби допомагають їх приховувати або, навпаки, натякати на них.

**Ключові слова:** дискурс секретів, лінгвістичні аспекти, секрети, взаємодія, Ліан Моріарті

*This article examined the discourse of secrets surrounding the character Jane Chapman in Liane Moriarty's novel Big Little Lies. The study revealed how hidden truths intertwine with personal trauma and affect Jane herself—her behavior, worldview, and relationships with others. Jane is portrayed as someone who carries the burden of a silenced past. Her secrets not only isolate her from those around her but also serve as a driving mechanism for many events in the novel. The discourse of secrets was interpreted as a multilayered structure, combining linguistic techniques, psychological defenses, and social reactions. Jane's linguistic strategies—avoiding direct communication, frequent pauses, evasive expressions, and metaphors—act as a kind of barrier that hides her pain while simultaneously screaming about it between the lines. Special attention was given to how Jane's secrets influence the plot. Her silence is not merely an authorial device but reflects her self-perception. The gradual revelation of Jane's secrets brings forward themes of stigmatization, prejudice, and the crucial role of female solidarity in the novel. Secrets here are not merely "something that is hidden," but a deep mechanism through which Liane Moriarty explores issues of trust, morality, and self-discovery. Linguistic analysis helped to better uncover Jane's speech characteristics: hints, half-silences, and cautious formulations. These are not just signs of fear but her way of protecting herself from a world that once hurt her deeply. The study also explored how Jane's secrets function within a social context. Observing her interactions with other characters highlights the importance of support and solidarity in a society that is quicker to judge than to understand. Ultimately, when Jane's secrets come to light, they become true turning points for her character and for the entire narrative. The article examines how the discourse of secrets is constructed in Liane Moriarty's novel "Big Little Lies", drawing on Jane Chapman's ideas about secrets as an important element of social interaction. Particular attention is paid to how secrets are manifested in the characters' speech, what linguistic devices help to hide them or, conversely, hint at them.*

**Key words:** discourse of secrets, linguistic aspects, secrets, interaction, Liane Moriarty

**Вступ.** «Велика маленька брехня» — це роман, який розглядає стосунки між жінками в сучасних австралійських передмістях крізь призму детективу. Сюжет розгортається навколо конфлікту в початковій школі, який загострюється і призводить до вбивства. Метою статті є дослідження дискурсу секретів, втіленого через образ Джейн Чапман у романі «Велика



маленька брехня» Ліан Моріарті. Особливу увагу приділено тому, як секрети впливають на внутрішній світ героїні, міжособистісну динаміку та загальний емоційний фон роману. Матеріал для статті включає дослідження впливу таємниць Джейн Чапман на її поведінку та стосунки з іншими героями роману. Для дослідження дискурсу секретів Джейн Чапман у романі Ліан Моріарті «Велика маленька брехня» було використано дискурс-аналіз та контекстуальний аналіз.

Структура роману показує, що поняття таємниці є центральним у стосунках між героями. Ці таємниці лежать в основі дружби між жінками, які не бажають відкривати суспільству певні аспекти свого життя. Повне і відкрите самовираження особистості, неможливе через цю динаміку, яка розвивається в сім'ї та зовнішніх обставинах (Bautista, 2023).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сучасні дослідження у вивченні дискурсу секретів показують, як приховані елементи створюють нові підходи до інтерпретації творів, а також їхній вплив на сприйняття читачів. Секрети часто діють як своєрідна «текстова пастка», змушуючи читачів шукати приховані значення чи символи, які створюють унікальний зв'язок між автором і його аудиторією (Hallsby, 2022). Це було досліджено, наприклад, Джошуа Ганном, який описав концепцію «невичерпної таємниці», коли текст постійно натякає на щось приховане, викликаючи у читача бажання розгадати прихований сенс (Gunn, 2005).

Актуальні наукові праці в області дискурсу секретів демонструють, що у літературі секрети функціонують як механізми самозахисту, що дозволяють особам захищати свою ідентичність, уникаючи суспільного осуду (McVeigh, 2020). Вивчення природи цих секретів та їх впливу на розвиток лінії є місцем для розкриття основної проблеми твору: як суспільство, навіть найближчі люди, можуть бути переповнені безневинними таємницями, які, стають каталізаторами основних конфліктів.

Дискурс секретів підкреслює крихкість людських зв'язків і ставить під сумнів вагу суспільних очікувань. Центральним у дослідженні секретів є приховування та розкриття. Дискурс секретів нерозривно пов'язаним з життєвим досвідом персонажів. Сучасні спостереження у сфері дискурсу секретів вказує на те, як зображення секретів напрямку взаємодіє з критикою патріархальних структур, які часто змушують жінок замовчувати свою правду, щоб зберегти стабільність у суспільстві (Dann & Cunningham, 2023).

Поточні теоретичні вчення у дискурсі секретів показують, що таємниці відіграють центральну роль у формуванні стосунків героїв. Тим часом секрети стають інструментом для зміцнення довіри, оскільки вони разом переживають внутрішній конфлікт.

У «Великій маленькій брехні» домашнє насильство переплітається з критикою тиску суспільства на жінок, щоб вони відповідали ідеалізованим уявленням про материнство і шлюб (Mouas & Yahia, 2021). Роман кидає виклик поняттю «ідеальної» сім'ї, відкриваючи емоційні та фізичні шрами. Сексуальне та домашнє насильство є двома найскладнішими темами, що стоять за інтригами та напругою (Salsabila & Ariastuti, 2020). Окрім побутової драми та інтриг, романи Моріарті пропонують гостру критику сучасних соціальних структур, зокрема способів, у які гендерні ролі та суспільні очікування впливають на особисті стосунки.

Ліан Моріарті — австралійська письменниця, відома своїми психологічними драмами та детективами, які поєднують елементи аналізу соціальних та емоційних аспектів стосунків. Основні жанри автора є психологічні трилери та літературні романи з драматичними елементами (Heller, 2021). Її роботи часто охоплюють теми сімейних стосунків, особистих конфліктів, моралі та соціальних проблем, таких як насильство, зрада, взаємне маніпулювання та внутрішні кризи. У своїх книгах Моріарті досліджує складні проблеми, пов'язані з ідентичністю, соціальними очікуваннями та внутрішнім досвідом героїв (Vann, 2019).

**Результати дослідження.** У ході дослідження виявилось, що вивчення дискурсу секретів в романі Ліан Моріарті «Велика маленька брехня» виступає не як спосіб передачі та викладу сюжету, а й як складний соціально-психологічний компонент, який впливає на зв'язки між персонажами. Джейн Чапман, один із ключових персонажів, втілює в собі персонажа, що страждає від обтяжливості секрету.

Отримані результати свідчать про те, що таємниця Джейн стала травматичною подією, яка сформувала її поведінку: *"There was something naked and raw about Jane's face, like it had just been scrubbed too hard. She was chewing gum with tiny movements of her jaw, as if it were a secret"* (Моріарті, 2014, ст. 35) та встановила зв'язки з іншими персонажами та сформувала сприйняття світу: *"Madeline hobbled along in bare feet, leaning heavily and unselfconsciously on Jane's shoulder as if they were old friends. It felt intimate"* (Моріарті, 2014, ст. 25). На рівні розмови її таємниця може бути символом битви між бажанням розкрити правду та прагненням зберегти себе від критики оточення: *"She'd felt intimidated. And now she felt ashamed. Had she deserved it?"* (Моріарті, 2014, ст. 298). Крім того, соціокультурне середовище роману вплинуло на розвиток розмови про секрети: *"Her mouth went a bit wonky when she said the words, as if she were trying to make unfamiliar sounds from a foreign language"* (Моріарті, 2014, ст. 167). Передмістя, де відбуваються події, представлене як середовище, де зовнішній вигляд і соціальний статус є життєво важливими: *"...(everything so cute and compact; it made life seem so manageable), enjoying the sunshine and the still novel smell of the sea"* (Моріарті, 2014, ст. 43).

На основі проведеного аналізу було зроблено висновок, що секрети Джейн, її травмуючий досвід і сховані аспекти її особистого життя є частиною загальної теми отриманого насилля та невідомих психологічних травм (Angelina & Arianto, 2022). Характеристика Джейн суттєво відрізнялась від характеристик інших головних героїв: *“Jane felt that strange lurch she sometimes experienced when she got distracted by her life, and then something (it was often Ziggy) made her remember just in time the appropriate way for a nice, ordinary, well-mannered grown-up to behave”* (Моріарті, 2014, ст. 22). Зокрема через її фінансовий стан, який зображений у вигляді скромного житла та одягу: *“There had been no cleverly designed, shady little play areas with charming, colorful tile mosaics of grinning dolphins and whales. There were certainly no murals of underwater sea scenes or stone sculptures of tortoises in the middle of sandpits”* (Моріарті, 2014, ст. 43). Це сформувало у Джейн таку особистість і поведінку, яка відштовхує людей і змушує її створити стіну навколо себе: *“Her hair was pulled back in that painfully tight ponytail, and of course she was doing her clandestine gum-chewing”* (Моріарті, 2014, ст. 102).

У кожному з романів Ліан Моріарті приватне життя її героїв неминуче підпорядковується зовнішнім вимогам: очікування, які покладаються на жінок, чи вплив ЗМІ (Brooks, 2021). Досліджуючи, як це впливає на особистий вибір, Моріарті оглядає глибоке вивчення природи свободи волі та незалежності в сучасному суспільстві (Williamson, 2023).

Однією з визначальних рис літературного доробку Моріарті є її маніпуляція структурами оповіді. У її романах часто використовується нелінійна оповідь та численні точки зору, створюючи таким чином складну мережу сприйняття, які вимагають активної залученості читача (Smyth, 2024). У «Великій маленькій брехні», Моріарті використовує структуру, яка коливається між минулим і сьогоденням, поступово розкриваючи передісторію трагічних подій (Kim, 2022).

Таємниця Джейн, стає передумовою її внутрішньої боротьби, впливаючи на її самооцінку, сприйняття світу та розумні відносини з іншими людьми, зокрема з її дитиною Зіггі, яку вона виховує одна (Janani & Karmakar, 2023).

**Висновки.** У статті було досліджено лінгвістичні аспекти та особливості комунікації Джейн Чампан із книги «Велика Маленька Брехня». Дослідження виявило лексичні одиниці та мовні стратегії використані для приховання секретів. Для збереження секрету та приховування інформації Джейн використовувала замовчування аби приховати факти зі свого життя. Отримані дані демонструють, що відповідні дії були вчинені з метою самозахисту та формування певного образу закритої та відстороненої людини. Було встановлено, що секрети

вплинули на структуру мовлення персонажа і комунікацію з іншими персонажами, а отже був відображений у діалогах, паузах, непрямих відповідях та уникнення певних тем. Мовлення Джейн характеризується переважно стриманістю, однак не позбавлене емоційності. Це сприяє розкриттю ролі дискурсу секретів у характеристиці образу Джейн, оскільки її мовлення вказує на нестабільний психологічний стан та ускладнену взаємодію із соціальним оточенням. Особисті секрети Джейн вписуються у глобальні теми роману — насильство, дружбу, довіру, материнство, адже Джейн є прямою жертвою насилля та намагається впоратися з психологічними наслідками. Джейн Чапман часто маскує свої емоції за допомогою недомовок та замовчувань. Дослідження показало, що основними комунікативними стратегіями, якими послуговується Джейн, є приховування істини, уникнення прямої відповіді, зміщення акцентів у розмові, а також застосування емоційно забарвлених висловлювань для зміни сприйняття співрозмовника. Мовлення Джейн часто було невизначеним та з високою кількістю метафоричних конструкцій.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Akass, K. (2023). Big Little Lies (HBO, 2017–19). In *Mothers on American television* (pp. 154-165). *Manchester University Press*.
2. Angelina, V., & Arianto, T. (2022). Representation of family gender roles in “big little lies” novel by Liane moriarty. *JURNAL BASIS*, 9(2), 279-290.
3. Bautista, A. M. (2023). Exposing the “lie”: uncovering abuse and misogyny in Big Little Lies. *Feminist Media Studies*, 23(4), 1721-1736.
4. Brooks, A. (2021). Big Little Lies–feminist or postfeminist fiction?: The subversion of the love discourse in Liane Moriarty's novel and in the series. In *The Routledge companion to romantic love* (pp. 96-114). *Routledge*.
5. Dann, S., & Cunningham, S. (2023). The Viewer-As-Detective: Big Little Lies and the Productive Liminality of Complex Mystery Television. *Women's Studies in Communication*, 46(2), 202-217.
6. Gunn, J. (2005). *Modern occult rhetoric: Mass media and the drama of secrecy in the twentieth century*. University of Alabama Press.
7. Hallsby, A. (2022). Recanonizing Rhetoric: The Secret in and of Discourse. *Journal for the History of Rhetoric*, 25(3), 346-370.
8. Heller, K. (2021). Are Liane Moriarty's novels' women's fiction'? Sure, and bestsellers too. *The Washington Post*, NA-NA.

9. Janani, K. S., & Karmakar, M. (2023). " Who Knows What Lies out There beneath the Surface?" A Study of Big Little Lies from a Trauma Perspective. *International Journal of Critical Cultural Studies*, 21(2).
10. Kim, J. O. (2022). Intersectionality in quality feminist television: rethinking women's solidarity in *The Handmaid's Tale* and *Big Little Lies*. *Feminist Media Studies*, 22(6), 1463-1477.
11. McVeigh, M. (2020). Telling *Big Little Lies*: Writing the female gothic as extended metaphor in complex television. *Journal of Screenwriting*, 11(1), 63-80.
12. Mouas, R., & Yahia, F. (2021). Domestic Abuse in Liane Moriarty's *Big Little Lies* (Doctoral dissertation, UNIVERSITY OF AIN TEMOUCHENT).
13. Salsabila, S., & Ariastuti, M. F. (2020, July). An Examination of Masculinity as the Cause of Domestic Violence in *Big Little Lies*. In *International University Symposium on Humanities and Arts (INUSHARTS 2019)* (pp. 55-60). Atlantis Press.
14. Smyth, S. L. (2024). Reese Witherspoon's popular feminism: adaptation and authorship in *Big Little Lies*. *New Review of Film and Television Studies*, 22(1), 296-315.
15. Vann, M. (2019). Genre and gender: reading domestic noir through the lens of feminist criminology. *Text*, 23(Special 57), 1-12.
16. Williamson, R. (2023). Contextualising Ambivalence: Intensive Mothering Under Neoliberalism. In *21st-Century Narratives of Maternal Ambivalence* (pp. 35-81). Cham: Springer International Publishing.

УДК 81.11

**МАНІПУЛЯТИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ПЕРЕДВИБОРЧОГО ДИСКУРСУ  
АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ**

**Ткачук Андрій Васильович, Київ, Україна**

<https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0004-9673-1269>

[avtkachuk.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:avtkachuk.frgf23m@kubg.edu.ua)

**MANIPULATIVE PROPERTIES OF ENGLISH ELECTIVE DISCOURSE**

**Tkachuk Andrii Vasyliovych**

<https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0004-9673-1269>

[avtkachuk.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:avtkachuk.frgf23m@kubg.edu.ua)

*У добу загостреної політичної поляризації та впливу медіа стратегічне використання мови стало ключовим інструментом контролю в політичній комунікації. Це дослідження аналізує тактики мовної маніпуляції, використані під час президентської кампанії Дональда Трампа у 2024 році, зосереджуючись на тому, як риторичні стратегії систематично застосовуються для викривлення сприйняття, поляризації громадської думки та зміцнення дихотомії «свої – чужі». Спираючись на сучасні лінгвістичні та психологічні концепції Абдуллая (2025), а також Гаспаряна і Арутюнян (2021, 2022), аналіз виявляє цілісну систему маніпулятивних технік — емоційні апеляції, фальшивий авторитет, замовчування контексту та лексичні спотворення — які спрямовані на утвердження домінування певного наративу в режимі реального часу. Через якісний аналіз виступів Трампа та його участі в дебатах дослідження демонструє, як мова перетворюється на інструмент впливу не випадково, а систематично — з метою формування ідеологічної лояльності та затемнення фактичної реальності. Отримані результати підкреслюють необхідність прикладного критичного дискурсивного аналізу для викриття і декодування механізмів політичної маніпуляції, а подальші дослідження можуть зосередитись на вивченні вразливості різних демографічних груп до подібних риторичних стратегій.*

**Ключові слова:** лінгвістичні маніпуляції, політичний дискурс, риторичні стратегії, наративний контроль, президентська кампанія.

*In an era of heightened political polarization and media influence, the strategic use of language has become a central mechanism of control in political communication. This study examines the linguistic manipulation tactics employed during Donald Trump's 2024 presidential campaign, with a focus on how rhetorical strategies are orchestrated to distort perception, polarize public opinion, and reinforce in-group/out-group dynamics. Drawing on recent linguistic and psychological frameworks by Abdullai (2025) and Gasparyan & Harutyunyan (2021, 2022), the analysis identifies a cohesive system of manipulative techniques—emotional appeals, false authority, contextual omission, and lexical distortion—that serve to consolidate narrative dominance in real-time political discourse. Through qualitative analysis of Trump's speeches and debate performances, the study reveals how language is weaponized not incidentally, but systematically, to construct ideological loyalty and obscure factual reality. The findings underscore the need for applied critical discourse analysis to expose and decode the*

*mechanisms of political manipulation, while future research may explore demographic susceptibilities to such rhetorical strategies.*

**Key words:** *linguistic manipulation, political discourse, rhetorical strategies, narrative control, presidential campaign.*

## **Introduction**

In the current era of political polarization and media saturation, the strategic use of language has become a powerful tool for shaping public perception and controlling political narratives. While considerable scholarly attention has been devoted to the psychological and linguistic mechanisms of manipulation, the intersection of these strategies within the context of political discourse—particularly during live, high-stakes events such as presidential campaigns—remains insufficiently explored. Researchers such as Abdullai (2025) and Gasparyan and Harutyunyan (2021, 2022) have offered comprehensive classifications of manipulative techniques, including emotional appeals, false authority, information bias, and the exclusion of contextual information. However, there exists a critical gap in applied analysis that illustrates how these strategies function together as a cohesive system of influence in contemporary political rhetoric.

This study addresses that gap by examining the rhetorical strategies employed in Donald Trump's 2024 presidential campaign, focusing on how linguistic manipulation is not used incidentally or in isolation, but systematically to polarize public opinion, obscure factual reality, and reinforce in-group versus out-group dynamics. Drawing on recent linguistic and psychological research, the study situates manipulative language as a form of communicative control deliberately embedded within political discourse. Through the analysis of Trump's campaign speeches and debate performances, the research demonstrates how emotionally charged language, logical fallacies, strategic omission, and rhetorical distortions are orchestrated to maintain dominance over political narratives and shape voter behavior. Ultimately, this investigation aims to contribute to a deeper understanding of political communication by highlighting the practical applications of manipulation theory within real-time political contexts.

## **Formulation of the problem**

Despite a growing body of literature on the linguistic and psychological dimensions of manipulation, the intersection of rhetorical strategies and political discourse remains a critically underexplored area — especially in the context of real-time political events such as presidential campaigns. While scholars such as Abdullai (2025) and Gasparyan and Harutyunyan (2021, 2022) have provided detailed classifications of manipulative strategies — including emotional appeal, false authority, information bias, and context omission — there is a noticeable lack of applied analysis that demonstrates how these techniques function cohesively in contemporary political rhetoric.

The problem this study addresses lies in the gap between theoretical frameworks on linguistic manipulation and their practical application in the analysis of political speech. Specifically, it explores how these strategies are used not as isolated rhetorical tools, but as an orchestrated system of influence designed to polarize public opinion, obscure facts, and reinforce in-group/out-group dynamics. Using Donald Trump's 2024 presidential campaign rhetoric as a case study, this research highlights the pressing need to understand manipulation not as an incidental flaw in democratic discourse, but as a deliberate and systematic form of communicative control.

### **Analysis of recent studies and publications**

According to Abdullai (2025, 11) manipulation is a form of social power abuse, where discourse is used to exert control over others in a way that serves the interests of the manipulator, often against the interests of those being manipulated. Unlike persuasion, which is a legitimate means of influence where interlocutors have access to information and can make informed decisions, manipulation involves misleading or controlling others without their full awareness or against their best interests. Manipulation often features strategies that enhance the speaker's power and moral superiority while discrediting opponents. The use of emotional appeals, selective detailing of information, and the establishment of a clear distinction between 'Us' (the in-group) and 'Them' (the out-group) are typical. Manipulation thrives on privileged access to information, as speakers may present themselves as omniscient or as possessing special insights that the audience lacks. Politicians may use statistics to lend credibility to their claims, presenting themselves as objective assessors while influencing public perception. Moreover, agentless passive constructions can be used to obscure responsibility for negative actions of the in-group, creating a narrative that avoids direct blame. Metaphors and presuppositions can serve to disconnect the speaker from government failures, positioning the speaker as a prospective savior.

Gasparyan and Harutyunyan (2021, 11) define manipulation as a psychological and linguistic strategy used to influence people's behavior, thoughts, and emotions, often unfairly or deceptively. It involves encoding intentions into speech that appears rational or informative, but subtly steers the listener's thoughts. Manipulators know their targets' weak points, often using emotionally charged language to trigger trust, confusion, or guilt. Manipulation differs from coercion, as it does not reduce the target's options — it distorts their judgment and decision-making process. Instead, it is about presenting seemingly rational arguments with key facts withheld, using ambiguity to misrepresent the truth and exploiting the structure and tone of language to make something dishonest seem reasonable. The manipulator's goal is to create the illusion of choice while influencing decisions and beliefs in their own favor.

There are four types of manipulation: negative (makes the victim feel inadequate or self-doubting to establish control), positive (flatters or entices to gain concessions), deception and intrigue



(distorts reality to alter perception), and strategic helplessness (plays victim to exploit compassion and responsibility).

As for political manipulation, it is used to create the illusion of leadership, conceal incompetence, and control public perception. Politicians rely on rhetorical techniques like positive self-presentation and negative other-presentation. Positive self-presentation is elevating one's own image through glorified speech while negative other-presentation is discrediting opponents with blame, fear tactics, or ridicule. Political manipulation also involves: domino logic/slippery slope arguments (exaggerating consequences to sway opinion), false authority (citing supposed experts or symbols (flags, military, tradition) to justify irrational positions), "whataboutism" (redirecting blame back onto critics).

In other work Gasparyan and Harutyunyan (2022, 13) study media-manipulative discourse. They come to a conclusion that lexical manipulation refers to how the choice and arrangement of words can influence the meaning and interpretation of news articles. They assert that words are fundamental to creating meaning and, thus, can be used to manipulate public perception.

The use of polysemantic words (words with multiple meanings) can lead to manipulation as they allow for varied interpretations. For instance, the word "puppet" can suggest both a "toy" and a person controlled by another, tailoring its impact depending on context and usage. This layered meaning can distort the intended message, exemplifying how nuanced lexical choices can manipulate interpretation.

Gasparyan and Harutyunyan (2022, 19) distinguish several manipulative techniques: emotional appeal, information bias, exclusion of context, guilt-baiting and victimization and various linguistic tricks. Language can evoke strong emotions, and manipulators often use emotional appeals to engage the audience. Utilizing dramatic or charged language creates a visceral response that can shape the audience's opinions and beliefs.

Manipulation often manifests through information bias, where the selection and presentation of facts can skew public perception. For example, headlines may contain loaded terminology designed to favor one political figure over another, shaping the audience's understanding of events.

Manipulative techniques also may include the omission of critical context, leading to misinterpretations. When key background information is excluded, readers may arrive at skewed conclusions based on presented facts.

Techniques like guilt-baiting, where the language used induces guilt or sympathy towards one party, can significantly sway public opinion. For example, framing one candidate as a victim can elicit emotional support and alter the audience's perception of events.

Various linguistic tricks, such as the use of doublespeak, oxymorons, and misleading or vague statements, contribute to language manipulation. Such techniques can obscure truth, mislead audiences, and foster misconceptions.

### **Objective**

The research aims to bridge the gap between theoretical frameworks of linguistic manipulation and their practical application within political discourse, with a specific focus on the rhetorical strategies employed during Donald Trump's 2024 presidential campaign. By integrating insights from contemporary linguistic and psychological studies on manipulation (Abdulai, 2025; Gasparyan & Harutyunyan, 2021, 2022), the study seeks to demonstrate how emotional appeals, false authority, contextual omissions, and other manipulative techniques function as a cohesive system of influence. The objective is to uncover how these strategies are used not sporadically but systematically to polarize public opinion, distort perception, and reinforce in-group/out-group dynamics in real-time political communication.

### **Research results**

In the 2024 presidential election, the same manipulative tactics were employed. Donald Trump's public appearances and speeches serve as a good illustration of this. He and Kamala Harris engaged in debates on September 10th, during which he used a variety of manipulative techniques to sway the audience in his favor.

First of all, Trump repeatedly boosts his own image and invokes selective authority to support his views: *«Look, I went to the Wharton School of Finance and many of those professors, the top professors, think my plan is a brilliant plan, it's a great plan.»* This aligns with false authority (Gasparyan & Harutyunyan, 2021), where citing vague “professors” or unnamed groups gives his claims unwarranted credibility. It also reflects positive self-presentation — portraying himself as a savior and economic genius.

Moreover, Trump paints Harris and Democrats as dangerous, using exaggeration and fear-mongering: *«On top of that, we have millions of people pouring into our country from prisons and jails, from mental institutions and insane asylums.»* These comments are deception and intrigue, presenting distorted, unverified claims to provoke fear. This is also othering — creating an in-group (“real Americans”) and an out-group (immigrants, Democrats).

In addition, Trump appeals to emotion — both fear and victimhood: *«I probably took a bullet to the head because of the things that they say about me.»* Here he leverages emotional appeal and strategic helplessness — portraying himself as persecuted by the system to elicit sympathy or indignation from supporters.

Likewise, Trump makes bold claims without substantiating evidence, often omitting key context: *«They allowed criminals. Many, many, millions of criminals. They allowed terrorists. They*

*allowed common street criminals. They allowed people to come in, drug dealers, to come into our country, and they're now in the United States.»* Trump does not mention specifics or data — just information bias and contextual omission, designed to mislead through repetition and volume, not veracity.

Also, Trump uses loaded, emotionally charged language: “*radical*”, “*insane*”, “*destroyed*”, “*Marxist*”, “*criminals*”, “*execute the baby*”. These terms are lexical triggers intended to shape emotional response.

Similarly, Trump exaggerates consequences if Harris was elected: «*But if she ever got elected, she'd change it. And it will be the end of our country.*» This is a slippery slope fallacy — hyperbolically suggesting that a Harris presidency would lead to total societal collapse.

Additionally, at his first 2024 presidential campaign rally in Waco, Texas, Trump used similar techniques. For instance, one can find a lot of emotive language in the speech: “*evil persecution*”, “*radical left maniacs*”, “*horror show*”, “*hell hole*”. These aren’t neutral terms. They are supposed to trigger fear, anger, or outrage immediately.

Finally, Trump often uses either-or constructions that exclude nuance: «*Either we descend into a lawless abyss of open borders, rampant killings, super hyperinflation, which is what we have right now and not coming down, and festering corruption. Or we evict Joe Biden and the Democrats from the White House, and we make America great again.*» This technique reduces complex realities into simple battles between good and evil, coercing alignment with his side through linguistic pressure.

### **Conclusions and prospects for further research**

Thus, the present analysis confirms that linguistic manipulation remains a powerful and adaptable tool in political discourse, especially in high-stakes environments like presidential campaigns. Drawing from the works of Abdullai (2025), Gasparyan and Harutyunyan (2021, 2022), it becomes evident that manipulation leverages specific linguistic strategies — emotional appeal, false authority, information bias, exclusion of context, and lexical ambiguity — to distort perception while maintaining a façade of rationality.

Donald Trump’s rhetorical techniques during the 2024 presidential election debates and campaign speeches exemplify these manipulative patterns. He utilized positive self-presentation, strategic helplessness, and deceptive metaphors to establish moral superiority and exploit audience emotions. Furthermore, his discourse was saturated with binary oppositions, loaded language, and appeals to fear and victimhood — all aimed at polarizing public opinion and consolidating support.

These findings support the notion that political manipulation is not merely incidental but systematic, relying on well-documented linguistic patterns that can be dissected and traced across texts. The intentional use of such rhetorical strategies underscores the manipulator’s acute awareness of audience psychology and the subtle dynamics of narrative framing.

As for the prospects for further research, there can be an empirical investigation into how different demographics interpret and respond to manipulative language could shed light on susceptibility factors, including political affiliation, media literacy, or cognitive biases.

## REFERENCES

1. Abdullai, A. (2025). Manipulative Strategies in Political Discourse: A Critical Discourse analysis of Mahamudu Bawumia's speech in Ghana. *Professional Discourse & Communication*, 6(4), 10–33. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2024-6-4-10-33>
2. Donald Trump hosts first 2024 presidential campaign rally in Waco, Texas Transcript. (n.d.). <https://www.rev.com/transcripts/donald-trump-hosts-first-2024-presidential-campaign-rally-in-waco-texas-transcript>
3. Gasparyan, S., & Harutyunyan, R. (2022). MANIPULATIVE NATURE OF MEDIA-POLITICAL DISCOURSE. *Armenian Folia Anglistika*, 9–22. <https://doi.org/10.46991/AFA/2022.18.1.009>.
4. Gasparyan, S., & Harutyunyan, R. (2021). MANIPULATIVE SPEECH: a THEORETICAL OVERVIEW. *Armenian Folia Anglistika*, 17(2 (24)), 11–26. <https://doi.org/10.46991/afa/2021.17.2.011>
5. Hoffman, R. (2024, September 11). *READ: Harris-Trump presidential debate transcript*. ABC News. <https://abcnews.go.com/Politics/harris-trump-presidential-debate-transcript/story?id=113560542>

### About the author

Ткачук Андрій Васильович— студент Київського Столичного Університету імені Бориса Грінченка з групи МЛІАм-1-23-2.0д.

Tkachuk Andriy Vasyliovych is a student of Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University from the group MLAm-1-23-2.0d.

УДК 81.11

## KATE MIDDLETON'S AND MEGHAN MARKLE'S IMAGE IN THE MEDIA: CORPUS AND PRAGMATIC ANALYSIS

Katasonova Oleksandra

6th year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University

[ookatasonova.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:ookatasonova.frgf23m@kubg.edu.ua)

## ОБРАЗ КЕЙТ МІДДЛТОН ТА МЕГАН МАРКЛ У МЕДІА: КОРПУСНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ

Катасонова Олександра

студентка 6 курсу Факультету романо-германської філології

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

[ookatasonova.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:ookatasonova.frgf23m@kubg.edu.ua)

*This article presents the study of lexis in the articles about Katherine, Princess of Wales's and Meghan, Duchess of Sussex's relationship history with their husbands. In order to conduct the analysis, the [text analysis software](#) Sketch engine was used, which allows multiple tools, such as corpus-derived summaries, collocation search, keyword extraction, etc. These tools, alongside with the pragmatic analysis, have provided the opportunity to come up with the wholesome portrait of each of both Meghan Markle and Kate Middleton in the media. The purpose of this paper is to study the lexical features and the frequency of use of certain words in the articles published by various media resources, such as BBC, The New York Times, Cosmopolitan, Vogue, Daily Mail, People, etc. to mark the beginning of couples' relationship (90 articles were analyzed). After conducting the corpus analysis, we focused on the verbs used in the articles and structured them with the help of the pragmatic analysis, enabling to see the differences in the linguistic choices of the media, contributing to the social bias regarding these public figures. The pragmatic analysis shows that the articles about both Kate and Meghan share similar assertives (say, know, see, look, think, share, include, keep, accord, use, feel, seem, reveal) and directives (ask, tell, announce, want, meet, follow), however, expressives and commissives differ. Most commonly used expressives in the articles about Katherine include such verbs as enjoy, celebrate, feel, **help**, **whereas the expressives in the articles about Meghan are the following:** feel, love, celebrate, hope. These difference contributes to the social bias, portraying Kate as the royal family member-to be, who is committed and actively engaged and ready to assist in the first place, whereas in the article's about Meghan, her emotiveness is emphasized and mission alongside with the future duties are overshadowed. Another notable finding concerns the **commissive verbs** used in media coverage. In articles about Katherine, the most frequently used commissives include leave, date, marry, and join, whereas in those*

*about Meghan, they are date, work, write, and step. This distinction highlights differences in their backgrounds and the ways their life purposes are framed—Kate's coverage emphasizes relationships and integration into the royal family, while Meghan's focuses more on her professional career and personal initiatives. The findings allow us to trace changes in lexical preferences used by the media to create the primary public images of the women, depicting how one part of speech solely can shape the public portrait of a person.*

**Key words:** *corpus analysis, pragmatic analysis, speech act theory, media discourse, public portrait, biases, Meghan Markle, Kate Middleton*

*Стаття присвячена дослідженню лексики в статтях про історію стосунків Кейтлін, принцеси Вельської та Меган, герцогині Сассекської, з їхніми чоловіками. Для проведення аналізу було використано програмне забезпечення Sketch engine, яке підтримує численні інструменти для проведення корпусного аналізу, такі як перекази на основі корпусу, пошук за словосполученнями, виокремлення ключових слів тощо. Ці інструменти, разом з прагматичним аналізом, уможливили створення повноцінного портрету Меган Маркл і Кейт Міддлтон у ЗМІ. Метою даної роботи є дослідження лексичних особливостей та частоти вживання певних слів у статтях, опублікованих різними медіа-ресурсами, такими як BBC, The New York Times, Cosmopolitan, Vogue, Daily Mail, People тощо, у період початку стосунків між парами (було проаналізовано 90 статей). Після проведення корпусного аналізу ми зосередилися на дієсловах, використаних у статтях, і структурували їх за допомогою прагматичного аналізу, що дозволило побачити відмінності в мовному виборі ЗМІ, який сприяє суспільній упередженості щодо цих публічних діячок. Прагматичний аналіз демонструє, що статті про Кейт і Меган мають схожі асертиви (say, know, see, look, think, share, include, keep, accord, use, feel, seem, reveal) і директиви (ask, tell, announce, want, meet, follow), однак експресиви та комісиви відрізняються. Найчастіше вживаними експресивами в статтях про Кейтлін є такі дієслова, як enjoy, celebrate, feel, **help**, тоді як експресиви в статтях про Меган наступні: feel, love, celebrate, hope. Ці відмінності сприяють виникненню соціальної упередженості, зображуючи Кейт як майбутнього члена королівської сім'ї, яка є відданою, активно залученою та готовою допомагати, тоді як у статтях про Меган підкреслюється її емоційність, а місія разом із майбутніми обов'язками затьмарюється почуттями. Інший вартий уваги висновок стосується комісивів, які використовуються у ЗМІ. У статтях про Кейтлін найчастіше вживані комісиви включають leave, date, marry, та join, в свою чергу, у статтях про Меган серед таких дієслів є are date, work, write, та step. Ця відмінність підкреслює різницю в їхньому походженні та спосіб формування їхніх життєвих цілей —у статтях про Кейт простежується більший*

*наголос на стосунках та інтеграції в королівську сім'ю, у той час як Меган статті про Меган відсилають до її професійної кар'єри та особистих ініціатив. Отримані дані дозволяють нам простежити зміни в лексичних уподобаннях ЗМІ для створення первинних публічних образів жінок. Вони також демонструють, як одна частина мови може сформувати публічний портрет людини.*

**Ключові слова:** *корпусний аналіз, прагматичний аналіз, теорія мовленнєвих актів, медіадискурс, публічний портрет, упередження, Меган Маркл, Кейт Міддлтон*

**Вступ.** Інтерес публіки до королівської родини неможливо заперечувати, однак цей інтерес примножився з появою нових потенційних принцес на горизонті. Кейт Міддлтон та Меган Маркл миттєво отримали увагу публіки, однак їхнє сприйняття суспільством кардинально відрізнялося з першого дня у медійному просторі. Упередженість в ЗМІ є розповсюдженим явищем, присутнім у всіх виданнях та у всіх типах новин. Цей термін відповідає мовному вибору журналістів при висвітленні певних подій, адже зазвичай цей вибір ґрунтується на існуючих у суспільстві ідеологіях (Zhou, 2022). Така упередженість може бути викрита завдяки аналізу лексичного вибору авторів статей. Одним з найефективніших способів аналізу лексики та підґрунтя для її вживання є корпусний аналіз (McEnery, Hardie, 2012). Такий вид аналізу відбувається за допомоги спеціально розроблених програмних забезпечень, які дозволяють аналізувати шари тексту та отримувати кількісні докази упередженості шляхом визначення ключових слів, найбільш часто вживаних слів, різних частин мови, тощо (Flowerdew, 2023).

Ще одним ефективним інструментом у виявленні упередженості в медіа є прагматичний аналіз, та одне з його відгалужень - Теорія мовленнєвих актів. Ця теорія була започаткована в межах лінгвістичної філософії (Дж.Остін, П.Стросон, Дж.Серль), її головним складником є мовленнєвий акт – мовленнєва пропозиція, наділена комунікативною метою (Nordquist, 2024). За Серлем, у процесі мовлення мовець здатен виконати п'ять типів мовленнєвих актів: асертиви, експресиви, комісиви, декларативи та дірективи (Zaib, Mahmood, 2023). Ця теорія сприяє аналізу кожного слова поза його буквальним змістом та допомагає зрозуміти як кожне слово функціонує під час мовлення (Nordquist, 2024).

Обидва види аналізу довели свою ефективність у виявленні упередженості ЗМІ та висвітленні різниці вербальних портретів Кейт Міддлтон та Меган Маркл у медіа. Корпусний аналіз дозволив виокремити дієслова, що вживались у статтях про обидвох персон, та показати частоту їх вживання, в свою чергу, прагматичний аналіз допоміг класифікувати їх за теорією мовленнєвих актів.

**Мета.** Проаналізувати статті, що маркують початок стосунків Меган Маркл та Кейт Міддлтон з їхніми чоловіками, виявити упередженість ЗМІ у цих статтях та створити вербальний портрет Принцеси Вельської та Герцогині Сасекської за допомоги корпусного та прагматичного аналізу дієслів.

**Результати досліджень.** Для проведення дослідження використовувалося програмне забезпечення Sketch Engine. Програма, що проводить аналіз тексту, відображає частоту та контекст вживання слів (Kilgarriff, 2014). Sketch Engine має багато інструментів для аналізу тексту та створення корпусу, одним з них є Word List – функція, що генерує списки слів за частотою вживання (Kilgarriff, 2014). Саме Word List став у нагоді під час проведення цього дослідження.

Спочатку ми створили корпуси на основі статей про Кетрін та Меган окремо та згенерували Word list з вжитих у статтях дієсловах.

verb (1,092 items | 10,457 total frequency)

Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓
1 be	2,277 ***	14 want	87 ***	27 date	47 ***	40 seem	37 ***
2 have	905 ***	15 announce	87 ***	28 find	47 ***	41 write	36 ***
3 say	225 ***	16 meet	83 ***	29 include	45 ***	42 reveal	32 ***
4 do	222 ***	17 think	74 ***	30 feel	45 ***	43 ask	32 ***
5 go	154 ***	18 share	71 ***	31 join	43 ***	44 put	30 ***
6 make	142 ***	19 give	69 ***	32 accord	42 ***	45 turn	30 ***
7 take	138 ***	20 come	65 ***	33 use	41 ***	46 decide	30 ***
8 get	133 ***	21 leave	64 ***	34 start	41 ***	47 appear	30 ***
9 know	115 ***	22 attend	60 ***	35 keep	41 ***	48 add	30 ***
10 become	108 ***	23 follow	57 ***	36 celebrate	39 ***	49 photograph	29 ***
11 tell	96 ***	24 wear	53 ***	37 work	38 ***	50 watch	28 ***
12 look	93 ***	25 spend	50 ***	38 enjoy	37 ***		
13 see	90 ***	26 marry	48 ***	39 move	37 ***		

Рис.1. Wordlist згенерований на основі статей про Кейт Міддлтон

verb (1,092 items | 10,457 total frequency)

Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓
1 be	2,277 ***	14 want	87 ***	27 date	47 ***	40 seem	37 ***
2 have	905 ***	15 announce	87 ***	28 find	47 ***	41 write	36 ***
3 say	225 ***	16 meet	83 ***	29 include	45 ***	42 reveal	32 ***
4 do	222 ***	17 think	74 ***	30 feel	45 ***	43 ask	32 ***
5 go	154 ***	18 share	71 ***	31 join	43 ***	44 put	30 ***
6 make	142 ***	19 give	69 ***	32 accord	42 ***	45 turn	30 ***
7 take	138 ***	20 come	65 ***	33 use	41 ***	46 decide	30 ***
8 get	133 ***	21 leave	64 ***	34 start	41 ***	47 appear	30 ***
9 know	115 ***	22 attend	60 ***	35 keep	41 ***	48 add	30 ***
10 become	108 ***	23 follow	57 ***	36 celebrate	39 ***	49 photograph	29 ***
11 tell	96 ***	24 wear	53 ***	37 work	38 ***	50 watch	28 ***
12 look	93 ***	25 spend	50 ***	38 enjoy	37 ***		
13 see	90 ***	26 marry	48 ***	39 move	37 ***		

Рис.2. Wordlist згенерований на основі статей про Кейт Міддлтон

Наступним кроком став прагматичний аналіз дієслів, на основі Теорії мовленнєвих актів. Кожне дієслово було проаналізоване за п'ятьма типами мовленнєвих актів.



За Джоном Остіном, мовленнєві акти поділяються на локутивні (власне акт вимовляння звуків та слів) та іллокутивні (надання цим мовним одиницям значення) (Nordquist, 2024). Саме іллокутивні акти були проаналізовані під час проведення дослідження та поділені за класифікацією Джона Серла (Zaib, Mahmood, 2023). У ході дослідження з'ясувалося, що асертиви, декларативи та директиви в статтях про обидвох постатей не мають разючих відмінностей, що обумовлено функцією статей та позиціонуванням обох жінок (обидві були в статусі партнерок королівських осіб).

Отже, речення з вживанням таких мовленнєвих актів здебільшого є подібними та містять загальну інформацію про історію стосунків двох пар.

*“As the pair spent more and more time together, the prince said they found commonalities between them.” (People, 2024)*

*“We're a couple,” Markle said in the October issue of Vanity Fair.” (Business Insider, 2017)*

В обох реченнях авторами статей було вжито найбільш розповсюджений асертив *say* з однаковою метою – передачею цитат мовців.

Ще одним прикладом асертиву, вжитим з однаковою метою, є слово *reveal*. Однак, варто зазначити, що в статтях про стосунки Меган Маркл та Принца Гаррі це дієслово вживалося значно частіше (67 у статтях про Меган проти 32 у статтях про Кейт), що створює враження сильнішого прагнення пари тримати стосунки в секреті.

*«Kate Middleton's brother James reveals how the Princess of Wales told him she was marrying Prince William» (Tatler, 2024)*

*«Prince Harry and Meghan Markle reveal details of how they met» (Hello ,2024)*

Директив *announce* був часто вживаним у статтях про обох постатей, адже функцією цих груп статей було повідомлення про початок стосунків пар.

*«William, 24, and 25-year-old Kate had been widely expected to announce their engagement and one bookmaker even stopped taking bets on a betrothal earlier this year.» (BBC,2010)*

*«Buckingham Palace announced that Prince Harry and Meghan would spend the holidays with Meghan's mother.» (People, 2024)*

Не зважаючи на подібність способу подачі інформації, деякі відмінності все ж були присутні. В більшості, вони стосувались комісивів та експресивів, а особливо частоти їхнього вживання. Саме цей аспект може бути ознакою упередженості ЗМІ та впливати на соціальне сприйняття постатей.

Найчастіше вживані комісиви в статтях про Кетрін, Принцесу Вельську містять: *leave, date, marry, join, start, work*. Водночас, в статті про Меган, Герцогиню Сасекську ці дієслова є дещо відмінними: *date, work, write, step, move, find*. Цей нюанс може мати вплив на читача та створювати певне враження про обох жінок. Для Кетрін – людини, готової стати частиною

королівської родини, тоді як для Меган – незалежної особистості з яскравим кар’єрним минулим.

Цей висновок підкріплюється прикладами:

«*Kate previously joined William on a family holiday back in 2005, but took great care not to be seen with the royals in front of any cameras*» (Cosmopolitan, 2025) – вжито комісив *join*

«*I'm willing to learn quickly and work hard,*” Middleton told reporter Tom Bradby during their official engagement interview.» (Vogue, 2022) – вжито комісив *work*, у значенні «працювати», виконуючи королівські обов’язки.

«*We were very quietly dating for about six months before it became news, and I was working during that whole time*” (USA Today, 2017) – цитата Меган Маркл. Вжито комісив *date* та *work*, в контексті її особистої кар’єри.

«*Us Weekly wrote that Prince Harry made a top-secret visit to Toronto in October, where Markle was filming her show, and claimed it was*» (Brides, 2024) – вжито комісив *write* (один з найбільш часто вживаних комісивів у статтях про Меган) на позначення втручання журналістів в особисте життя пари.

Значний вплив на сприйняття Меган та Кейт суспільством також мають експресиви. Вибір та частота їх вживання різняться та створюють два полярних образи для жінок. Найбільш часто вживаними експресивами в статтях про Кейт є дієслова *enjoy, celebrate, feel, help, delight*. У свою чергу, цей тип слів у Меган є відмінним: *feel, love, celebrate, hope, enjoy*. Такий вибір експресивів явно висвітлює Кетрін як людину, віддану своїм обов’язкам та задоволену своєю роллю та сприяє образу «ідеальної принцеси» для мешканців Сполученого Королівства, однак акцент на почуттях та, власне, коханні автори статей не ставлять. Водночас, образ Меган є більш романтичним та сфокусованим на почуттях закоханості, ніж на обов’язках що передбачає новий статус жінки. «*Kate, in turn, enjoyed spending time at all of the various family homesteads William brought her to.*» (Enews, 2024) – вжито експресив *enjoy*, найчастіше вживаний експресив у статтях про Кетрін, на позначення її насолоди від проведення часу з королівською родиною.

«*At the time, it felt like a fantastical moment in a real-life fairy tale*» (Vogue, 2022)– вжито експресив *feel*, який також є часто вживаним у статтях про Меган. У контексті почуття щастя та особливості моменту, який проживала Принцеса Вельська.

«*Markle admits that she's dating the prince and says they're "in love"*» (Geo News, 2024) – вжито експресив *love* на позначення готовності та відкритості Меган до розмов про силу романтичних почуттів.

«When you're talking to her, you feel like you're the only person on the planet. And it's just wonderful to see her so in love.» (Vanity Fair, 2017) – вжито експресив *feel* на позначення сильних романтичних почуттів.

**Висновки та перспективи досліджень.** Не зважаючи на те, що для аналізу була обрана лише одна частина мови, нам вдалося висвітлити упередженість ЗМІ, присутню з перших статей про Принцесу Вельсу та Герцогиню Сасекську в медіа. Попри те, що авторами статей були вжиті схожі асертиви, декларативи та дискриптиви, що обумовлюється схожою метою та загальним тоном статей, різниця вживання експресивів та комісивів дозволяє чітко простежити відмінності у вербальних портретах постатей.

Вибір комісивів та експресивів у статтях про Кетрін, створює враження відданої своїм обов'язкам людини, що прагне та бачить своє щастя у служінні родині та країні. Водночас, у статтях про Принцесу Вельську, відсутній акцент на романтичні почуття, що сприяє створенню дещо відстороненого, піднесеного образу в першу чергу властивого політичним діячам та публічним особистостям. Вербальний портрет Кейт демонструє її як людину, що відчуває щастя та задоволення від допомоги родині свого партнера.

В свою чергу, комісиви та експресиви у статтях про Меган підкреслюють силу її почуттів, та створюють враження її приземленості і простоти, адже почуття закоханості знайомо всім. Водночас, великий акцент стоїть на кар'єрі Меган, її здобутках та професійних досягненнях до початку стосунків. Тоді як мова про виконання обов'язків та допомогу королівській родині майже не йдеться.

Таким чином, корпусний та прагматичний аналіз дієслів демонструє Кейт як людину, щасливу розділити нові обов'язки та стати частиною родини та Меган, як незалжену особистість, що фокусується на кар'єрі та відкрито ділиться своїми сильними почуттями до майбутнього чоловіка. Цей образ, створений на самому початку стосунків, лишається актуальним та підкріплюється новими статтями ЗМІ про цих постатей.

Медіа, безперечно, має помітний вплив на наше сприйняття публічних особистостей, здатність розпізнавати упередженість медіа та мовленнєві прийоми, які автори статей обирають для створення портрету певної постаті є надважливою навичкою з великим потенціалом для подальшого дослідження в межах філології та соціології. Подальші дослідження теми необхідні для виявлення упередженості ЗМІ та впливу, який це явище чинить на суспільство. Варто зазначити, що упередженість ЗМІ існує в статтях на різноманітні теми та формує образи різноманітних політичних та культурних постатей, а отже подальші дослідження цієї теми та шляхів боротьби з нею є необхідністю та мають невичерпний потенціал.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ірина Семенюк Зюмрютдал. (2023). *Теорії мовленнєвих актів у XXI столітті*. International Science Journal of Education & Linguistics, 2(5), 10–14. <https://doi.org/10.46299/j.isjel.20230205.02>
2. Bickerstaff, I. (2024, September 19). *Kate Middleton's brother James Middleton reveals how the Princess of Wales told him she was marrying Prince William*. Tatler. <https://www.tatler.com/article/james-middleton-reveals-how-the-princess-of-wales-told-him-she-was-marrying-prince-william>
3. Finn, N. (2024, January 9). *How Prince William Got Serious and Started Treating Kate Middleton Like a Queen*. E! Online; E! News. <https://www.eonline.com/news/1036152/how-prince-william-finally-got-serious-about-kate-middleton-and-stopped-putting-their-romance-at-ris>
4. Flowerdew, L. (2023). *Corpus-based discourse analysis*. Routledge eBooks, 126–138. <https://doi.org/10.4324/9781003035244-11>
5. Kashner, S. (n.d.). *Cover Story: Meghan Markle, Wild About Harry!* Vanity Fair. <https://www.vanityfair.com/style/2017/09/meghan-markle-cover-story>
6. Kate Middleton and Prince William's Relationship Timeline. (n.d.). *Peoplemag*. <https://people.com/royals/kate-middleton-prince-william-relationship-timeline/>
7. Kilgariff, A., Baisa, V., Bušta, J., Jakubiček, M., Kovář, V., Michelfeit, J., Rychlý, P., & Suchomel, V. (2014). *The Sketch Engine: ten years on*. Lexicography, 1(1), 7–36. <https://doi.org/10.1007/s40607-014-0009-9>
8. Mabaquiao, N. (2018). *Speech Act Theory: From Austin to Searle*. Augustinian: A Journal for Humanities, Social Sciences, Business, and Education, 19, 35-45.
9. McDermott, M. (2017, September 5). *Meghan Markle finally speaks about dating Prince Harry: "We are in love."* USA TODAY. <https://www.usatoday.com/story/life/entertainthis/2017/09/05/meghan-markle-finally-speaks-dating-prince-harry/632217001/>
10. McEnery, T., & Hardie, A. (2012). *Corpus Linguistics*. Cambridge University Press.
11. Murphy, N. (2024, March 27). *Meghan Markle's inconsistencies with secret Prince Harry first date explained*. HELLO! <https://www.hellomagazine.com/brides/516268/meghan-markle-inconsistencies-secret-first-date-prince-harry-explained/>
12. Nast, C. (2017, February 14). *How Prince William Met Kate Middleton: Their Royal Romance Over the Years*. Vogue. <https://www.vogue.com/article/kate-middleton-prince-william-romance-look-back>
13. Nordquist, R. (2024). *Speech-Act Theory: Definition and Examples*. ThoughtCo. <https://www.thoughtco.com/speech-act-theory-1691986>
14. Prince Harry and Meghan Markle's Relationship Timeline. (n.d.). *Brides*. <https://www.brides.com/story/meghan-markle-prince-harry-relationship-timeline>
15. Prince Harry and Meghan Markle's Relationship Timeline. (n.d.). *Peoplemag*. <https://people.com/royals/prince-harry-meghan-markle-romance-timeline/>
16. Salaky, K. (2018, May 17). *Prince Harry and Meghan Markle: Their relationship timeline*. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/are-prince-harry-meghan-markle-still-dating-2017-7>
17. Savin, J., & O'Connor, A. (2020, September 21). *17 photos of Prince William and Kate Middleton before they were married*. Cosmopolitan. <https://www.cosmopolitan.com/uk/reports/a34094357/young-prince-william-kate-middleton-photos-dating-before-married>
18. Zaib, Z., Shah, S. K., & Ilyas Mahmood, M. (3 C.E.). *A Comparative Analysis of Searle's Speech Act Theory and Cohen's Model: An Exploration of the Social Contexts in Which Explicit and Implicit Speech Acts Are Used* [Review]. Journal of Development and Social Sciences, 4(3), 1224–1235. [https://doi.org/10.47205/jdss.2023\(4-III\)114](https://doi.org/10.47205/jdss.2023(4-III)114)
19. Zhou, Z. (2022). *Discourse Analysis: Media Bias and Linguistic Patterns on News Reports*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 637. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220131.049>

УДК 811.111-26:659.4

**АНГЛОМОВНИЙ РЕКЛАМНИЙ СЛОГАН: СЕМІОТИЧНО-ЛІНГВОУНІВЕРСОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ**

**Олена Бевз**

студентка 6 курсу Факультету романо-германської філології  
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка  
[oybevz.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:oybevz.frgf23m@kubg.edu.ua)

**ENGLISH ADVERTISING SLOGAN: A SEMIOTIC UNIVERSALIA-ORIENTED ANALYSIS**

**Olena Bevz**

6th-year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology  
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University  
[oybevz.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:oybevz.frgf23m@kubg.edu.ua)

*У статті здійснено семіотичний та універсологічний аналіз рекламних слоганів, що дозволяє виявити ключові аспекти їхнього функціонування в глобальній комунікації. Рекламні слогани, завдяки своїй лаконічності, культурному значенню та ролі в рекламному середовищі, є важливими одиницями для семіотичних досліджень. Постановка проблеми полягає у необхідності дослідження слоганів з урахуванням як структуралістських, так і постструктуралістських підходів, оскільки значення слоганів не є фіксованим, а формується в результаті взаємодії лінгвістичних, культурних і соціальних контекстів. Метою статті є аналіз семіотичних елементів та культурних маркерів, що визначають ефективність слоганів у глобальному середовищі. Огляд літератури показує, що слогани поєднують локальні та глобальні елементи, конденсуючи культурні уявлення, одночасно спекулюючи на універсальних людських цінностях. У результаті дослідження проаналізовано вибірку слоганів провідних брендів, зокрема із періоду 2020 – 2023 років, що відображають глобальні тренди постпандемічного етапу та соціальних трансформацій. Здійснено кількісний та якісний аналіз, що дозволяє виявити мовні конструкти та семіотичні стратегії, які сприяють глобалізації та адаптації брендів до культурних контекстів. У дослідженні також висвітлюються методи адаптації слоганів до різних культурних середовищ, що сприяє їхній ефективності на міжнародному рівні. Результати дослідження підтверджують, що слогани є не лише мовними одиницями, а й потужними інструментами формування культурних наративів, що поєднують елементи локальної специфіки та універсальних символів. Таким чином, слогани виконують роль мосту між різними культурами, сприяючи ефективній комунікації на міжнародному рівні. Це дослідження розкриває важливість комбінування структуралістських та постструктуралістських методів для глибшого розуміння динаміки рекламної комунікації на глобальному рівні.*

**Ключові слова:** рекламні слогани, семіотичний підхід, універсологічний підхід, структуралізм, постструктуралізм, культурні маркери.

*The article carries out a semiotic and universological analysis of advertising slogans, which allows us to identify key aspects of their functioning in global communication. Advertising slogans, due to their brevity, cultural significance and role in the advertising environment, are*

*important units for semiotic research. The issue is the need to study slogans taking into account both structuralist and post-structuralist approaches, since the meaning of slogans is not fixed, but is formed as a result of the interaction of linguistic, cultural and social contexts. The aim of the article is to analyze semiotic elements and cultural markers that determine the effectiveness of slogans in the global environment. A literature review shows that slogans combine local and global elements, condensing cultural representations, while speculating on universal human values. As a result of the research, a sample of slogans of leading brands was analyzed, in particular from the period 2020 – 2023, reflecting global trends of the post-pandemic stage and social transformations. Quantitative and qualitative analysis was carried out to identify linguistic constructs and semiotic strategies that contribute to globalization and the adaptation of brands to cultural contexts. The article also highlights methods for adapting slogans to different cultural environments, which contributes to their effectiveness at the international level. The results of the research confirm that slogans are not only linguistic units, but also powerful tools for forming cultural narratives that combine elements of local specificity and universal symbols. Thus, slogans act as a medium between different cultures, contributing to effective communication at the international level. This article discloses the importance of combining structuralist and post-structuralist methods for a deeper understanding of the dynamics of advertising communication at the global level.*

**Keywords:** *advertising slogans, semiotic approach, universological approach, structuralism, post-structuralism, cultural markers.*

**Вступ.** Слогани як специфічні мовні знаки включаються до дискурсивних конструктів, зокрема, рекламного жанру, та створюють або підсилюють низку ілокутивних ефектів, що призводять до очікуваної перлокуції (споживання рекламованого товару або послуги). Дослідження має на меті виявлення зв'язку між типологічними ознаками вказаних знаків та універсальною ієрархією смислів, реалізованих у просторі рекламного дискурсу.

**Постановка проблеми.** Незважаючи на те, що рекламна взаємодія відіграє ключову роль у формуванні культурних смислів і соціальної ідентичності, значення рекламного слогану постає не фіксованим. Воно формується у складній взаємодії структури мовного зразка, культурного контексту та сприйняття аудиторії. Поєднання цих двох течій надає змогу проаналізувати, як слогани функціонують у глобальному медіапросторі, зокрема в іноземному сегменті, де англійська мова виконує роль «lingua franca» у корпоративній комунікації. Таким чином, дослідження зумовлене потребою у міждисциплінарному підході до аналізу рекламного слогану як семіотичної одиниці, що містить у собі культурні, лінгвістичні та соціальні точки зору.

**Мета.** Стаття має на меті розкрити лінгвоуніверсологічний підхід до реконструкції значень і смислів, закодованих у внутрішній формі рекламних слоганів, та окреслити наявні приклади у межах культурного, географічного та стилістичного аспектів.

**Огляд літератури.** Одночасно з глобалізацією, слогани конденсують ідентичність та культурні уявлення, поєднуючи локальне та глобальне. Завдяки інвестиціям сучасних світових брендів, слогани резонують багатьом культурам, соціальним угрупованням та георозташуванням. Наші висновки вказують на слогани як на копіювальність тенденцій та смислів, що посилюють свою домінантність на світовому ринку, водночас апелюючи до культурного різноманіття.

Станом на сьогодні, традиційна семіотика зазнала змін (Afrin, 2010). Так як перші семіотичні моделі, окреслені структуралістами, стосуються функцій знаків у фіксованій системі, прикладом може постати твердження Сосюра. Еко та Чендлер зазначають, що послідовники Фердинанда ініціювали перехід від довільного зв'язку між сигніфікатом та сигніфікантом до пластичного та контекстно-чутливого (Еко, 2017; Chandler, 2019).

Нещодавні дослідження слоганів демонструють мовну виваженість, притаманну коротким та влучним висловам. Структуралістські підходи, як зазначає Якобсон (2018), окреслюють такі композиційні елементи слоганів: фонетичні особливості, синтаксичні конструкції та семантичне поле. Ця структура виявилася цінною для об'єктивного розпізнавання патернів, які ідентифікуються в успішних слоганах, створених світовими брендами.

Водночас постструктуралістські теорії під впливом Дерріди та Фуко ставлять під сумнів ідею фіксованого значення, зосереджуючись на нестабільності та перформативній природі мови. Як демонструє Белсі (2021) та аналізує Саїд (2020), слогани не просто відображають статичну реальність. Вони активно формують сприйняття споживача та культурні наративи через заміну, повторення та дифузію смислів. Такі здобутки підкреслюють, що процес інтерпретації залежить від соціокультурного аспекту аудиторії.

Універсологічний підхід у глобальній комунікації ґрунтується на переконанні, що базові людські потреби та комунікаційні процеси є спільними для всіх культур. Цей підхід передбачає, що ефективні стратегії бренду можуть бути розроблені з урахуванням універсальних рис людської природи, зокрема емоційних реакцій, сприйняття кольорів, символів та образів. Однак важливо зазначити, що навіть при використанні універсальних елементів, необхідно враховувати культурні контексти, щоб уникнути непорозумінь або негативних асоціацій. Вказаний підхід акцентує увагу на спільних рисах управлінської діяльності в різних країнах, вважаючи, що культура визначає лише те, як ці процеси проявляються, а не їхню сутність. Це дозволяє компаніям створювати глобальні стратегії, які

зберігають єдину ідентичність бренду, одночасно адаптуючи комунікаційні елементи до місцевих умов (Юхименко, 2020).

Наразі спостерігається тенденція застосування мультидисциплінарного підходу у семіотичному аналізі, комбінуючи власне семіотику, так і соціокультурні чинники. Наприклад, висунено метод підрахунку частотності мовних маркерів з подальшою інтерпретацією культурного символізму (Gunther & Hine, 2019). Його ж простежено у дослідженнях Мартінеса (2022), що розкривають модуляції універсальних мовних зразків у межах локальних культур.

У цьому напрямку деякі сучасні дослідники закликають до нових зрушень. Лім та Пак (2021) розкривають подвійну методологію, яка дозволяє статистично вимірювати мовні особливості, одночасно інтерпретуючи культурні уявлення у семіотичному вимірі. Ця ж методологія яскраво виражена у Чой (2022). Він стверджує, що попри структуралістські методи постструктуралістська перспектива має вирішальне значення для їх адаптивного розуміння, залежного від контексту.

Як зазначає Гарпер (2020) і підтверджує нещодавнє емпіричне дослідження глобальних рекламних кампаній (Sanchez & Irvine, 2021), слогани слугують мікрокосмосом, де мовна влучність поєднується із полікультурою. Культурні маркери, закладені в слоганах, такі як гендерно маркована мова, ідіоматичні вирази та метафоричні конструкції, спекулюють над культурними наративами та ідентичністю бренду. Це, у свою чергу, резонує універсологічному підходові.

Більше того, діджиталізація та глобалізація ускладнюють інтерпретацію слоганів, як показують дослідження в галузі цифрової семіотики (Thompson, 2023). У цифрову епоху слогани еволюціонують в інтерактивному цифровому середовищі, де значення постійно обговорюються різноманітними соціальними прошарками.

Отже, ми стверджуємо, що універсологічний підхід ґрунтується на методах структуралізму та постструктуралізму. Визначення сталих конструкцій слоганів підкріплюється широкою інтерпретацією соціумом та контекстом застосування, а також культурними передумовами, що і утворює мультидисциплінарний аспект.

**Результати дослідження.** Матеріалом дослідження є вибірка рекламних слоганів, зпродюкованих сотнею провідних світових брендів у період із 2020 до 2023 років. Обраний період (2020 – 2023) охоплює етап глобального брендингу в умовах постпандемії та соціальних трансформацій. У цей період значно активізувалась візуально-цифрова комунікація, зросла частка соціальних меседжів у слоганах.

Зосередження на рекламних слоганах як одиницях мови пропонує унікальний погляд на сучасну семіотику. Реклама функціонує і як економічний, і як культурний текст, де взаємодія лінгвістичної точності та культурного символізму має вирішальне значення.



Аналіз слоганів відбувся завдяки як комп'ютерному аналізу, так і нашій оцінці частотності мовних патернів (лексичної щільності, синтаксичних структур, спільних морфем) та ідентифікації семіотичних елементів, таких як індекси, ікони та символи. Паралельно з цим, літературний огляд вище забезпечив контекстуальну основу для аналізу даних. Загалом, змішаний підхід дозволив провести надійний аналіз семіотичних властивостей слоганів, поєднавши кількісні дані з багатою якісною інтерпретацією. Крім того, для поглиблення аналізу були включені метадані для кожного слогану, зокрема тривалість кампанії, носій та географічне охоплення. Цей комплексний набір даних уможливорює інтерпретаційні висновки про те, як провідні світові бренди визначають ідентичність, цінності та культуру за допомогою своїх слоганів.

Аналіз набору даних дав розуміння того, як глобальні бренди будують свої слогани, щоб максимізувати вплив у різних культурних та мовних контекстах. Кількісний аналіз показав, що в середньому слогани містять від 4 до 8 слів, а середня кількість слів становить 6,2. Розрахунки лексичної щільності показали, що понад 70% слоганів складаються з високочастотних морфологічних структур у поєднанні з ретельно відібраними культурно значущими термінами.

Кластерний аналіз підтвердив наявність статистично значущих закономірностей у різних семіотичних вимірах. Результати показали, що:

- Приблизно 65% слоганів використовують алітерацію або риму як мнемонічний прийом, що значно підвищує рівень запам'ятовуваності. Наприклад, Coca-Cola зі слоганом «Taste the Feeling» (*Coca-Cola: Taste the Feeling • Ads of the World™ | Part of The Clio Network*, n.d.) (2016 – 2021, глобальні ТБ-ролики) створює плавний фонетичний ритм. McDonald's «I'm Lovin' It» (*The Story of McDonald's 'I'm Lovin' It': From Jingle to Hit Song*, n.d.) (із 2003 року, понад 100 країн, ТБ, радіо, інтернет, друк) також демонструє повторювані звуки. А також інші: Maybelline – «Maybe she's born with it. Maybe it's Maybelline» (Noonan, 2014) (1991 – 2016, США, ТБ і друкована реклама); L'Oréal – «Because you're worth it» (*Because We're Worth It: Celebrating 50 Years - L'Oréal Paris*, n.d.) (з 1973, глобально, ТБ та соціальні мережі); KFC – «Finger Lickin' Good» (*Creative Review*, n.d.) (з 1956, періодично оновлювався, ТБ та друк, міжнародне охоплення);
- Переважна більшість (близько 80%) слоганів використовують форми наказового способу дієслова, що передбачає прямий заклик до дії та формує активну взаємодію з брендом. Наприклад, слоган Nike «Just Do It» (Wikipedia Contributors, 2019) (із 1988 року, глобальна кампанія, ТБ) мотивує до рішучих дій і самореалізації. Apple «Think Different» (Wikipedia Contributors, 2019) (1997 – 2002, США та Західна Європа, друк, ТБ, постери) апелює до креативності й інтелектуального ідеалу. Інші приклади: Red Bull – «Red Bull gives you wings» (*Red Bull Energy Drink – Надає крила*, 2023) (з 1997 року, міжнародна кампанія,

анімаційна ТБ-реклама), що спонукає до енергійного стилю життя; Adidas – «Impossible is nothing» (Primitive Agency, 2024) (2004 – 2012, глобальне охоплення, ТБ, спортивні події, мережа магазинів); а також Mastercard – «Start Something Priceless» (Home, 2019) (із 2018, глобально, цифрові платформи, відео), що закликає до емоційної та соціальної дії.

- Понад 55% слоганів містили культурно-специфічні посилання або метафори. Наприклад, слоган Google «Do the Right Thing» (Fi, 2024) («Роби правильні речі») (з 2024 року, США, внутрішньокорпоративні та зовнішні комунікації) апелює до етичних норм та інституційної відповідальності. Ford «Built Ford Tough» (Ford, 2020) («Міцний Ford») (з 1979 року, Північна Америка, ТБ, друк, білборди) відсилає до етичних конструкцій та культурно-резонансних символів (наприклад, міцність, надійність), які виходять за межі національних кордонів. Подібно, слоган De Beers «A Diamond is Forever» (Constantin Torgoni, 2024) (із 1947 року, міжнародна кампанія, друкована реклама, журнали, телебачення) культурно кодує поняття вічного кохання. Levi's «Quality Never Goes Out of Style» (*Product Quality and Safety*, n.d.) (2010, США та Європа, ТБ, вітрини, друк) символізує стабільність та класичну моду. Слоган Disneyland «The Happiest Place on Earth» (*Discover Your Happiest Place on Earth | Disneyland Resort*, n.d.) (з 1955 року, глобально, ТБ, сувенірна продукція) закріплює утопічну метафору щастя як брендову обіцянку.

Доповнюючи ці дані, інтерпретаційний аналіз показав, що семіотичні стратегії тісно переплітаються з культурним позиціонуванням брендів. Звернення до універсальних людських цінностей – свобода, розширення можливостей та довіра – найяскравіше простежується в слоганах, які досягли високого рівня глобального визнання.

Порівняльний аналіз між регіонами також показав, що хоча структурна основа слоганів залишалася загалом незмінною, накладання культурних маркерів варіювалося. У Сполучених Штатах слогани підкреслювали індивідуальність та інновації, тоді як на європейських ринках більший акцент робився на спільноті та сталому розвитку. Аналіз слоганів таких брендів, як Adidas та Unilever, проілюстрував ці регіональні семіотичні відмінності, навіть коли основний слоган англійською мовою залишався незмінним. Крім того, за допомогою теорії структуралізму було визначено, що найпоширенішим синтаксичним шаблоном (який спостерігався у 42% відібраних даних) була конструкція «дієслово + об'єкт». Цей конструкт виявлено у таких слоганах, як «Empower Your World» (World, 2025) та «Inspiring Greatness» (Rolls-Royce, 2024), підкреслюючи намір брендів викликати негайні та відчутні дії.

Натомість постструктуралізм підкреслив численні шари значення, що виникають у результаті деконструкції цих слоганів. Наприклад, слоган Nike «Just Do It» (Wikipedia Contributors, 2019) інтерпретується як заклик до подолання звичної інерції, але водночас запрошує до множинності інтерпретацій залежно від особистого та культурного контексту

аудиторії. Заклик функціонує не лише як інструкція, а також як відтворення стилю життя та філософії.

Інтеграція обох теоретичних гілок в рамках аналізу також дозволила дослідити гіпертекстуальність у рекламних слоганах. У багатьох випадках досліджувані одиниці функціонували як означення не лише в межах самої реклами, а також із власне ширшими наративами бренду, поширеними на цифрових платформах. Це явище було особливо помітним у слоганах інтерактивних маркетингових кампаній, де користувацький контент і залучення соціальних мереж створювали багаторівневі та динамічні процеси.

Тут прикладом може слугувати світовий бренд напоїв, слоган якого – «Refresh Your Spirit» (839K Views · 4.6K Reactions | *PRAN Litchi Drink* | *Refresh Your Spirit with PRAN Litchi Drink*. #PRANLitchiDrink #EnjoyWithLitchi #LitchifyYourLife | by PRAN Litchi Drink | Facebook, 2022). Гасло проаналізовано з використанням як структуралістських маркерів, що визначають лаконічну пару дієслово + об'єкт, так і постструктуралістських тверджень, які підкреслюють метафоричний вимір «духу» як такого, що викликає настрій та енергію. Дана дуальність відображає наступне: ефективна корпоративна мова працює на кількох рівнях, одночасно посилюючи структурні очікування та беручи участь у гнучкому, динамічному конструюванні значення.

Окрім цього, ми з'ясували, що типова класифікація знаків, таких як ікони (візуальні та вербальні символи), індекси (контекстуальні сигнали) та символи (абстрактні позначення), відповідає послідовній моделі для різних брендів. Кількісно, іконічні знаки присутні у 68% слоганів, індексальні – у 47%, а символічні – у 55%. Наприклад, глобальні слогани, які використовували візуал у тандемі з текстовими підказками, такі як «Capture the Moment» (Nikon Canada, 2015) від провідного технологічного бренду Nikon, демонстрували високу сумісність між семіотичними структурами та очікуваним досвідом споживача.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Підсумовуючи, можемо стверджувати, що місцева адаптація суспільних цінностей за допомогою культурних маркерів значно підвищує ринкову ефективність слогану. Ефективні слогани – це ті, що балансують між універсальною привабливістю та локальною релевантністю, тим самим максимізуючи свою семіотичну силу в різних культурних ландшафтах. Зібрані дані демонструють, що, незважаючи на наявність сталих мовних конструктів, нашарування культурних маркерів і символічних посилень має вирішальне значення для залучення різноманітних аудиторій. Отримані результати підтверджують, що рекламодавці значною мірою покладаються на лаконічні, імперативні мовні структури у поєднанні з культурно-резонансними символами для створення слоганів, які водночас є універсальними та контекстуально-адаптивними. А результати статистичного аналізу та якісної оцінки частотності підтверджують, що ефективність слогану

полягає в його здатності працювати як на структурному рівні – через впізнавані граматичні та фонетичні конструкти, так і на семіотичному рівні – через звернення до культурного досвіду. Таким чином, рекламний слоган функціонує як семіотичний артефакт, що одночасно виконує прагматичну, естетичну, культурну та ідеологічну функції. Отже, він є точкою перетину між комерційною метою і культурною репрезентацією, а тому потребує комплексного підходу до аналізу. Щодо подальших перспектив дослідження, варто розглянути поглиблений аналіз візуально-вербальної взаємодії у слоганах.

## REFERENCES

1. Afrin, S. (2010). Semiotic Interpretation of Bangla Ligatures: An Introduction. Dhaka University Journal of Linguistics. <https://doi.org/10.3329/dujl.v2i3.4147>
2. Chandler, D. (2019). Semiotics: The Basics. Routledge.
3. Choi, Y. (2022). The Dynamics of Advertising Language: A Semiotic Perspective. Journal of Advertising Research, 62(3), 221-237.
4. *Discover Your Happiest Place on Earth | Disneyland Resort*. (n.d.). Disney Parks. <https://disney.com/au/disneyland/your-happiest-place-disney/>
5. Eco, U. (2017). Semiotics and the Philosophy of Language. Indiana University Press.
6. Fi. (2024, September 9). *Do the Right Thing: Putting Google's Motto into Practice - Silverbullet*. Silverbullet. <https://wearesilverbullet.com/debunked-series/do-the-right-thing-putting-googles-motto-into-practice/>
7. Ford. (2020). *Built Ford Tough*. Ford Corporate. <https://corporate.ford.com/about/culture/built-ford-tough.html>
8. Foster, J. (2020). Linguistic Economy and Cultural Resonance in Slogan Design. Quantitative Linguistics, 27(3), 345-364.
9. 839K views · 4.6K reactions | *PRAN Litchi Drink | Refresh your spirit with PRAN Litchi Drink. #PRANLitchiDrink #EnjoyWithLitchi #LitchifyYourLife | By PRAN Litchi Drink | Facebook*. (2022). Facebook.com. <https://www.facebook.com/pranlitchidrink.in/videos/pran-litchi-drink/371444857811089/>
10. Noonan, K. (2014, June 24). *Maybe It's Maybelline*. Youtube.com. <https://www.youtube.com/watch?v=ZDO-2qce1oI>
11. Olsen, M. (2020). Imperatives in Advertising: A Cross-Cultural Study. Journal of Pragmatics, 156, 55-70.
12. Primitive Agency. (2024, August 16). *Primitive Agency*. Primitive Agency. <https://primitiveagency.com/impossible-is-nothing-the-story-behind-adidas-famous-slogan/>
13. *Product Quality and Safety*. (n.d.). Levi Strauss & Co. <https://www.levistrauss.com/sustainability-report/governance/product-quality-and-safety/>
14. *Red Bull Energy Drink – Надає кришину*. (2023, June 14). Red Bull. <https://www.redbull.com/ua-uk>
15. Rolls-Royce. (2024). *Inspiring Greatness*. [www.rolls-roycemotorcars.com. https://www.rolls-roycemotorcars.com/en\\_GB/inspiring-greatness.html](https://www.rolls-roycemotorcars.com/en_GB/inspiring-greatness.html)
16. Sanchez, R., & Irvine, P. (2021). Consumers and the Symbolic Power of Slogans. Marketing Theory, 21(2), 145-167.
17. *The story of McDonald's 'I'm Lovin' It': From Jingle to hit song*. (n.d.). <https://bir.ch/blog/mcdonalds---im-lovin-it>
18. Watson, E. (2021). The Semiotic Turn in Advertising: A Critical Overview. Advertising & Society Review, 22(1), 55-75.
19. World, E. Y. (2025). *EmPOWER Your World*. EmPOWER Your World. <https://www.empoweryour.world>
20. Юхименко П.І. *Загальноорганізаційні процеси та кроскультурна специфіка ведення міжнародного бізнесу*. (2020). <https://westudents.com.ua/glavy/45463-modul-2-zagalnoorganizatsyn-protsesi-ta-kroskulturna-spetsifika-vedennya-mjnarodnogo-bznesu.html>

УДК 81.11

## TRASH-TALKING ЯК ЕЛЕМЕНТ СПОРТИВНОГО ДИСКУРСУ: ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ

Стрельнік Аліна

студентка 6 курсу Факультету романо-германської філології Київський Столичний  
Університет імені Бориса Грінченка

[adstrelnik.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:adstrelnik.frgf23m@kubg.edu.ua)

## TRASH-TALKING AS AN ELEMENT OF SPORTS DISCOURSE: GENDER ASPECTS

Strelnik Alina

6th year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology Borys Grinchenko Kyiv  
Metropolitan University

[adstrelnik.frgf23m@kubg.edu.ua](mailto:adstrelnik.frgf23m@kubg.edu.ua)

*Статтю присвячено явищу trash-talking як складової спортивного дискурсу та проаналізовано його залежність від гендерних факторів. Розглянуто, як чоловіки й жінки використовують вербальні провокації в спорті та як суспільство реагує на ці прояви. Дослідження ґрунтується на аналізі наукових праць, а також прикладів із професійного спорту, зокрема футболу, баскетболу та тенісу. Окремо розглянуто випадки, коли використання trash-talking у жіночому спорті спричиняло публічні дискусії, а також проаналізовано мовні стратегії чоловіків і жінок у спортивному середовищі, що демонструють відмінності у комунікативних тактиках. Перспективою дослідження є аналіз впливу культурних відмінностей на сприйняття та використання trash-talking у різних країнах, обговорення змін у ставленні до вербальної агресії в жіночому спорті у зв'язку з еволюцією суспільних уявлень про гендерні ролі, а також вивчення впливу медіа на формування образу спортсменів і спортсменок, які використовують trash-talking, та їх подальшу кар'єру.*

**Ключові слова:** trash-talking, вербальна агресія, гендер, гендерні стереотипи, комунікація, соціокультурні норми, спортивний дискурс.

*The article is devoted to trash-talking as a component of sports discourse and analyzes its dependence on gender factors. It explores how men and women use verbal provocations in sports and how society responds to these manifestations. The study is based on analysis of academic research as well as real-life examples from professional sports, particularly football, basketball, and tennis. Special attention is given to cases where the use of trash-talking in women's sports has sparked public debate. The study also analyzes the linguistic strategies employed by male and female athletes, highlighting differences in their communicative tactics. Future research directions include analyzing the impact of cultural differences on the perception and use of trash-talking in various countries, investigating changes in attitudes*

*towards verbal aggression in women's sports as societal views on gender roles evolve, and examining the influence of media in shaping the public image of athletes who engage in trash-talking and its impact on their careers.*

**Keywords:** *trash-talking, verbal aggression, gender, gender stereotypes, communication, sociocultural norms, sports discourse.*

**Вступ.** Trash-talking як явище спортивного дискурсу функціонує у змагальному середовищі, де комунікативні наміри мовців спрямовані на суперника з метою психологічного впливу. Однак, trash-talking є не лише засобом психологічного тиску, а й важливим компонентом змагальної стратегії. Спортивне середовище надає унікальний спосіб зрозуміти, як суспільство створює соціальні тіла чоловіків і жінок, які беруть участь у змаганнях, як ми присвоюємо цим тілам маскулінність і фемінінність, і як гендерні особливості впливають на використання вербальних і невербальних провокацій. З еволюцією гендерних ролей у світі стало помітно, що сучасних жінок-спортсменок сприймають не тільки як жіночу, але й як більш емоційну та фізично розвинену особистість, але їм часто доводиться стикатися з негативною реакцією суспільства на їхнє використання trash-talking через гендерні стереотипи.

**Постановка проблеми.** У дослідження представлено, як гендерні стереотипи формують спортивний дискурс та впливають на використання trash-talking серед чоловіків і жінок. Спортивна культура зазвичай асоціюється з маскулініними якостями, такими як агресивність та домінування, що проявляється у способах вербальної провокації. Проте, чи є відмінності у використанні треш-току між чоловіками та жінками, і як суспільство реагує на ці відмінності, залишається недостатньо дослідженим аспектом.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Trash-talking (треш-ток/треш-толкінг), або словесні провокації, є широко вживаним і прийнятним у спорті. Він поширений в у кіберспорті, групових видах спорту, серед вболівальників і вважається невід'ємною частиною спортивної культури. Згідно з Джеремі Іпа, «треш-ток є поширеною формою некоректної конкуренції на робочому місці» (Yip, 2017), а Кевін Ніффін зазначає, що «в різних сферах треш-ток є частиною комунікації між суперниками» (Kniffin, 2014).

Використання треш-току залежить від багатьох факторів, таких як вік, стать, походження та безпосередньо поведінки людини, проте причини його використання зазвичай схожі. По-перше, стать є одним із найбільш впливових факторів у треш-токінгу. Чоловіки починають використовувати треш-ток у молодшому віці, ніж жінки, і повідомляють про більшу частоту як його використання, так і того, що вони самі стають його мішенню (Granito, 2018).

Це підтверджується підтверджено в у дослідженні Ділана Паласіо, де було виявлено, що «чоловіки використовують треш-ток значно частіше, ніж жінки» (Palacio, 2017).

Спорт є сферою, де формуються, інституціоналізуються та закріплюються гендерні відмінності через регулювальні механізми (Woodward, 2009). Загалом спорт сприймається як чоловічий домен (Messner, 2011). У патріархальних суспільствах жінки перебувають під владою чоловіків, а представники обох статей вбудовані у свої відповідні гендерні ідентичності: гегемону або підлеглу (Ren, 2020; Rowe, 1998). Це проявляється у спортивній сфері, де спорт асоціюється з владою та мужністю (Zhuang, 2021; Solmon, 2014; Pringle, 2005). Чоловіки домінують у цій галузі, тоді як жінки, яких очікують бачити ніжними й поступливими, стикаються з незручними ситуаціями та стигматизацією під час занять спортом (Burrow, 2018). З часом чоловіки й жінки поступово приймають суспільні норми та внутрішньо засвоюють поведінкові моделі, які «відповідають» їхньому гендеру. Через це спорт стали поділяти на «чоловічий» та «жіночий». Види спорту, що вимагають сили й потужності, такі як футбол і баскетбол, розглядаються як прояви маскулінності, тоді як естетичні види спорту, наприклад танці, фемінізуються (Chalabaev et al., 2013; Colley et al., 2005).

Більшість попередніх досліджень про гендерні стереотипи в у спорті проводилися у відкритій формі, що виявило нерівність у сприйнятті гендерно закріплених видів спорту. Ці стереотипи більше впливають на американських чоловіків, ніж на жінок (Hardin i Greer, 2009), а шведські чоловіки розглядають «чоловічі» види спорту як більш маскулінні (Koivula, 1995). Довгострокове дослідження Boich et al. (2014) показало, що гендерні стереотипи у спорті сильніше проявляються у хлопчиків, тоді як у дівчат ці стереотипи посилюються з віком.

Також існують приховані дослідження гендерних стереотипів у спорті з ~~точки зору~~ погляду представників відповідної статі. У Швейцарії чоловіки, які більше підтримують традиційну маскулінність, виявляють більшу ворожість до чоловіків, які не відповідають цим стандартам, особливо до фемінізованих чоловіків, звідти й більше вербального та невербального треш-толкінгу (Iacoviello et al., 2021). Plaza et al. (2017) виявили, що спорт є гендерно зумовленим як у явному, так і в неявному вигляді, що може впливати на індивідуальну участь. Крім того, жінки схильні менш критично оцінювати «нейтральні» види спорту, ніж чоловіки, що свідчить про їхню більшу толерантність у сприйнятті учасників спортивних змагань.

**Метою** статті є дослідити вплив гендерних стереотипів на використання треш-току в спорті, зокрема у таких видах спорту, як баскетбол, футбол і теніс. Окрім цього, проаналізовано, як різні гендери використовують різні мовні стратегії для досягнення психологічної переваги, і як ці стратегії сприймаються суспільством, зокрема в контексті жіночого спорту.

**Результати досліджень.** Гендер відіграє важливу роль у спортивному дискурсі, визначаючи мовні засоби, що використовуються для опису змагань, спортсменів і спортивних подій. Гендерна специфіка trash-talking впливає не лише на сам спосіб провокації, а й на реакцію з боку суперників, тренерів, суддів і глядачів. В англійській мові чоловічий і жіночий спортивний дискурс відрізняється як лексично, так і стилістично, що відображає соціокультурні уявлення про роль статей у спорті.

Жінки, які використовують trash-talking, можуть піддаватися більшій критиці через гендерні стереотипи про "належну" поведінку з боку суспільства. Це часто призводить до того, що спортсменки змушені або відмовлятися від агресивних висловлювань, або бути готовими до суспільного осуду. Чоловіки-спортсмени, навпаки, отримують більше схвалення за використання trash-talking як частини змагальної стратегії. Наприклад, у боксі Майк Тайсон і Конор Макгрегор славляться своїми провокативними висловлюваннями, що додає їм популярності. У жіночому боксі подібна поведінка сприймається інакше, і такі коментарі викликають суперечливу реакцію в медіа (McGannon & Schinke, 2013).

Фраза "A girl hits harder than you!" є яскравим прикладом агресивного та домінантного trash-talking, яке характерне для чоловічого стилю комунікації в спорті. У цьому контексті, висловлення використовують як провокацію або виклик, що ставить під сумнів силу та здатність суперника. Аргументуючи наведений приклад, можна зазначити, що така фраза відображає традиційні чоловічі стереотипи щодо фізичної сили та конкурентоспроможності, оскільки чоловіки часто орієнтуються на прямі атаки та спроби принизити суперника через його фізичні характеристики або здібності. На противагу цьому, жінки частіше використовують більш тонкі форми висловлювань, які можуть бути завуальованими, іронічними або гумористичними. Тож фраза "A girl hits harder than you!" не лише порушує гендерні стереотипи, а й вносить елемент підкресленої агресії, який зазвичай приписують чоловікам (Kian et al., 2011). Крім того, суспільні очікування щодо поведінки жінок у спорті можуть обмежувати їх у використанні прямих провокацій (Messner, 2002).

Наприклад, в американському футболі та баскетболі чоловіки відкрито використовують trash-talking як елемент гри. Леброн Джеймс, Кевін Гарнетт і Кобі Браянт, чемпіони NBA, відомі своїми словесними провокаціями, які не лише деморалізують суперника, але й надихають команду. У жіночому спорті подібна практика трапляється рідше, оскільки суспільні очікування щодо "правильного" стилю гри для жінок зазвичай обмежують агресивну комунікацію.

Під час фіналу US Open 2018 року Серена Вільямс емоційно відреагувала на рішення судді Карлоса Рамоса, що викликало обговорення щодо подвійних стандартів у ставленні до жінок та чоловіків у спорті. Чоловіки-спортсмени, такі як Джон Макінрой, граєць в теніс,



неодноразово використовували ще більш агресивні висловлювання на корті, однак суспільна реакція на них була менш осудливою (Kane, 2019).

Крім того, дослідження засвідчують, що чоловіки частіше використовують прямі образи та домінуючі стратегії (Crawford, 2004), тоді як жінки можуть вдаватися до тонших форм маніпуляції, наприклад, саркастичних коментарів або непрямой критики. У тенісі, наприклад, Еліна Світоліна неодноразово використовувала емоційні коментарі та погляди для демонстрації психологічної переваги над суперницями.

Гендерні стереотипи також впливають на те, як публіка та медіа сприймають trash-talking. У чоловічих лігах таке поведіння зазвичай сприймається як природна складова гри, тоді як жінки-спортсменки можуть отримувати негативну реакцію навіть за порівняно м'які коментарі (Fink, 2015). Наприклад, у жіночому футболі Меган Рапіноу, відома своїми сміливими заявами, проте її коментарі часто стають предметом обговорень у медіа, тоді як аналогічні висловлення у чоловічому футболі сприймаються як норма.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, здійснений аналіз дає змогу дійти висновку, що trash-talking є не лише елементом спортивної комунікації, а й відображенням глибших соціокультурних процесів, зокрема гендерних стереотипів. Гендер впливає на характер використання вербальних провокацій у спорті, визначаючи не тільки стиль комунікації, але й суспільне сприйняття такого мовлення. Чоловіки частіше використовують агресивні та прямі форми trash-talking, тоді як жінки обирають більш завуальовані або гумористичні стратегії. Водночас спортсменки стикаються з подвійними стандартами: ті ж самі висловлювання, що у чоловічому спорті сприймаються як частина змагальної культури, в жіночому спорті можуть зазнавати осуду.

На наш погляд, trash-talking у спорті також має зв'язок із ширшими питаннями гендерної соціалізації. Спортивне середовище, яке історично асоціюється з маскуліністю, створює нерівні умови для чоловіків і жінок щодо прийнятності агресивної поведінки та словесних провокацій. Жінки-спортсменки змушені балансувати між необхідністю підтримки змагального духу та ризиком соціального засудження. Ця ситуація свідчить про те, що спортивна комунікація залишається сферою, де гендерні норми і стереотипи відіграють визначальну роль.

Таким чином, дослідження trash-talking у спорті є важливим для розуміння не лише мовленнєвих стратегій, але й суспільних механізмів регулювання поведінки спортсменів залежно від гендерних норм. Подальші дослідження можуть сприяти зміні сприйняття цього явища та формуванню більш рівноправного ставлення до спортсменів незалежно від їхньої статі.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Boiche, J., Plaza, D., Chalabaev, A., Guillet-Descas, E., & Sarrazin, P. (2014). Socialization of gender stereotypes in sport: A developmental perspective. *Psychology of Sport and Exercise*, 15(2), 120-128.
2. Burrow, S. (2018). Gender, sport, and the ethics of trash-talking. *Journal of the Philosophy of Sport*, 45(3), 334-347.
3. Chalabaev, A., Sarrazin, P., Fontayne, P., Boiche, J., & Clement-Guillotin, C. (2013). The influence of gender stereotypes on physical activity and sport participation: A review of the literature. *Psychology of Sport and Exercise*, 14(2), 136-144.
4. Colley, A., Berman, E., & Millingen, L. (2005). Age and gender differences in young people's perceptions of sport participants. *Journal of Applied Social Psychology*, 35(7), 1440-1454.
5. Crawford, G. (2004). Consuming sport: Fans, sport, and culture. Routledge.
6. Granito, V. (2018). The role of gender in the use and perception of trash-talking in competitive sports. *International Review for the Sociology of Sport*, 53(1), 24-38.
7. Hardin, M., & Greer, J. D. (2009). The influence of gender-role socialization, media use and sports participation on perceptions of gender-appropriate sports. *Journal of Sport Behavior*, 32(2), 207-226.
8. Iacoviello, V., Plaza, D., & Sarrazin, P. (2021). The impact of traditional masculinity norms on sports participation and behavior. *European Journal of Sport Science*, 21(4), 589-602.
9. Kane, M. J. (2019). Media coverage of women's sports: Still fighting for respect. *Communication & Sport*, 7(5), 563-580.
10. Kniffin, K. M. (2014). Trash-talking and workplace competition: The effects of verbal aggression on team dynamics. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 125(3), 362-372.
11. Koivula, N. (1995). Ratings of gender appropriateness of sports participation: Effects of gender-based schematic processing. *Sex Roles*, 33(7-8), 543-557.
12. McGannon, K. R., & Schinke, R. J. (2013). "My first choice is to work with a female": Exploring experiences of female athletes and their coaching preferences. *International Journal of Sport Psychology*, 44(2), 178-195.
13. Messner, M. A. (2002). *Taking the field: Women, men, and sports*. University of Minnesota Press.
14. Messner, M. A. (2011). Gender ideologies, youth sports, and the production of soft essentialism. *Sociology of Sport Journal*, 28(2), 151-170.
15. Palacio, D. (2017). Gender differences in the use of trash-talk in competitive settings. *Journal of Language and Social Psychology*, 36(4), 362-375.
16. Plaza, D., Boiche, J., & Sarrazin, P. (2017). Gendered sport participation: Implicit and explicit influences. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 39(3), 213-226.
17. Rowe, D. (1998). *Sport, culture, and the media: The unruly trinity*. Open University Press.
18. Solmon, M. (2014). Gender equity and sports participation: Cultural influences on female athletes. *Journal of Sport Psychology*, 15(4), 302-319.
19. Woodward, K. (2009). *Social science and the sporting body*. Routledge.
20. Yip, J. A. (2017). Trash-talk as a form of workplace competition. *Harvard Business Review*, 95(6), 140-142.

УДК 37.091.33:811.111'243

## **PEER-TEACHING IN PRE-SERVICE TEACHER TRAINING: STUDENTS' PERSPECTIVE**

**Sofia Slyvka**

3<sup>rd</sup> year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology  
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University  
[spslyvka.frgf22@kubg.edu.ua](mailto:spslyvka.frgf22@kubg.edu.ua)

## **ВЗАЄМОНАВЧАННЯ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ: ПОГЛЯД СТУДЕНТІВ**

**Сливка Софія**

студентка 3 курсу Факультету романо-германської філології  
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка  
[spslyvka.frgf22@kubg.edu.ua](mailto:spslyvka.frgf22@kubg.edu.ua)

*This publication aims to present the outcomes of peer-teaching and peer-observation practices in mastering English Language Teaching as perceived by third-year students in the pre-service English teacher training program at Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University. Special emphasis is placed on the role of peer collaboration in fostering life-long learning.*

**Key Words:** *professional development, peer-teaching, peer-observation, English language teaching (ELT)*

*Метою цієї публікації є представлення результати практики взаємного навчання та спостереження у процесі опанування методики викладання англійської мови, як її бачать студенти третього курсу програми підготовки вчителів англійської мови у Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка. Особливу увагу приділено потенціалу співпраці з одногрупниками для формування основ навчання протягом життя.*

**Ключові слова:** *професійний розвиток, взаємне навчання, взаємне спостереження, викладання англійської мови.*

**Introduction.** One of the goals of pre-service teacher training is to enable would-be teachers to continue their professional development throughout the whole span of teaching career (Професійний стандарт, 2024). Since one of the main sources of professional development for teachers is interaction and peer-support from colleagues (Richards & Farrell, 2005), the ability to learn from peers should be developed during the years of formal training.

Teaching practice is a vital part of present-day training for future English teachers, which allows students to connect theory with real-world application (Project: New generation School Teacher,

2019). For third-year English Philology students at Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, this practice involves both collaborative and individual teaching experiences. Throughout the semester, students prepare lessons, do team-teaching, and observe the teaching of others. These activities not only develop teaching skills but also encourage teamwork and reflection.

**Problem Statement.** Effective professional development for pre-service English language teachers requires structured opportunities for practical application and collaboration. However, the challenge lies in ensuring that these opportunities foster meaningful peer interaction, reflective practice, and skill development. The current research looks at peer-teaching and peer-observation practices, implemented as part of teaching practice at Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, and the ways it contributes to the development of collaboration among would-be teachers. Specifically, it examines the experiences of third-year English Philology students and identifies areas impacted by the practice of peer-teaching prepared and presented in teams.

**Purpose.** This publication focuses on how peer-teaching and peer-observation during these teaching days contribute to the professional growth of pre-service teachers and promote collaboration for lifelong learning.

#### **Analysis of the latest research and publications.**

As supported by various research, the alignment between acquired skills and the actual job market requirements is crucial for many professions, including teaching (Mospan, 2022). Many studies highlight the importance of collaborative learning and reflective teaching methods as the most effective approaches to ensuring high-quality teaching performance (Professional Development for Language Teachers, 2005). Both national and international research highlight that fostering a culture of feedback and mutual support among educators significantly enhances teaching effectiveness and overall job satisfaction (Rachmawati & Lidysari, 2023). According to J.Scrivener (2011), trust-based discussions about teaching experiences can enhance teachers' confidence and motivation while also fostering a positive school environment. Self-reflection is essential for teachers to improve their practice and develop a deeper understanding of their own teaching (Larrivee, 2000).

**Results.** For third-year English Philology students teaching practice is an integral part of our ELT. During the practice days, each student presents lessons and observes lessons presented by other student-teachers. The role of learners is performed by second-year students doing the same course, just one year behind, and year three peers. Before each teaching day, student-teachers spend a considerable amount of time planning lessons, consulting with ELT methodology teachers, preparing the materials and instructions, and piloting the most challenging parts of the lessons in their own academic groups. After each teaching day, students do the reflective analysis of their own progress and the achievements of other students. Conclusions, presented below, are based on the written feedback received from 35 student teachers at the end of the Autumn semester 2024.

As revealed by the student-teachers' answers, the majority of us admitted to noticing the growth in our confidence and classroom management skills. Figure 1 presents the distribution of our choices as for our own lessons we like the best.

Which of the lessons you have presented this semester was the best  
35 відповідей

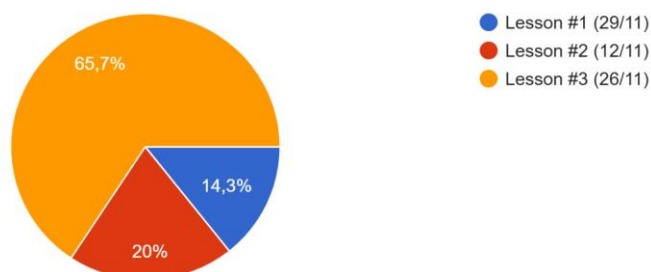


Fig.1. Student-teachers' choice of their lesson they liked the best

Though six student teachers and seven student teachers voted for their first and second lessons respectively as the best ones, the majority of my colleagues voted for the third lesson as the most enjoyable. Based on the informal discussion with my colleagues I can assume that the initial lessons were more stressful, while accumulating experience and witnessing genuine support from our peers gave us greater confidence and composure.

Among the factors that contributed to the student-teachers' growing confidence is the support and assistance of teammates. Teaching is not something we have to do alone, especially when we do it for the first time. Therefore, the lessons we conducted in autumn were prepared and presented in groups of two or three. This format of work has a lot of benefits, including the possibility to divide work and share responsibilities. Some of us made a plan, someone created a presentation, someone was responsible for recording our lessons. We also divided our lesson into parts which we were responsible for. For example, the most sociable person conducted warm-up, someone focused on conducting practical exercises etc. As a result, we experienced relatively low level of stress even when presenting our first lessons, and enjoyed the feeling of peer support. Figure 2 demonstrates the overall assessment of peer support by student-teachers.

Did you receive enough support from your groupmates while preparing the lesson?  
29 відповідей

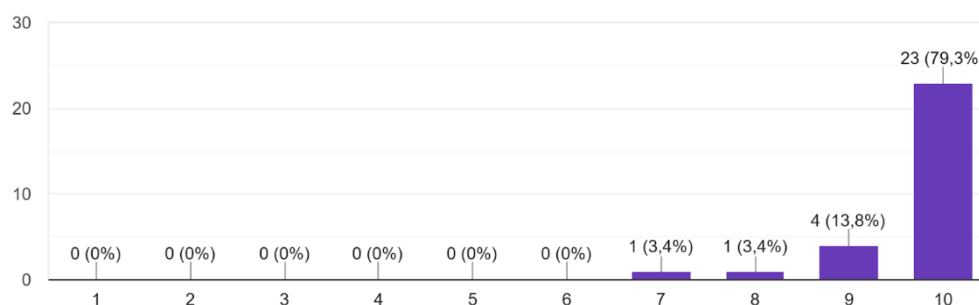


Fig 2. Assessment of level of support from groupmates

The majority of respondents (23 out of 29, or 79.3%) rated their support experience as 10, the highest possible score. Four students (13.8%) rated the support at 9 points, indicating a slightly lower but still very positive experience. The results show that peer support in lesson preparation was highly effective. The overwhelmingly positive responses suggest that group collaboration played a significant role in the success of the teaching practice.

Constructive collaboration with the ELT teacher was another factor that contributed to the professional development of would-be teachers. In addition to providing emotional encouragement, the teacher's feedback served as a guide for self-reflection and self-evaluation. The efficiency of ELT teacher – student-teacher interaction is reflected in the students' assessment of support received from the teacher (Figure 3).

Did you receive enough support from your teacher while preparing the lesson?  
29 відповідей

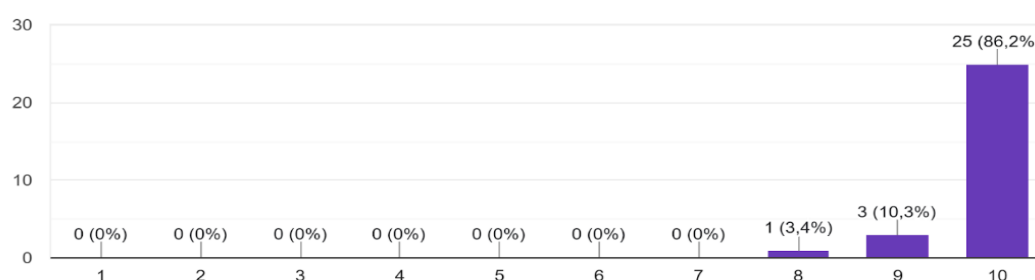


Fig. 3. Assessment of support received from the ELT teacher

As illustrated by the bar chart, 25 out of 29 students (86.2%) gave their teachers' support a rating of 10, the highest possible score. This number indicates that the vast majority of students felt very well-supported by their teacher during lesson preparation. The small percentage of students who rated slightly lower (8 or 9) might have experienced minor difficulties or needed more individualized attention. However, overall, the teacher's role in assisting students was strongly appreciated.

The next factor that contributed to the positive impact of peer-teaching on students' professional development was the sense of security and encouragement provided by cooperative lesson participants during the lessons. The audience made up of student-teacher colleagues and younger students, was most empathetic and supportive as everyone in the room could relate to the others and their present-moment experience. So, if any aspect of the lesson was not perfect, the participants were still willing to do their best and complete the tasks. Figure 4 illustrates how student-teachers assessed the participants' support throughout the lessons.

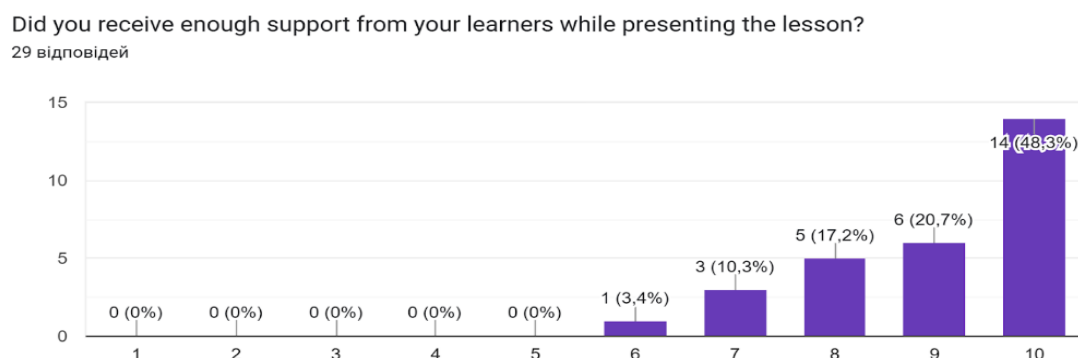


Fig. 4. Learners' support as perceived by student-teachers

As demonstrated by the bar chart, the majority of students felt supported by their learners, with nearly half of the student-teachers (48.3%) giving the highest rating of 10. Notably, no student rated their support below 6, meaning no one felt entirely unsupported.

Yet another factor that shaped the positive effect of peer-teaching on students' professional development was peer feedback. After each lesson, participants had a chance to provide their impressions of the experience to the student-teachers, and the student-teachers could see feedback from the audience. For example, the answers to the question "*What was good about the lesson?*" prompted heart-warming words like "*teachers were pleasant and helpful*," "*the atmosphere was really good*," "*interesting work*," "*nice discussion*", etc. These answers made the student-teachers feel motivated and confident in what they were doing, and resulted in the growth of trust and respect.

While peer feedback from younger participants usually focused on positive aspects of the lessons, the student-teachers were encouraged to take praise critically and pay more attention to the aspects of the lessons that did not receive participants' appreciation. For example, if an activity did not engage students as expected, student-teachers tried to figure out the reasons through analyzing the level of complexity, learners' needs, quality of instructions and explanations, etc. Since the lessons were prepared and presented in teams, the after-teaching reflection was conducted as informal friendly discussion in a friendly relaxed atmosphere. As student-teachers progressed in their teaching practice, they accumulated experience and developed the ability to recognize successes, and see mistakes as guidelines for improvement.

**Conclusion.** Peer-teaching and peer-observation plays a significant role in the pre-service teacher training. The cooperative nature of lessons, supplemented by the emphatic audience, allows student-teachers to feel secure and motivated, and focus on the development of lesson-planning and classroom management techniques development. Collaboration with peers before, during and after the lesson provides a model for further professional development and lays the basis for life-long learning.

#### REFERENCES

1. Професійний стандарт “Вчитель закладу загальної середньої освіти” (29.08.2024) Міністерство освіти і науки України. Режим доступу: <https://mon.gov.ua/npa/pro-zatverdzhennia-profesiinoho-standartu-vchytel-zakladu-zahalnoi-serednoi-osvity>
2. Larrivee, B. (2000) Transforming Teaching Practice: becoming the critically reflective teacher. *Reflective Practice*, Vol.1, #3, DOI: 10.1080/713693162
3. Mospan, N. (2022) Higher Education and the Labour Market in Ukraine: Trends and challenges. *Theory and Methodology of Continuing Professional Education*, 3 (72), 7–13. DOI: 10.28925/1609-8595.2022.3.1
4. *Project: New Generation School Teacher* (2019) British Council Ukraine. Accessed on 06 March 2025 at <https://www.britishcouncil.org.ua/en/teach/projects/presett>
5. Richards, J.C. & Farrell, T. (2005) *Professional Development for Language Teachers*. Cambridge University Press.
6. [Richards](#), J.C. (2015) *Key Issues in Language Teaching*. Cambridge University Press.
7. Rachmawati, I., & Lidyasari, A. T. (2023). Psychological Well-Being of Pre-Service Training Teachers. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 8(2), 147–157. DOI: 10.17977/um001v8i22023p147-157.
8. Scrivener, J. (2011) *Learning Teaching*. 3rd Edition. Macmillan.



# **MUNDUS PHILOLOGIAE**

**Збірник студентських наукових робіт**

**Випуск No4**

Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених

Факультету романо-германської філології

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

2025