

**КВІНТЕСЕНЦІЯ ЛІДЕРА В БІОГРАФІЧНОМУ ДИСКУРСІ Б. ДЖОНСОНА
(НА МАТЕРІАЛІ КНИГИ «ФАКТОР ЧЕРЧИЛЛЯ:
ЯК ОДНА ЛЮДИНА ЗМІНИЛА ІСТОРІЮ»)**

Наталія Базилевич

кандидатка філологічних наук, доцент,

Херсонський державний університет

ORCID ID 0000-0002-5800-4915

Scopus Author ID 57413612700

nbazylevych@ksu.ks.ua

Ключові слова: *біографічний дискурс, Вінстон Черчилль, архетип Маверика, архетип Героя, мономіф Джозефа Кемпбелла, міфоніми.*

У статті розкрито специфіку конструювання образу лідера у книзі Бориса Джонсона «Фактор Черчилля: Як одна людина змінила історію». Увага гуманітарних наук до феномену харизматичного лідера в періоди глобальних соціокультурних зсувів визначає актуальність нашого дослідження. Б. Джонсон демонструє нову модель формування образу лідера – через синергію архетипів Маверика та Героя. Теоретико-методологічну основу дослідження становить теорія архетипів Карла Юнга і Джозефа Кемпбелла. Комплексний підхід поєднує контекстуальний, герменевтичний та архетипний методи аналізу. Виявлено міфопоетичні складники образу лідера-рятівника нації, актуалізовані античними міфонімами: Геркулес, Ахіллес, Ікар, Кассандра, які наділяють його героїчними рисами та слугують маркерами, що переводять реальну історичну постать лідера у площину міфу. Ідентифіковано деструктивно-креативні риси, притаманні архетипу Маверика, реалізовані в образі В. Черчилля: готовність йти на ризик, креативність, ексцентричність, прагнення уваги та визнання, ігнорування правил політичного істеблішменту, вміння прогнозувати події, проактивне конструювання власного іміджу. Встановлено, що Б.Джонсон, руйнуючи канонічний образ бездоганного державного лідера, обґрунтовує тезу, що саме відвага, неординарність, вміння прогнозувати події, тобто визначальні риси Маверика, заклали підґрунтя для тріумфальної місії Героя Вінстона Черчилля. Через протиставлення бунтарського духу свого персонажа конформізму політичної еліти, автор пропонує власну концепцію: справжній лідер формується у горнилі непокори Маверика – одинака, чия тривала політична ізоляція з часом конвертується в абсолютну легітимність рятівника нації. Дослідження демонструє, що створюючи образ лідера, Борис Джонсон поєднує документальну достовірність із художньо-образною інтерпретацією, використовує концептуальні метафори, метафоричні епітети, прецедентні феномени, алюзії та архетипні образи, що формують багатовимірний образ політичного лідера, державника і рятівника нації.

THE QUINTESSENCE OF A LEADER IN BORIS JOHNSON'S BIOGRAPHICAL DISCOURSE (BASED ON THE BOOK "THE CHURCHILL FACTOR: HOW ONE MAN MADE HISTORY")

Nataliia Bazylevych

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Kherson State University*

Key words: *biographical discourse, Winston Churchill, Maverick archetype, Hero archetype, Joseph Campbell's monomyth, mythonyms.*

The article reveals the specific features of constructing the image of a leader in Boris Johnson's book "The Churchill Factor: How One Man Made History". The relevance of the study is determined by the focus of humanitarian sciences on the phenomenon of a charismatic leader during periods of global socio-cultural shifts. B. Johnson demonstrates a new model of leader image formation achieved through the synergy of the Maverick and Hero archetypes. The theoretical and methodological framework of the research is grounded in the archetype theories of Carl Jung and Joseph Campbell. A comprehensive approach integrates contextual, hermeneutic, and archetypal methods of analysis. The study identifies that the mythopoetic components of the leader-as-nation-saviour image are actualized by classical mythonyms such as Hercules, Achilles, Icarus, and Cassandra. These names endow the leader with heroic traits and serve as markers that transition a real historical figure into the realm of myth. The destructive-creative traits inherent to the Maverick archetype and realized in W. Churchill's image are identified: a readiness to take risks, creativity, eccentricity, a desire for attention and recognition, disregard for the rules of the political establishment, the ability to foresee events, and the proactive construction of one's own image. It is established that B. Johnson laid the foundation for Winston Churchill's triumphant mission as a Hero by shattering the canonical image of a flawless statesman, substantiates the thesis that courage, originality, and foresight – the defining traits of a Maverick. By juxtaposing his character's rebellious spirit with the conformism of the political elite, the author proposes his own concept: a true leader is forged in the crucible of defiance characteristic of a Maverick – a loner whose prolonged political isolation eventually converts into the absolute legitimacy of a nation's saviour. The research demonstrates that Boris Johnson, in constructing the leader's image, blends the documentary authenticity with artistic and figurative interpretation, utilizing conceptual metaphors, metaphorical epithets, precedential phenomena, allusions, and archetypal imagery that shape a multidimensional portrait of a political leader, statesman, and saviour of the nation.

Вступ. Феномен лідера завжди привертав увагу науковців. Фрідріх Ніцше, наприклад, сформулював ідею політичного лідера як надлюдини. Томас Карлейль і Ральф Емерсон вважали лідера творцем історії. Борис Джонсон, віддаючи шану винятковій геніальності лідера XX століття, створив «оду Черчиллю» у п'ятдесяту річницю його смерті, де «пафос поєднується з гумором і приємною ясністю історичного викладу» (Kampfner, 2014). Б. Джонсон зображає Вінстона Черчилля як безстрашного лідера, який бере на себе відповідальність у критичні моменти та веде націю крізь екзистенційні кризи до рішучої перемоги. Автор переконливо доводить, що Черчилль буквально змінив хід світової історії завдяки своїй непохитній рішучості «втїлити власне бачення майбутнього в реальність» (Bunn & Williams, 2017).

Звернення до теми лідерства В. Черчилля – великого державного діяча, прем'єр-міністра Великої Британії, видатного оратора, лауреата Нобелівської премії з літератури, національного героя, який зміг об'єднати націю у час небезпеки і багато зробив для перемоги у Другій світовій війні, визначає актуальність нашого дослідження.

Мета дослідження – розкрити специфіку конструювання образу лідера у біографічному дискурсі Бориса Джонсона «Фактор Черчилля: Як одна людина змінила історію».

Матеріал і методи дослідження. Матеріалом дослідження є оригінальний текст книги Б. Джонсона «Фактор Черчилля: Як одна людина змінила історію». Контекстуальний метод дозволив аналізувати образ Черчилля крізь призму історичної епохи та політичного контексту.

Герменевтичний метод використано для цілісного тлумачення і розуміння прихованих смислових пластів тексту, інтерпретації авторських інтенцій та декодування символічного значення постаті Черчилля у сучасній британській культурі. Метод архетипного аналізу (за К. Юнгом та Дж. Кемпбеллом) залучено для дослідження структурних елементів образу лідера.

Результати та обговорення. Аналіз наукових праць уможливив виявити численні розвідки, які інтерпретують феномен лідера крізь призму історичних, політологічних, літературознавчих та лінгвістичних підходів. У літературознавстві лідер зазвичай розглядається як тип персонажа або символічна фігура, що використовується для аналізу таких понять, як влада, харизма, відповідальність та моральна сила. У сучасних українських мовознавчих студіях вивчають дискурси та дискурсивні портрети харизматичних лідерів (К. Лезор, О.Мелешенко, В.Рейкін та ін.), вербальні ефекти публічних виступів видатних політичних лідерів минулого та сучасності (Н. Петлюченко, С. Потапенко та ін.).

У нашому дослідженні зроблено спробу довести, що Б. Джонсон конструює образ лідера нації, фокусуючись на унікальному поєднанні двох ключових архетипів: Маверика (ексцентричного бунтаря-одинака) та Героя (рятівника нації). У межах дослідження методологічно виправданим є звернення до теорії Карла Юнга, де поняття архетипу визначається як елемент колективного несвідомого, що вказує на існування певних форм у психіці, які присутні завжди і всюди (Jung, 1980: 56). Дослідник обґрунтував, що всі люди мають спільні ментальні патерни – схожі способи мислення, почуття та приховані спогади. Водночас, будучи іманентно несвідомою структурою, архетип трансформується під час переходу у свідомість. Він набуває індивідуальних рис і специфічного забарвлення під впливом особистісного сприйняття тієї людини, у чийй психіці він проявляється (Jung, 1980: 21). Саме ця універсальність зумовлює досить широке використання архетипів у літературознавчому дискурсі. Вони можуть використовуватися як у створенні персонажів, так і в побудові сюжету, а також у більш абстрактних літературних засобах – образах та символізмі (Mambrol, 2025). Відтак, кожен письменник створює власних персонажів, ситуації чи символи, спираючись на універсальні архетипні зразки, закладені на рівні колективної психіки, завдяки чому художні чи біографічні образи набувають особливої переконливості й резонують із підсвідомим досвідом читача.

Важливо враховувати, що кожній культурі притаманна власна система архетипів. А на сприйняття та особливості їх актуалізації завжди

впливає етнокультурний контекст. Так для української культури ментально ближчим та історично затребуваним є архетип Бунтаря, який, маючи спільні з Мавериком риси непокори, все ж володіє іншим семантичним наповненням, частіше фокусуючись на національно-визвольній боротьбі чи стихійному спротиві, а ніж на індивідуалістичному бізнес-новаторстві чи ексцентричному інтелектуальному лідерстві. Зокрема, у західній традиції архетип Маверика асоціюється із самореалізацією, життєтворчістю і самоактуалізацією. Цей архетип уособлює відвагу створювати індивідуальні правила та керуватися власним компасом всупереч тиску загальноприйнятих догм. Він асоціюється з готовністю відповідати за свою автентичність і відмову від конформізму (Encyclopedia of Archetypes).

Для глибшого розуміння звернімося до етимології поняття «маверік». Використання лексеми «маверік» в англійській мові зафіксовано у другій половині 60х років XIX століття. Вона походить від імені Семюеля Маверіка, техаського скотаря, який став відомим через відмову клеймувати власних телят, що суперечило тогочасним усталеним звичаям. З кінця XIX століття термін «маверік» почали використовувати метафорично для позначення людей, які воліють йти власним шляхом. Дослідник В. Стронг (2021) підкреслює, що це поняття характеризує людину, яка не дотримується усталених норм і звичаїв, є «одиноким вовком», людина, яка прокладає власний шлях і готова йти проти натовпу та характеризується незалежністю мислення. Лексична одиниця «маверік» у Cambridge Dictionary тлумачиться як людина, яка мислить і діє самостійно, часто поводить себе не так, як від неї очікують.

В англомовній науковій літературі є велика кількість праць, присвячених дослідженню основних характеристик осіб-мавериків. Головною рисою мавериків визначають деструктивність, яка проявляється у зневазі та свідомому порушенні внутрішніх норм і політик організації, тоді як креативне, нешаблонне мислення слугує підґрунтям такої нонконформної поведінки. (Gardiner & Jackson, 2011). Відкритість до нових вражень сприяє розвитку широти їхніх поглядів та появі інноваційних ідей і нестандартних рішень. Це – екстраверти, які мають здатність переконувати інших. (Everett, 2012). Водночас ця неординарність диктує специфічну поведінкову модель: маверики готові нехтувати внутрішніми правилами організації, якщо це необхідно для реалізації поставлених завдань (Jordan et al., 2023). Іншою визначною рисою маверика є готовність йти на ризик (Gardiner & Jackson, 2011). До переліку ключових атрибутів цього типу також відносять: креативність, (Jordan et al., 2021; Silva et al.,

2025), здатність ставити під сумнів припущення та бачити за межами уявних обмежень і бар'єрів (Cheverton et al., 2000), неортодоксальне та нешаблонне мислення (Toller, 2025), готовність кидати виклик і порушувати правила (Jones et al., 2016). Маверік отримує задоволення від того, що виділяється з натовпу, тож, теоретично, має бути безстрашним майстром самореклами (Glick, 2017). Проактивна поведінка мавериків орієнтована на зміни та зосереджена на майбутньому, тому маверики – це агенти змін, які заздалегідь обмірковують, планують, і діють, передбачаючи майбутні події ще до того, як вони відбудуться (Grant & Ashford, 2008). Схожі атрибути архетипу Маверика знаходимо у книзі Брук Лоусбі «Lawyer Archetypes: From Burnout to Breakthrough». Авторка екстраполює цей архетип на юридичну сферу. Вона підкреслює, що архетип Маверика уособлює інноватора, особистість із незалежною думкою, яка вміє креативно вирішувати проблеми і має здатність передбачати події (Loesby, 2026). Отже, спектр маніфестацій архетипу Маверика у сучасному англomовному дискурсі є надзвичайно широким – від фінансово-поведінкових моделей, зокрема, у концепції фінансових архетипів (Duffield-Thomas, 2026) до знакових фігур масової культури (Vanourek & Vanourek, 2012).

В англomовній політичній традиції саме ексцентричний вимір Маверика стає фундаментом для формування національного лідера. Яскравим прикладом такої концептуалізації є книга Б. Джонсона «Фактор Черчилля: Як одна людина змінила історію». У цьому творі автор не просто фіксує історичну хроніку, а моделює багатовимірний образ Черчилля як лідера нації, особливістю якого є синтез двох ментальних моделей. Досліджуваний образ розгортається на перетині двох архетипів – ексцентричного Маверика (Бунтаря-одинака) та класичного Героя (Рятівника). Це спонукає нас звернутися до текстового простору досліджуваного твору, щоб простежити, як визначені деструктивно-креативні характеристики архетипу Маверика реалізуються в образі Вінстона Черчилля.

– Готовність йти на ризик та безмежна хоробрість: *his willingness to back himself and his ideas – to take risks that no one else would take* (Johnson, 2015: 54); Джонсон підкреслює, що не можливо виграти війну без ризиків, але ризикувати може лише той, хто має сміливість. Черчилль перетворив власну сміливість і рішучість в інструмент, який допоміг йому вести за собою націю. Образне порівняння із жайворонком: *glorying lark-like in the high places, boasting about the speed and the convenience of the air* (Johnson, 2015: 60) має метафоричний підтекст. Черчилль часто здійснював перельоти до Франції, ризикуючи життям. Його політ крізь призму небезпеки – це

не просто переміщення у просторі, а стан вищого емоційного тріумфу та абсолютної свободи.

Вислів «*He was essentially a buccaneering Victorian Whig*» побудований на оксюморонному поєднанні семантично контрастних характеристик. Атрибут *buccaneering* актуалізує любов Черчилля до ризиків та схильність до авантур. Словосполучення а *Victorian Whig* репрезентує традиційні вікторіанські цінності: респектабельність, суворий етикет, високе походження (Gent, 2010). Віги заохочуючи особисті чесноти та релігійність, прагнули зміцнити соціальну гармонію. Завдяки цьому контрасту Джонсон представляє Черчилля не просто політиком, а системним бунтарем, який використовував консервативні інструменти імперії для реалізації своїх сміливих, нестандартних задумів.

– Креативність та пов'язані з нею когнітивні характеристики актуалізовано лексичними одиницями: *the imagination, creative-depressive personality, a prodigious memory, a keen analytic mind, a thoroughgoing genius, one of the great linguistic innovators*. Метафоричний вислів: *He also had the zigzag streak of lightning in the brain that makes for creativity* (Johnson, 2015: 197) концептуалізує творчість як потужний інтелектуальний імпульс та акцентує увагу на нестандартності і продуктивності мислення. Винятковий інтелектуальний потенціал Черчилля також об'єктивовано метафоричною гіперболою *his hundred horsepower mind* (Johnson, 2015: 197).

– Ігнорування правил політичного істеблішменту репрезентовано в наступних контекстах: *in the course of his forty-year parliamentary career Churchill had shown a complete contempt for any notion of political fidelity* (Johnson, 2015: 34), *he peeved his elders so badly* (Johnson, 2015: 35), *when he gets to Parliament in 1900 he began by setting up his own group of rebellious young Tories <...> and razzes the Tory high command, with Randolphian brio and insolence* (Johnson, 2015: 48). У наведених прикладах яскраво проявляються риси політичного нонконформіста, який грає за власними правилами.

– Прагнення уваги та визнання об'єктивується лексичними одиницями *exposure, acclaim, prestige* та метафорою *he hungered prestige: He wanted the exposure, the adrenalin – and the acclaim* (Johnson, 2015: 101). *It is as though he hungered – like Achilles or some Arthurian knight – for the prestige that goes not just with being in the thick of battle, but above all for being seen in the thick of battle* (Johnson, 2015: 61). Ахіллес уособлює пристрасть до індивідуальної слави. Ахіллес обрав коротке, але засліплююче від слави життя замість довгого й непомітного буття. Черчилль так само з юності вірив у свою особливу

«долю» (Destiny) і був готовий поставити життя на карту заради історичного безсмертя. Слід також зазначити, Джонсон порівнює Черчилля з Ахіллесом для того, щоб підкреслити, що його маверикство мало глибоке, майже архаїчне коріння. Ахіллес відмовляється коритися верховному лідеру Агамемнону, який принизив його особистий внесок. Ахіллес протиставляє особисту честь і доблесть сліпому підпорядкуванню владі, тим самим демонструючи, що військова сила та статус будуються на повазі, а не лише на титулі. Образ Ахіллеса – це художня, міфологічна маска одного й того самого психологічного феномену, який сьогодні в науці називають «архетипом маверика». Черчилль переніс цей міф у реальність геополітики XX століття. Він так само неодноразово впродовж своєї кар'єри (і в часи Першої світової війни, і у 1930-х роках) відмовлявся коритися лідерам власної партії (розсварився з керівництвом Консервативної партії щодо питання Індії: *but this time Churchill had gone too far in his rebelliousness, not least over India, and there was no place for him in the cabinet* (Johnson, 2015: 218), але найбільше – через незгоду із стратегією умиротворення Гітлера, коли вважав, що їхня політика принижує інтереси країни або ігнорує реальні загрози.

Порівнюючи Черчилля з іншою міфологічною постаттю, Ікаром: *one of the very first people since Icarus to master the skies*, Джонсон проводить аналогію з давньогрецьким міфом. Черчилль та Ікар мали сміливість піднятися в небо, коли це здавалося майже неможливим, але якщо Ікар став жертвою своєї мрії, то Черчилль став її господарем.

– Проактивне творення власного іміджу актуалізується виразами *publicise himself, his strategy for self-promotion*. Лексичні одиниці *effort, preparation* також об'єктивують цілеспрямовані зусилля Черчилля на формування свого політичного образу: *His speeches were a triumph of effort and preparation* (Johnson, 2015: 87). Вислів *He knew how to project his personality* (Johnson, 2015: 146) вербалізує вміння Черчилля свідомо конструювати власний публічний образ. Наведені приклади яскраво ілюструють, що автор репрезентує свого персонажа не як особу, яка підпорядковується обставинам, а як активного творця власної політичної долі.

– Здатність передбачати майбутні події: *he had been gloomy about the prospects of the war, and had predicted that it wouldn't end before 1919* (Johnson, 2015: 165). *He said the war would last four years, when the others said it would be over by Christmas* (Johnson, 2015: 222). Яскравим прикладом цього хисту став написаний у 1911 році розлогий меморандум для Комітету імперської оборони, в якому Черчилль дуже точно передбачив

перебіг подій протягом перших сорока днів конфлікту. Сучасники висміяли цей аналіз, назвавши *ridiculous and fantastic – a silly memorandum*, проте історія довела його правоту: *Every word of it came true, to the very day* (Johnson, 2015: 221). Саме тому Джонсон порівнює Черчилля з Кассандрою, легендарною провісницею із давньогрецької міфології: *he spoke as a Cassandra, as one who had glimpsed a charnel-house of the future* (Johnson, 2015: 173). Подібно до Кассандри, яка попереджала про падіння Трої, але над її попередженнями сміялися, Черчилль стикався з глузуванням його колег. Однак прогнози Черчилля збувалися не завдяки містичному одкровенню, а тому що він був краще інформований, умів аналізувати інформацію глибше, ніж будь хто інший.

– Ексцентризм Черчилля актуалізовано лексичними одиницями: *eccentric, over the top, camp, with his own special trademark clothes, a thoroughgoing genius*, які підкреслюють його демонстративну несхожість з іншими. Цей образ ексцентричного діяча підсилюється гіперболізованими характеристиками: *the greatest adventure of modern political history* (Johnson, 2015: 33), *tendency to hyperbole, to overexcitement, even to hysteria <...> he did behave with a death-defying self-belief* (Johnson, 2015: 38) *his continual and unselfconscious eccentricity* (Johnson, 2015: 145), *his Homeric desire for glory* (Johnson, 2015: 54). Це «гомеричне прагнення» – і є «внутрішнім компасом» Черчилля-маверика. У той час як його сучасники-політики керувалися прагматизмом, партійною дисципліною чи конформізмом, Черчилль керувався античним ідеалом слави та служіння історії. Саме це робило його одинаком, незрозумілим для більшості колег у мирний час, але незамінним лідером під час катастрофи Другої світової війни.

Аналіз ранньої кар'єри Черчилля крізь призму архетипу Маверика дозволяє побачити бунтівну, неординарну та орієнтовану на особисту славу людину. Проте гомерівська складова його характеру зумовлює наступний етап еволюції – набуття рис архетипу Героя. У найтяжчий для країни час, коли вирішувалася доля Британії, деструктивний бунтівник-маверік трансформується: його егоцентричне прагнення слави стає жертвним служінням, а готовність йти проти системи перетворює Черчилля на єдиного захисника нації: *He saved our civilization. And important point is that only he could have done it* (Johnson, 2015: 5), *the Greatest Living Englishman and the savior of his Country* (Johnson, 2015: 46). Джонсон аргументовано доводить, що Черчилль переміг не тому, що був системним політиком, а тому, що був самобутнім одинаком, який не боявся йти проти усталеної загальної думки.

За Юнгом, Герой – це один із архетипів персонажа, а саме персонаж, який володіє великою силою і проходить шлях, щоб виконати певну місію. Шлях героя не є легким. Цей шлях пов'язаний із ризиками, іноді з боротьбою проти супротивника, а також із подоланням труднощів. Дії Героя зазвичай характеризуються мужністю, добровільністю та служінням, а мотивація такої людини не впливає з очікування зовнішньої вигоди (Heiner, 2019). На лексико-семантичному рівні цей універсальний образ захисника, який існує в колективному несвідомому, актуалізується через апеляцію до міфонуіму Геркулеса: *he used his Herculean strength to bend the course of events* та підсилюється концептуальними метафорами: *he was a beaver that dammed the flow of events* (Johnson, 2015: 5) CHURCHILL is A BEAVER = CHURCHILL is A TRANSFORMER; *dared to try to change the entire shape of history*: CHURCHILL is A CHANGER, які репрезентують семантику активного впливу на розвиток подій. За Юнгом, головна ознака архетипу Героя – ініціювання та втілення змін. Герой покликаний змінювати світ, таким перед нами постає й Вінстон Черчилль, активний творець історії: *The difference between Churchill and others was that he acted on his insights. He not only meditated on what was happening; he tried to change it. <...> he used his Herculean strength to bend the course of events* (Johnson, 2015: 224). Фізична сила Геркулеса є метафорою, яка репрезентує психологічну стійкість Черчилля, його сміливість *a man who had the courage to stand up to tyranny* та політичну волю, яку він проявив у найскладніший для країни час.

Відповідно до концепції Юнга іншою характерною ознакою архетипу Героя є перемога над монстром темряви (Yung, 1980). У бібліографічному дискурсі Джонсона ця архетипна схема переноситься на реальність: *he helped save Britain from fascism* – Вінстон Черчилль очолив країну у боротьбі з фашизмом, він веде боротьбу з «монстром», уособленим Гітлером і нацистською Німеччиною. Лексичні одиниці: *sheer horror, the Hitler menace, new military master race, the satanic crew, infernal Nazi, tyranny, a maniacal German leader* формують семантичне поле загрози й демонізації, що сприяє конструюванню образу монстра.

Архетип Героя також маніфестується через архетипні образи воїна, захисника і рятівника які актуалізують його ключові ознаки – боротьбу, відвагу, захист нації та її цінностей: *an officer of the British army, a bold and skillful horseman* (Johnson, 2015: 61), *he was under fire for hour after hour* (Johnson, 2015: 63), *the savior of his Country* (Johnson, 2015: 46). Кожен із вище зазначених образів виконує унікальну функцію у структурі

лідерства Черчилля. Образ воїна актуалізується через опис участі у бойових діях. Автор підкреслює, важлива характеристика, яка вирізняла Черчилля, це його знання воєнної справи: *there was nothing that he was going to ask the British armed forces to do that he would not have done himself* (Johnson, 2015: 68). Образ захисника реалізується у відданості Черчилля захищати британські цінності перед загрозою тиранії.

Унікальність образу Черчилля полягає в тому, що архетип Героя проявляється у двох площинах – на полі бою: *at Omdurman in the Sudan he took part in the last full cavalry charge by the British army* (Johnson, 2015: 63), *he then fought in the Boer War and came under fire on many occasions* (Johnson, 2015: 64), *showed 'conspicuous gallantry' at a battle called Diamond Hill* (Johnson, 2015: 65) – він був учасником Малакандської кампанії, брав участь у кавалерійській атаці під Омдурманом, командував батальйоном і полком на полях Першої світової війни та на політичній арені: *No one else had such long experience of fighting – both as a politician and a soldier* (Johnson, 2015: 54), де він демонстрував таку ж безкомпромісну стійкість.

Історія поразки Вінстона Черчилля на загальних виборах у липні 1945 року у момент триумфу та завершення Другої світової війни в Європі – є, майже, хрестоматійним втіленням концепції Джозефа Кемпбелла про «Повернення героя» (The Return) (Campbell, 2004: 34). У міфологічній концепції Кемпбелла герой проходить крізь випробування, щоб здобути «благо» (boon) – те, що «може сприяти відродженню спільноти, нації, світу» (Campbell, 2004: 179). Для Черчилля та Великої Британії таким «благом» була перемога над нацизмом та збереження свободи країни. Черчилль виконав свою сакральну місію: він провів націю крізь темряву 1940 року та привів Велику Британію до триумфу. Але щойно благо було здобуто, розпочався найважчий етап – повернення у звичайний світ. За Кемпбеллом, під час повернення герой часто стикається з тим, що звичайний світ не сприймає його, оскільки світ розмовляє зовсім іншою мовою, ніж світ героїчних битв. Після перемоги Черчилль залишився державним діячем-воїном, який мислив категоріями перемоги та геополітики, попереджав про майбутню холодну війну. Але після шести років руйнувань та поневір'я британське суспільство поринуло у буденність, люди не хотіли нових геополітичних битв. Вони прагли таких базових потреб як робочі місця, відбудовані будинки, соціальні гарантії: *The people needed a new language, a new vision for post-war Britain*. Кемпбелл вказує, що інколи суспільство може не прийняти Героя, тому що він пропонує істину,

до якої соціум не готовий або яка здається загрозою для нового життя. Вінстон Черчилль допустився фатальної помилки, пропонуючи під час передвиборчої кампанії 1945 року нову боротьбу: *fight the damned socialists. I do not believe in this brave new world*. Проте згодом, коли суспільне життя стало стабільним, британці знову закликали свого Героя, і у 1951 році Вінстон Черчилль повернувся на посаду прем'єр-міністра, завершивши своє коло подорожі.

Вислів *one man made history* ґрунтується на концептуальній метафорі HISTORY IS HUMAN CREATION, яка концептуалізує історію як результат діяльності видатної особистості. З погляду міфопоетики вислів *one man made history* репрезентує мотив місії. Цей мотив теж наближає Черчилля до архетипного Героя, тому що його діяльність набуває символічного значення. Черчилль представлений як рушійна сила історичних подій. Вислів *impact of his personality on the world and on events* також репрезентує здатність Черчилля трансформувати реальність і впливати на історичний розвиток. Лексична одиниця *impact* акцентує увагу на масштабності та силі впливу Черчилля, тоді як словосполучення *on the world and on events* розширює сферу цього впливу до глобального рівня. У такий спосіб автор конструює образ лідера, здатного визначати перебіг історичних подій і впливати на долю світу.

Для репрезентації виняткової ролі Черчилля-лідера в історії країни й усього демократичного світу, Джонсон використовує прецедентні художні смисли й інтертекстуальні алюзії: *What were the elements that made him capable of filling that gigantic role? In what smithies did they forge that razor mind and iron will?* (Johnson, 2015: 6). У наведених прикладах Джонсон актуалізує образ метафізичної кузні. Запозичуючи блейківську метафорику кузні (*smithies, forge*), Джонсон поетизує звичний біографічний виклад. Таким чином він надає постаті Черчилля епічного, майже сакрального виміру. Джонсон вдало використовує метафоричні епітети: *razor mind*/«розум-брита» – символ інтелектуальної проактивності Маверика та *iron will*/ «залізна воля» – ключова ознака Героя-захисника). Джонсон поєднує їх в одному реченні, знову демонструючи синтез цих двох архетипів – Маверика та Героя, які формують ядро досліджуваного образу лідера.

Висновки. З'ясовано, що для створення образу лідера Борис Джонсон поєднує документальну достовірність наративу з його художньо-образною інтерпретацією. Вербальна складова досліджуваного тексту вирізняється високим рівнем лексико-стилістичної експресивності. Автор використовує концептуальні метафори,

метафоричні епітети, прецедентні феномени, алюзії та архетипні образи для формування багатовимірного образу політичного лідера, державника й рятівника нації. Зазначений лінгвостилістичний інструментарій дозволяє авторові трансформувати документальний біографічний дискурс у динамічний, емоційний наратив. Борис Джонсон деконструює традиційну модель бездоганного лідера, показуючи, що саме сміливість, ексцентричність та готовність Вінстона Черчилля йти проти усталеної суспільної думки (характерні риси Маверика) зрештою уможливили його рятівну місію у 1940 році (архетип Героя). Джонсон піддає критиці системний конформізм тогочасних політиків і виводить формулу, за якою справжній лідер народжується лише з непокірного Маверика – одинака, чия колишня ізоляція стає джерелом його майбутньої легітимності як рятівника нації. У контексті концепції мономіфу Дж. Кемпбелла поразку Вінстона Черчилля на виборах 1945 року інтерпретовано як драматичний етап «повернення Героя». Здобувши для нації «велике благо» (перемогу над нацизмом), лідер зіткнувся з проблемою реінтеграції у мирне суспільство через когнітивний розрив між його мілітарно-геополітичним мисленням та прагненням громадян до соціальної відбудови. Проте, коли повоєнне життя країни стабілізувалося, нація знову відчула потребу в харизматичному Герої. Повернення Вінстона Черчилля у 1951 році на посаду прем'єр-міністра стало логічним завершенням його політичної подорожі.

Узагальнюючи результати дослідження, можна стверджувати, що квінтесенція образу лідера в біографічному дискурсі Бориса Джонсона – є триумф проактивної індивідуальності над конформістською системою.

Перспективу подальших розвідок у цьому напрямі ми вбачаємо у дослідженні наративних стратегій актуалізації архетипних образів у біографічному дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ковтун, Н. (2019). *Структурно-функціональний аналіз архетипу культурного героя*. Монографія. Житомир: Видавництво ЖДУ ім. Івана Франка
2. Bunn, M. & Williams, C. (2017). *Review of The Churchill Factor: How One Man Made History, by Boris Johnson*. <https://thehistoriansmanifesto.wordpress.com/?s=johnson&submit=Search>
3. Campbell, J. (2004). *The hero with a thousand faces*. Princeton University Press
4. Cheverton, R., Vincent, L., Wilson, B., Dunn, L. & Vincent, L. (2000), *The Maverick Way: Profiting from the Power of the Corporate Misfit*. Maverick Way Publishing, La Palma, California

5. Duffield-Thomas, D. *Who is the Maverick Money Archetype?* The Ultimate Guide <https://www.denisedt.com/blog/who-is-the-maverick-money-archetype-the-ultimate-guide>
6. Encyclopedia of Archetypes. *Marverik. Archetype Meaning and Symbolism* <https://mymythos.org/archetype/maverick/>
7. Everett, C. (2012). *How to spot a maverick (and channel their talents)*. <https://hrzone.com/how-to-spot-a-maverick-and-channel-their-talents/>
8. Gardiner, E., & Jackson, C. (2011). Workplace mavericks: How personality and risk-taking propensity predicts maverickism. *British Journal of Psychology*, 103, 497–519. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.2011.02090.x>
9. Gehrs, L. M. (1994). The Relationship Between Literature and Leadership: A Humanities-Based Approach for Studying Leadership. *Journal of Leadership Studies*, 1(4), 145–158. DOI: <https://doi.org/10.1177/107179199400100413>
10. Gent, D. Ch. (2010) *Aristocratic Whig politics in early-Victorian Yorkshire: Lord Morpeth and his world*. [Doctoral dissertation, University of York] https://etheses.whiterose.ac.uk/id/eprint/876/1/Gent_-_Aristocratic_Whig_Thesis.pdf
11. Glick, B. (2017). Are you a maverick or a charmer? Mastering the art of self-promotion. *The Guardian* <https://www.theguardian.com/small-business-network/2017/jul/26/selling-yourself-self-promotion-how-to-beverley-glick>
12. Grant, A.M., Ashford S.J. (2008). The dynamics of proactivity at work Research. *Organizational Behavior*, 28, 3–34. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.riob.2008.04.002>
13. Heiner, E. K. (2019). Fostering heroism in fourth- and fifth-grade students. *Journal of Humanistic Psychology*, 59 (4), 596–616. DOI: <https://doi.org/10.1177/0022167817753997>
14. Jones, C., Svejnova, S., Pedersen, J.S. & Townley, B. (2016), “Misfits, mavericks and mainstreams: drivers of innovation in the creative industries”, *Organization Studies*, 37 (6), 751–768. DOI: <https://doi.org/10.1177/0170840616647671>
15. Jordan, R., Fitzsimmons, T.W. & Callan, V.J. (2021), Fear not your mavericks! Their bounded non-conformity and positive deviance helps organizations drive change and innovation. In Andersen, T.J. (Ed.), *Strategic Responses for a Sustainable Future: New Research in International Management* (pp. 123–146). Emerald Publishing.
16. Jordan, R., Fitzsimmons, T.W., & Callan, V.J. (2023). Positively Deviant: New Evidence for the Beneficial Capital of Maverickism to Organizations. *Group & Organization Management*, 48(5), 1254–1305. DOI: <https://doi.org/10.1177/10596011221102297>
17. Kampfner, J. (2014) The Churchill Factor review – Boris Johnson’s flawed but fascinating take on his hero. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/books/2014/nov/03/churchill-factor-review-boris-johnson-winston>
18. Loesby, B. (2026). *The Lawyer Archetypes: From Burnout to Breakthrough: The Blueprint for Legal Career Alignment*. ESQ
19. Mambrol, N. (2025). *Archetype*. Literary Theory and Criticism. https://literariness.org/2025/05/22/archetype/#google_vignette
20. Online etymology dictionary. *Maverick*. <https://www.etymonline.com/search?q=maverick>
21. Online Oxford dictionary. *Maverick*.
22. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/buccaneering?q=buccaneering>
23. Silva, D., Junça-Silva, A. & Pinheiro, P. (2025). Folie ? a deux? How mavericks shape the relationship between the dark triad and negative deviant behaviours through malevolent creativity. *Personality and Individual Differences*, 233, 1–6 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2024.112877>
24. Strong, W.F (2021). The Texan origins of the word ‘maverick’. <https://texasstandard.org/stories/the-texan-origins-of-the-word-maverick/>
25. Toller, P.D. (2025). *Word with a Past: Maverick*. <https://www.historyinthemargins.com/2025/12/20/word-with-a-past-maverick/>
26. Vanourek, B. & Vanourek, G. (2012). *Is the Maverick at your company a genius or a jerk?* Fast Company
27. Yung, C. (1980). *Archetypes and the collective unconscious*. Volume 9. Translated by R. F. C. Hull. Princeton University Press

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Johnson, B. (2015) *The Churchill factor: How one man made history*. Hachette UK.

Дата першого надходження статті до видання: 23.07.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 17.08.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 01.10.2026



Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)