

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ Й УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА
ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПРИКЛАДНОЇ
ЛІНГВІСТИКИ**

**ОБРАЗ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА: ГЕНДЕРНИЙ ТА
ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ СПЕКТИ**

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: студентка 09-202 М групи

Спеціальності: 035.041 Філологія
(Германські мови та літератури (переклад
включно), перша - англійська)

Освітньо-професійної (наукової) програми:

Філологія (германські мови та література
(переклад включно), перша - англійська)

Випирайло Юлія Сергіївна

Керівниця: проф., канд. педагог. наук

Заболотська Ольга Олександрівна

Рецензентка: канд. педагог. наук., доц.

Гоштанар Ірина Вікторівна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА.....	6
1.1 Політична комунікація та стратегії і тактики маніпулювання як основні принципи політичного дискурсу.....	6
1.2 Поняття гендеру та його роль у політичній комунікації	21
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОБРАЗУ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА.....	28
2.1 Експресивні засоби мови у промовах Д. Трампа та П. Порошенка.....	28
2.2 Специфіка мовлення політичних діячів Г. Клінтон та Ю. Тимошенко.....	40
2.3 Гендерні особливості публічних виступів.....	51
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	73

ВСТУП

У сучасних мас-медіа велика увага приділяється політичним подіям, які лежать в основі політичного дискурсу. Політичний дискурс отримує відображення в дослідженнях багатьох лінгвістів (А. Баранова, В. Дем'янова, Д. Гудкова, А. Шейгала та ін). Останнім часом йдеться навіть про створення нового самостійного дослідницького напрямку-політичної лінгвістики (О. Чудінов, О. Романов). У той же час, незважаючи на широку розробку проблеми, ще не всі аспекти політичного дискурсу досить відображені в лінгвістичних працях. Особливий інтерес викликають гендерний та лінгвокогнітивний аспекти образу сучасного політичного лідера.

Теоретико-лінгвістичним підґрунтям магістерської роботи стали дослідження відомих фахівців, пов'язані з поняттями «дискурс», «політичний дискурс», «мова політики» (Т. ван Дейк, Н. Арутюнова, А. Белова, В. Бурбело, В. Карасик, М. Макаров, К. Сєдов, Л. Філліпс, А. Баранов, Є. Будаєв, Д. Гудков, В. Дем'янов, Ю. Караулов, П. Чудінов, А. Шейгал, А. Вежбіцька, Дж. Вілсон, Р. Водак, О. Романов, Н. Феаркло та ін.), «мова засобів масової інформації» (В. Костомаров, Г. Винокур, М. Желтухіна, Л. Кудрявцева, Дж. Брайант, Д.Грейтбетч, Г. Кресс, А. Белл та ін.), а також праці дослідників, орієнтованих на вивчення різних аспектів впливу, в тому числі маніпулятивного (Р. Блакар, Д. Болінджера, Х. Вайнріх, В. Клемперер, Ф. Менца та ін.).

Мета дослідження – виявлення гендерних та лінгвокогнітивних особливостей образів політиків.

Досягнення зазначеної мети передбачає вирішення таких завдань:

1. розглянути поняття мовної особистості політика в політичному дискурсі;
2. визначити поняття «гендеру» та роль у політичній комунікації;

3. вивчити стратегії і тактики маніпулювання у політичному дискурсі;
4. розглянути засоби вираження експресії в політичному дискурсі;
5. виявити експресивні засоби мови у промовах Д. Трампа та П. Порошенка, Г. Клінтон та Ю. Тимошенко;
6. здійснити компаративний гендерний аналіз публічних промов сучасних політиків.

Об'єктом дослідження є образ політичного лідера у політичному дискурсі.

Предмет дослідження – гендерні та лінгвокогнітивні особливості образів політичних лідерів в політичному дискурсі.

Матеріалом стали тексти виступів претендентів на пост президента США Г.Клінтон і Д. Трампа, на пост президента України – П. Порошенка та Ю. Тимошенко.

Методи дослідження: описовий для розгляду поняття мовної особистості політика в політичному дискурсі; аналітико-синтетичний для визначення «гендеру» та його ролі у політичній комунікації; інтерпретаційний аналіз для визначення стратегій і тактик маніпулювання у політичному дискурсі; контекстуальний аналіз, елементи компонентного аналізу для виявлення експресивних засобів мови у промовах Д. Трампа та П. Порошенка, Г. Клінтон та Ю. Тимошенко, а також метод статистичної обробки даних (факторний аналіз) для гендерного аналізу публічних промов сучасних політиків та засобів вираження експресії в політичному дискурсі.

Практична цінність дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані як матеріал для спецкурсів «Політична лінгвістика», «Мова засобів масової інформації», «Стилістика».

Апробація результатів (публікації): стаття в журналі «Магістерські студії» на тему «Образ сучасного політичного лідера: лінгвокогнітивний аспект»

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБРАЗУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

1.1 Політична комунікація та стратегії і тактики маніпулювання як основні принципи політичного дискурсу

На становлення сучасної людини впливає зростаюча роль медіа в усіх сферах суспільного життя, адже потреби людей змінилися, а інформація стала необхідним елементом їх існування. Сучасна людина функціонує через медіареальність, з якої отримує істотну частину своїх уявлень, на основі якої у своїй свідомості складає образ політичного лідера. Влада неминуче використовує здатність медіапростору задавати певні установки для подальшого впливу на масову свідомість, коли спеціально сконструйований образ політичного лідера просувається через засоби масової інформації, які у свою чергу обробляють отримані установки, і під впливом різних типів ситуацій виникає імідж. Таким чином, ця тема є досить актуальною, оскільки, з одного боку, дослідження іміджу на методологічному, теоретичному та практичному рівнях знаходиться сьогодні на стадії становлення, з іншого боку, практика показує наскільки важливе правильне формування образу політичного лідера. Узв'язку з цим вважаємо за доцільне звернутися до тлумачення сутності даної категорії шляхом порівняльного аналізу з метою уточнення і конкретизації поняття «образ» або «імідж».

У короткому словнику сучасних понять і термінів Н. Бунімовича, Р. Жаркова, Г. Корнілова та словнику з культурології О. Кравченко «імідж» визначається як «цілеспрямовано формований образ (особи, явища, предмета), покликаний надати емоційно-

психологічного впливу з метою популяризації, реклами тощо» (*переклад наш*) [47, с. 189]. І. Васюкова у словнику іноземних слів під іміджем розуміє «цілеспрямовано формований (ЗМІ, літературою тощо) образ будь-якої особи, предмета, явища, покликаний надати на кого-небудь емоційний та психологічний вплив з метою реклами, популяризації тощо» (*переклад наш*) [11, с.240]. Близьке до представлених вище визначень було виявлено у «Сучасному словнику іноземних слів». Категорія «імідж» тлумачиться як «цілеспрямовано сформований образ, що виділяє певні ціннісні характеристики, покликаний надати емоційно-психологічного впливу на кого-небудь з метою популяризації, реклами тощо» (*переклад наш*) [88, с. 229]. У визначеннях названих словників на себе звертає увагу категорія «цілеспрямованість», що передбачає формування образу у відповідності до чітко поставленої мети, тобто з тим, до чого слід прагнути, що треба здійснити як у відношенні до фізичної особи, так і у відношенні до явища або предмета.

У цілому, досить спірним виглядає твердження щодо синонімічності понять «імідж» та «образ». На відміну від образу, імідж – образ штучно, довільно, продумано сформований. Так, у «Словнику з освіти та педагогіки» В. Полонського образ трактується як «форма відображення реальності, власне суб'єкта» (*переклад наш*) [77, с. 33]. Звідси, випливає, що образ формується миттєво, без цілеспрямованих дій суб'єкта.

Залежно від критерію, що лежить в основі класифікації, різні дослідники ділять образи або іміджі:

- 1) за об'єктом іміджування (персональний, партійний);
- 2) за співвідношенням з іншими об'єктами (одиничний – множинний);
- 3) за змістом (простий – складний);
- 4) за оригінальністю характеристик (оригінальний – типовий);

- 5) за контекстом іміджування (особистий, професійний, політичний);
- 6) за статевою приналежністю (чоловічий – жіночий);
- 7) за віковими показниками (молодіжний – зрілий);
- 8) за соціально-статусною категорією (імідж політичного лідера, політика-бізнесмена);
- 9) за тривалістю існування (постійний-ситуативний);
- 10) за функціями тощо.

Політична комунікація виконує важливу функцію для будь-якого громадянського суспільства [56, с. 60]. Дослідженню політичної комунікації з кожним роком приділяється все більше уваги. Серед учених, які займалися вивченням цього питання, варто виділити Д.Белла, З. Бжезінського, Ч. Кулі, Т. Лукмана, Дж.Міда, Дж. Уотсона та ін. Розробкою поняття «політична комунікація» займалися Е. Бенрайз, Д. Берло, Р. Катц, П. Лазарфельд, Л. Пай, М. Розенберг та ін.

Розвиток демократії неможливий без вільного обміну інформацією. Вона передбачає високий ступінь інформування всіх суб'єктів політичного процесу, включення громадян до політичної діяльності і ефективний зворотний зв'язок. Процес отримання, засвоєння та використання такої інформації називається політичною комунікацією [22, с.14].

Слід зазначити, що існує досить багато визначень поняття «політична комунікація». Деякі дослідники розглядають політичну комунікацію як лінійний процес передачі повідомлень від одного адресата іншому, інші трактують зміст комунікації як створення обумовлених результатів за допомогою повідомлень, що стосуються управління і здійснення влади у суспільстві [22, с. 35-37].

Існує три основних способи (канали) політичної комунікації, засновані на використанні різних засобів: комунікація через засоби масової інформації, комунікація через організації, коли ланкою передачі

служать політичні партії, групи інтересів, громадські організації та рухи, комунікація через неформальні канали з використанням особистих зв'язків [112].

Зі способом організації змістовної структури тексту політичної комунікації пов'язане визначення онтологічно властивої йому категорії комунікативності. Змістовно ж категорія комунікативності визначається зануреністю тексту в комунікацію. Комунікативність тексту виявляється у його здатності служити у якості ефективної предметно-знакової основи розвитку комунікації як системи повного, тричленного складу і, отже, в кінцевому результаті ця система здатна реалізовувати соціальну взаємодію людей за допомогою мовних засобів. Тобто, комунікативність тексту є його якісною визначеністю шляхом використання в системі мовної комунікації [86, с. 51]. Таким чином, комунікативність здатна фіксувати «динамічний принцип системної організації тексту» [86, с. 99] і діяльнісну сутність політичної комунікації.

У сучасних демократичних суспільствах майже весь обсяг політичної комунікації здійснюється за допомогою засобів масової інформації (ЗМІ). Їх завдання полягає в створенні великої інформаційної бази, за допомогою якої проводиться незалежна індивідуальна і громадська думка з найважливіших політичних питань. У сучасному світі ЗМІ є важливою частиною політичної системи, без якої неможливо уявити політичне життя суспільства. ЗМІ – це велика система установ, яка за допомогою технічних засобів спрямована на всеосяжне охоплення населення з метою оперативного інформування, а також створення обумовлених стереотипів громадської думки. Одна з найважливіших особливостей ЗМІ – це можливість створювати в аудиторії стійкі стереотипи сприйняття реальності, а також селективного відбору критеріїв при її аналізі.

У цей час часто головною метою політичної комунікації, на жаль, є маніпулювання громадською думкою. Це здійснюється за допомогою

ангажованих ЗМІ – поширюється «суспільно необхідна і важлива інформація», яка часом служить рекламою тих чи інших політичних кампаній. Тому помітне місце серед засобів політичної комунікації займають неформальні джерела інформації (чутки, плітки, анекдоти). Така тенденція пов'язана зі зниженням довіри до офіційних джерел та ЗМІ. Ці джерела спрямовані на формування негативних настроїв населення проти існуючої політичної системи та владних інститутів [24].

За висловом одного з авторитетних дослідників, політика – це переважно лідерство або прагнення до лідерства як однієї з найбільш поширених форм політичної взаємодії [76, с. 146].

Лідерство має групову природу: воно виникає там, де формуються групи, коли виникає потреба в суб'єкті, якому властиво утворювати суспільну ідею, вербалізувати інформацію, яка є у свідомості суспільства, бути представником колективної свідомості та ініціатором суспільних дій [34, с. 333]. Незважаючи на те, що феномен лідерства ми можемо спостерігати всюди, політичне лідерство відрізняється від лідерства других типів. Ця різниця криється в причинах виникнення лідерства, його характері, функціях, засобах впливу тощо.

Політичне лідерство, як правило, відрізняється опосередкованим характером. Це «дистанційне» лідерство, під час якого відносини між лідером і масами складаються як непрямі, тобто за допомогою засобів масової комунікації, різних суспільно-політичних організацій, людей, які обслуговують органи державного управління. Тому важливим є вивчення політичного лідерства власне в контексті механізмів його реалізації, особливостей опосередкованої взаємодії між лідером і масами.

Актуальним є дослідження політичної комунікації, засобів, методів, політичних технологій, за допомогою яких ця взаємодія відбувається і які є невід'ємними складовими політичного лідерства.

Серед дослідників, що займалися проблематикою, пов'язаною з політичною комунікацією, слід відзначити Л. Пай, М. Розенберга, Л. Перлінг, Ж. Шварценберга, Л. Посікєру, Ж.- М. Котре, К. Санне, Р. Катца, В. Бебіка, О. Білоуса, Е. Головаху, М. Головатого, М. Одарича, В. Ребкало, О. Пойченко та ін.

Взаємодія між політичним лідером і масами реалізується через спілкування, комунікацію. У політичному управлінні комунікація трактується як обмін інформацією між людьми для визначення проблем і пошуку їх рішень. У комунікативному процесі зазвичай виділяють чотири основні елементи: відправник – особа, що генерує ідеї, яка збирає інформацію і передає її; повідомлення – власне інформація; канал – засіб передачі інформації; одержувач – особа, якій адресована ця інформація і яка сприймає й інтерпретує її.

У політичній науці термін «політична комунікація», пов'язаний з лідерством – це всі повідомлення, які прямо або побічно вказують на зміст діяльності лідера. Завдяки їм лідер здійснює свій політичний вплив. Політична комунікація дозволяє здійснювати взаємодію політичних інтересів, надаючи значення не тільки реалізації політичного лідерства, а й політичному процесу суспільства в цілому. За допомогою комунікації розгортається політична послідовність політичних подій, утворюється їх сюжетна лінія. При цьому політичну комунікацію, яка здійснюється переважно за допомогою мови, потрібно розуміти і як обмін інформацією, і як обмін діями [3, с.218]. Загалом, політичну комунікацію можна визначити як процес обміну значеннями між політичними акторами, який реалізується при формальних і неформальних взаємодіях між ними.

У процесі політичної комунікації місце займає обмін інформацією між тими, хто управляє, і тими, хто підпорядковується, між політичною системою і середовищем – для отримання згоди останнього на прийняття рішень. Можна виділити дві моделі політичної комунікації,

які по-різному описують роль лідерів і підлеглих у політичному процесі [3, с.215-216].

У першій моделі Ж.-М. Котре особлива роль відводиться тим, хто керує. У результаті взаємодії між лідерами і громадськістю виникають три типи відносин: ідентичності (лідери ідентифікують себе з тими, ким вони керують) включення (лідери постійно є суб'єктами політики) і перетину (в процесі реалізації влади лідери постійно віддаляються від підлеглих).

У другій моделі К. Сайнне приділяється увага ролі політичних лідерів у процесі реалізації політичної комунікації. Політичні лідери здійснюють політичну владу, як правило, не безпосередньо, а опосередковано, шляхом використання різних проміжних ланок (наприклад, бюрократичного апарату або засобів масової комунікації). Важливо відзначити, що, на думку К.Сайнне, лідери намагаються доставляти до мас інформацію, яка зміцнює їх легітимність.

Аналіз інформаційних потоків здійснюється не тільки за вертикаллю «зверху-вниз» (від лідерів до громадськості), не менш важлива спрямованість за горизонталлю (мається на увазі прямий зворотний зв'язок). Особливо важливу роль горизонтальний рівень комунікації відіграє в сучасних демократичних країнах.

Діяльність політичної влади неможлива без опосередкованих форм і спеціальних засобів зв'язку між акторами політичного процесу [108, с.10]. Проміжною ланкою між лідером і суспільством у комунікативному процесі є засоби політичної комунікації, під якими маємо на увазі певні організації та інститути, які працюють в рамках соціальної і політичної систем, за допомогою яких здійснюється процес обміну інформацією і виявляється політичний вплив [79, с.14].

Найчастіше в політологічній літературі, як засобу політичної комунікації в процесі реалізації політичного лідерства, аналізуються ЗМІ та неформальні канали (чутки, плітки, анекдоти, а також графіті). Роль

цих засобів визначається наявністю або відсутністю ефекту впливу – наслідків процесу комунікації, під час яких у свідомості індивіда відбуваються зміни, які не відбулися б без акту комунікації [36, с.83].

Очевидність впливу лідерів через засоби масової інформації сьогодні не оскаржується. Вплив чиниться через інформування виборців про хід передвиборної боротьби, оцінку передвиборчих платформ кандидатів, за допомогою прямої політичної реклами, яка пропагує їхні ідеї тощо.

Політична комунікація є тією невід'ємною ланкою в процесі реалізації політичного лідерства, за допомогою якої лідер може реально впливати на електорат, застосовуючи конкретні засоби і методи впливу. Ретельно аналізуючи дії політиків новітнього часу, завжди зможемо виявити в них відповідну сукупність таких засобів і методів, за допомогою яких вони прагнули досягти політичного результату, тобто певні політичні технології.

Таким чином, проблема політичного лідерства є надзвичайно актуальною, адже саме людські виміри політичного процесу вирішують його в регіональному та глобальному масштабах. Дистанційний характер сучасного політичного лідерства висуває на перший план актуальність застосування в його реалізації політичної комунікації, яка тісно пов'язана з так званими політичними технологіями. Успіх лідера в політиці тісно пов'язаний з його вмінням грамотно і професійно взаємодіяти з громадськістю, застосовуючи певні політичні технології і, отже, – впроваджувати свою політику в життя. На нашу думку, слід дослідити сформульовану проблему, аналізуючи американський та український досвід застосування політичних технологій.

Мова політики являє собою цінне джерело інформації про неї, оскільки є невід'ємною частиною характеру і широким чином визначає особистість. Серед дослідників немає загальноприйнятого визначення мови політики. У лінгвістичній літературі поряд з поняттям «політичний

дискурс» (Є. Шейгал, А. Баранов) вживаються дефініції «суспільно-політична мова» (Т. Юдіна), «агітаційно-політична мова» (А. Чудінов), «мова громадської думки» (П. Денисов), «політична мова» (О. Воробйова).

Обґрунтованим і важливим для подальшого дослідження політичного дискурсу є, на нашу думку, визначення терміну «дискурс», запропоноване Є.Переверзєвим і В. Кожем'якіним [70]. Вчені звертають нашу увагу на те, що дискурс являє собою саме послідовність висловлювань, а не їх статистичну структуру, і ця послідовність обумовлена як внутрішніми, так і зовнішніми факторами. Дискурс – це людська діяльність, а не результат цієї діяльності.

Розглядаючи поняття *дискурс* в соціальному і політичному контексті, вочевидь, що погляд на це поняття буде спрямований не як на міжособистісний діалог як мовну подію, а як на соціальний діалог, який відбувається за допомогою і через суспільні інститути між індивідами, групами і організаціями, а також і між самими соціальними інститутами, які є задіяними в цьому діалозі [33, с.34].

Є. Переверзєв і В. Кожем'якін, розуміють політичний дискурс у якості здійсненої у відповідних історичних і соціальних умовах інституційно організованої і тематично сфокусованої послідовності висловлювань, сприйняття яких здатне схвалювати і перетворювати відносини домінування і субординації в суспільстві [70, с. 74-75].

Дискурси є парадоксальним синтезом протяжності і моментності в часі: будь-якій структурі, таким чином, властиві з одного боку досить чіткі межі потенційно можливого в думці та дії і, з іншого боку дискурси є мінливими утвореннями, з огляду на те, що кожна артикуляція може встановлювати в деякому роді нове значення при відтворенні чинних дискурсивних рамок [45, с. 78].

Крім того, політичне поле саме по собі є певною мірою автономним, воно не залежить від інших полів або соціальних сил. Одна

з його головних властивостей полягає в тому, що професіонали можуть розраховувати на успіх тільки спираючись на групи і сили, які знаходяться за межами поля, а значна частина створення політичного дискурсу полягає у виробленні гасел і обіцянок [51, с.224].

Суб'єктами дискурсу в політиці рухає політичний інтерес, який можна визначити як спрямованість свідомості соціальних груп й індивідів на усвідомлення виникаючих політичних потреб. Характер політичного інтересу обумовлений об'єктивним становищем цих груп й індивідів в соціально-економічній і політичній структурі суспільства, їх політико-культурними уявленнями і традиціями, їх світоглядними принципами і цінностями [51, с.224].

Метою політичного дискурсу є не опис, а створення ґрунту для переконання адресатів, спонукання до дії, це і визначає ефективність політичного дискурсу. Мова політичного дискурсу насичена символами, а успіх і ефективність визначається тим, наскільки ці символи співзвучні з масовою свідомістю: політик повинен вміти доторкнутися до потрібної струни у свідомості, висловлювання політика повинні бути спрямовані на «споживачів» політичного дискурсу. Не завжди така пропаганда є аргументованою і не завжди логічно пов'язаною [68, с.220]. Політики та політичні інститути, на думку І. Мацишиної, є акторами, які репродукують на місцевому та національному рівнях тексти та залучують громадськість, яка стає другою категорією дискурсивних практик, до виробництва символічних текстів через комунікативні акти [61, с. 156].

Політичному дискурсу як владному ресурсу властиво виконувати важливу роль – перевизначати соціальні проблеми щодо політичних інтересів, ранжувати їх щодо завдань політичних акторів. Політичному дискурсу властиво виконувати функції конструювання та реконструювання уявлень про політичний світ, регулювати, розподіляти та перерозподіляти владу, сприяти формуванню політичних

ідентичностей, артикулювати соціальні потреби, інтереси та цінності [54, с. 30].

Найважливішими функціями політичного дискурсу є функції переконання та впливу, адже учасникам політичного дискурсу здебільшого властиво переконувати один одного у своїй правоті та впливати на точку зору інших людей [66].

Отже, політичний дискурс необхідно розглядати з різних точок зору. На основі вищесказаного ми спробуємо дати систематизоване визначення поняття «політичний дискурс». Таким чином, політичний дискурс – це опосередкований певною соціокультурною традицією спосіб комунікації, заснований на обміні, навіюванні і пропаганді певних ідей, позицій і поглядів учасників політичного життя, для досягнення політичних цілей, які в основному пов'язані з питаннями влади.

У науковій літературі, як з лінгвістики, так і з суміжних наук, бувають різні терміни для позначення поняття маніпулятивного впливу: маніпуляція, маніпулювання тощо. Аналіз лексикографічних джерел показав, що слова маніпуляція, маніпулювання мають занадто багато значень, і навіть з негативною конотацією, що не бажано для існування терміна. Тому обраний більш нейтральний варіант – маніпулятивний вплив.

Протиріччя в дослідженнях цього явища виникають і при визначенні його поняття. Зокрема, О. Доценко [32], розглядаючи маніпуляцію як вид психологічного впливу, дає кілька варіантів розуміння цього поняття, постулюючи рівноправність кожного з них. Деякі інші визначення (Б.Безсонов, Я. Кучера) мають ідеологічне забарвлення, що теж не відповідає необхідним властивостям терміну. Лінгвістичні роботи, присвячені дослідженню маніпулятивного впливу, орієнтуються переважно на визначення, що існують в психологічних, соціологічних, філософських працях (так, В. Зірка спирається на одне з

них, запропоноване О. Доценко). Аналіз наявних у науковій літературі визначень і лексичних значень з лексикографічних джерел дозволяє сформулювати актуальний варіант визначення, орієнтованого на лінгвістичні параметри досліджуваного явища. Маніпулятивний вплив розглядаємо як спосіб зміни або коригування картини світу реципієнта, який реалізується за допомогою вербальних складових, заснованих на окремих мовних засобах. Складові і мовні засоби маніпулятивного впливу взаємоперетинаються і супроводжуються невербальними компонентами. Маніпулятивний вплив ґрунтується на принципах скритності, майстерності, існування / створення ілюзорної дійсності.

Маніпулятивний вплив у мас-медійному політичному дискурсі залежить від способу передачі інформації, тобто від опосередкованості ЗМІ та неможливості миттєвого коригування засобів впливу залежно від реакції адресата. Маніпулятивний вплив в засобах масової інформації, на відміну від маніпулятивного впливу в міжособистісному спілкуванні, спрямований не на індивідуального адресата, але і не на масового (як натовп на мітингу). Тому можна виділити індивідуально-масового адресата, коли мас-медіа спрямовані на велику кількість споживачів інформації. Однак, у випадку із друкованими ЗМІ кожен такий споживач індивідуальний. Маніпулятивний вплив в ЗМІ не може врахувати індивідуальні властивості реципієнта. Отже, мова може йти лише про можливий адресат і більш універсальні мовні засоби, розраховані на різнорівневу аудиторію.

Маніпулятивний вплив є багатокomпонентним явищем. У науковій літературі йдеться про прийоми, способи, засоби впливу. О. Доценко [32, с. 23-29] виділяє деякі складові маніпулятивного впливу як психологічного явища. При розгляді маніпулятивного впливу як лінгвістичного явища є можливим також визначити окремі його комплексні елементи як складові маніпулятивного впливу. С. Кара-Мурза [38] стверджує, що вплив здійснюється як на мислення, так і на

почуття адресата, причому основною мішенню маніпулятора є саме сфера почуттів. Вплив, здійснюваний за допомогою використання комічного і нагнітання страху, направлений на сферу почуттів. Використання числа орієнтоване, на перший погляд, на мислення адресата, але, фактично, також апелює до емоційної сфери реципієнта. Емоційна основа присутня і в існуванні чуток, поява яких, згідно з В. Шейновим, пов'язана зі спробами правильно інтерпретувати неоднозначну ситуацію, тобто розрахована на заміщення недостатньої раціональної інформації. Отже, можна виділити чотири основні вербальні складові маніпулятивного впливу – застосування комічного, нагнітання страху, використання числа, відображення чуток.

Вивчення процесу комунікації з позиції комунікативних стратегій і тактик останнім часом стало дуже популярним в германістиці [5; 31; 62] і славістиці [37], але майже не застосовувалося в порівняльно-типологічному дослідженні.

Регулятивна функція мови тісно пов'язана з комунікативною. Регулятивна функція об'єднує ті випадки використання мови, коли мовець безпосередньо прагне вплинути на адресата [65, с. 83], а основною функцією сучасної мови політики є функція управління суспільством, суспільною думкою, нав'язування політиками своєї волі.

Політична влада базується на владі впливу, на управлінні людьми різної політичної орієнтації, а управління здійснюється тільки через слово. Оскільки головною метою політичної комунікації є досягнення і утримання влади, то особливої значущості набувають стратегії і тактики впливу, спрямовані на переконання адресата в правильності своєї позиції або представлення його правоти перед позиціями політичних супротивників.

Стратегія – це процес розробки та реалізації комунікативної задачі, яка ставиться з метою ефективного впливу на адресата. Тактика, з одного боку – спосіб мовного впливу, сукупність мовних засобів, з

іншого – шлях реалізації стратегії. В рамках однієї стратегії можна виділити кілька мовних тактик, що працюють на неї. Комунікативний хід – це конкретний засіб досягнення комунікативного ефекту, заданого в тактичній установці [62, с. 164].

У політичному дискурсі стратегія, поряд з іншими факторами працює на формування задуманого політиком іміджу. Політик, як правило, вибирає для себе роль і відповідну йому мовну «маску» [62, с.198]. Зокрема, прогнозування аудиторії, її очікувань політиком є комунікативною стратегією, а засоби її реалізації – це тактика. Вибір засобів реалізації стратегії обумовлюється експресивністю політичного дискурсу.

З опорою на методологічну базу функціональної лінгвістики ми визначаємо поняття «експресивність» наступним чином: це (1) категорія мови і мовлення, психофізіологічною основою якої є емоції і почуття людини; загальний зміст цієї категорії можна сформулювати як мовне вираження мовцем емоцій, почуттів, відносин, емоційної оцінки з метою впливу на партнера комунікації; (2) ця категорія представлена різномірними системно-мовними одиницями і мовними засобами; (3) результатом функціональної реалізації експресивності в мові є ефект емоційного впливу, або експресія; досліджувана категорія має функціонально-прагматичну спрямованість, а також функціонально-семантичний аспект.

*Good decision making rests on certain basic principles. **I believe** in the universality of freedom. **I believe** democracies lead to peace. **I believe** people ought to worship freely. **I do believe** there's an Almighty God that has spread freedom - making freedom available for everybody. **I believe** in private enterprise. **I believe** in free enterprise. **I believe** in high standards in education. These are basic beliefs that I'm not going to change [137].*

У наведеному прикладі політик обирає для себе імідж лідера, який поділяє основні принципи демократії, свободи, підприємництва та

якісної освіти і переконує слухача / читача в тому, що він не збирається змінювати цим принципам. Для досягнення останнього він використовує лаконічні речення, повтори, паралельні конструкції. Модальний вираз *I believe* наділяє висловлювання більшою іллокутивною силою.

Одна з найважливіших стратегій політичного дискурсу – стратегія ідентифікації, тобто ототожнення політика з народом. Ефективна переконуюча комунікація спрямована на навіювання адресату думки, що лідер – «свій», близька до народу людина.

Мовними засобами вираження зазначеної стратегії в американському політичному дискурсі є використання, зокрема просторічної лексики: *This guy-Saddam Hussein was brutal for the people of Iraq* [134].

Залежно від характеру інформаційних перетворень у політичному дискурсі розмежовують такі види маніпулювання:

- 1) представницькі маніпулювання, пов'язані зі спотворенням денотата / референта в процесі позначення дійсності:
- 2) аргументативні маніпулювання, пов'язані з порушенням постулатів спілкування [110, с.173-174].

Один з видів референційного маніпулювання – фактологічне маніпулювання, тобто спотворення фактів (недомовки, брехня, перебільшення, створення представницької невизначеності) [110, с.173].

Засобом створення представницької невизначеності в сучасному американському політичному дискурсі є використання пасивних конструкцій: *That issue is being addressed. Details need to be worked out* [134];

синтаксичного еліпсису: *undesirable discharge-not desired by whom?*

Використання слів з дифузною семантикою характерне для американського політичного дискурсу: *Now, some will say, well, we've got to raise taxes in order to balance the budget* [134].

До засобів створення представницької невизначеності в сучасному політичному дискурсі належить також вживання слів широкої семантики. Політика використовує малозрозумілі для широкої аудиторії юридичні, економічні, військово-технічні терміни; книжкові слова з метою створення ситуації невизначеності: *the long-term budget challenge is - it really has to do with mandatory spending ... We also need bipartisanship when it comes to energy They've helped us shutdown a worldwide nuclear proliferation network run by A.Q. Khan. UAE is a valued and strategic partner. I'll get to AHPs in a minute* [37]. Поза контекстом неможливо здогадатися, що слова такого типу як *AHPs*, *mandatory* мають на увазі. Для здійснення впливу на аудиторію політики вдаються до використання певних стратегій і тактик, зокрема, створення іміджу, стратегії ідентифікації, маніпулятивних стратегій, але засоби реалізації зазначених стратегій різні.

Отже,

1.2. Поняття гендеру та його роль у політичній комунікації

Концепція гендеру стала загальноновизнаним досягненням неофеміністичного руху, що розгорнувся в 60-70-х роках ХХ століття на Заході. Цей рух, в кінцевому підсумку, змінив уявлення про зміст демократії, змусив побачити багатобарвність соціального простору. Неофемінізм почали оцінювати за новими мірками вільної людини, яка у своїй ідеології прагне показати, в чому полягає несправедливість світоустрою щодо жінок і як її подолати. До дискусії про сутність чоловічого і жіночого приєдналися представники всіх наук про людину – біологи, психологи, антропологи, етнографи, філософи, психологи, соціологи та ін. По мірі розвитку цих досліджень вчені почали будувати свій аналіз, керуючись порівняльними характеристиками чоловічого і жіночого. Поняття «гендер», застосування якого передбачало перехід

досліджень з біологічного рівня на соціальний і відмову від постулату про природне призначення статей, стало ключовим.

Термін «гендер» був вперше введений в наукову літературу американською дослідницею Дж. Скотт в середині 1980-х років з метою розмежування біологічного і соціального тлумачення ролевих відносин чоловіків і жінок у соціумі. Спочатку термін «гендер» протиставлявся категоріям «рід» і «стать», які були природними і стабільними, а «гендер» конструювався, створювався суспільством, пропонувався інститутами соціального контролю та культурними традиціями [44, с. 25].

Тому, для кращого розуміння суті поняття «гендер», розглянемо основні теорії і концепції гендеру, а також їх складові. В цілому можна виділити три основні теорії гендеру. Перша з них – теорія соціального конструювання гендеру, або розуміння гендеру як соціальної конструкції. Розуміння того, що дихотомія статей змодельована і продовжує моделювання культурою є ключовим положенням, яке ставить під сумнів правомірність сучасного стану речей, що проголошує стать онтологічною категорією, а тим самим виправдує і надання різних можливостей для розвитку чоловіків і жінок. З цих позицій дається визначення гендеру як організованої моделі соціальних відносин між чоловіками і жінками, що конструюється основними інститутами суспільства.

- гендер конструюється шляхом соціалізації, розподілу праці, системою гендерних ролей, сім'єю, засобами масової інформації;
- гендер формується і самими індивідами – на рівні їх свідомості (тобто гендерної ідентифікації), прийнятті заданих суспільством норм і підлаштуванні під них (в одязі, зовнішності, манері поведінки тощо).

Створювати, конструювати гендер – означає створювати такі відмінності між хлопчиками і дівчатками, чоловіками і жінками, які не є природними, сутнісними чи біологічними.

При розумінні гендеру як соціального конструкту виділяють наступні характеристики гендеру:

- біологічна стать;
- статево-рольові стереотипи, поширені в тому чи іншому суспільстві;
- гендерний дисплей – різноманіття проявів, пов'язаних з громадськими приписами норм чоловічої і жіночої дії та взаємодії [82, с. 77-78].

Поняття гендерний дисплей введено І. Хоффманом для опису соціальних аспектів статі. Воно виражає безліч проявів культурних складових статі – гендерні стереотипи, статево-рольові норми і статево-рольову ідентичність. Гендерний дисплей являє собою механізм створення гендеру.

Відповідно до цього підходу гендер постає як вимір соціальних відносин. Індивід засвоює певні правила поведінки і установки, які суспільство вважає відповідними до його гендерної ролі, в процесі соціалізації. Ключовими поняттями за такого підходу є гендерні стереотипи і ролі.

Друга теорія – розуміння гендеру як мережі, структури або процесу, тобто гендеру як стратифікаційної категорії в сукупності інших стратифікаційних категорій, розгляд гендеру в низці таких стратифікаційних категорій, як клас, раса, вік.

Наступні компоненти можуть розглядатися як етапи становлення гендеру як статусу і структури:

- стать (sex) як біологічна категорія, безпосередньо це поєднання генів та геніталій; допологовий, підлітковий і дорослий гормональний набір;
- стать (sex) як соціальна категорія – призначення від народження, засноване на типі геніталій;
- статева (sex-gender) ідентичність – усвідомлення себе як представника цієї статі, відчуття свого жіночого і чоловічого тіла, усвідомлення своєї приналежності до статі в соціальному контексті;
- стать (gender) як процес – навчання, прийняття ролі, оволодіння поведінковими діями, що вже засвоєні в якості тих, що відповідають певному гендерному статусу;
- стать (gender) як статус і структура – завершення оформлення гендерного статусу індивіда як частини суспільної структури, приписаних відносин між статями, особливо структури панування і підпорядкування [97, с. 248-260].

Третя теорія – розуміння гендеру як культурної метафори. Чоловіче і жіноче на онтологічному і гносеологічному рівнях існують як елементи культурно-символічних рядів: чоловіче – раціональне, духовне, божественне, культурне; жіноче – чуттєве, тілесне, гріховне, природне. Чоловіче, або те, що ототожнюється з ним, вважається позитивним, значущим і домінуючим, а жіноче – негативним, вторинним, субординованим.

У широкому сенсі гендер можна визначити як змодельовану суспільством і підтримувану соціальними інститутами систему цінностей, норм і характеристик, чоловічої та жіночої поведінки, стилю життя і способу мислення, ролей та відносин жінок і чоловіків, набутих ними як особистостями в процесі соціалізації, що, перш за все, визначається соціальним, політичним, економічним і культурним

контекстами буття й фіксує уявлення про жінку та чоловіка залежно від їх статі [67, с. 11].

Таким чином, поняття гендеру позначає всі ті соціальні та культурні норми, правила і ролі, які суспільство надає людям залежно від їх біологічної статі. Своїм становленням концепція гендеру зобов'язана досягненням неофеміністичного руху, який мав місце в 60-70-і роки ХХ століття на Заході. Виділяють три основні теорії та концепції гендеру: теорія соціального конструювання гендеру, або розуміння гендеру як соціальної конструкції; розуміння гендеру як мережі, структури чи процесу; розуміння гендеру як культурної метафори.

Гендерний аспект – це особливо цікава область дослідження в лінгвістиці, деосновна увага приділяється мовним відмінностям між чоловіками і жінками. Одним з пріоритетних завдань у дослідженні політичного дискурсу у сучасній лінгвістиці є вивчення комунікативної поведінки як невід'ємного компонента, що характеризує діяльність політичного лідера у професійній сфері. І. Стернін вважає, щокомунікативною поведінкою є сукупність норм і традицій спілкування народу у цілому, або, певної групи (соціальної, вікової, професійної тощо). Гендерні особливості комунікативної поведінки громадських діячів завжди стають об'єктом інтересу вчених.

У більшості людських спільнот політична влада була виключно чоловічою сферою діяльності, але як тільки жінки домоглися права голосу, вони відразу заговорили про своє право зайняти «гідне місце» у сфері політики. Суперечки про гендер і політичну владу тривають у всьому світі [19, с. 321]. В останні п'ятдесят років у промислово розвинених капіталістичних країнах встановилася гендерна рівність в політиці – все більше жінок балотується і обирається в національні парламенти. Вірджинія Сапіро стверджує, що більшість досліджень, чоловічих і жіночих особливо, присвячені соціально обумовленій

комунікативній поведінці, яка потребує системного опису в політичному дискурсі.

Якщо говорити в цілому про проблему відмінностей між чоловічою і жіночою мовою, то варто відзначити, що відповідно до теоретиків-послідовників Робіна Лакоффа (1975), жіночі висловлювання ігноруються і перериваються, тому що жінок вчать «говорити як леді», тобто використовувати застереження («*It's not true, but...*»), маркери ввічливості («*My God*» тощо), а не різкі висловлювання, і, нарешті, розділовізапитання («*This book was good, wasn't it?*»), які висловлюють скоріше невпевненість, а не напористість. Коли жінки не використовують цю тактику, їх можуть звинуватити в тому, що вони не жіночні. Однак якщо вони «говорять як леді», вони ризикують бути сприйнятими не серйозно.

Виходячи з того, що політика розглядається в основному як сфера діяльності чоловіків, жінки не часто грають важливу роль в процесах прийняття рішень. Аналіз виступів політичних лідерів дає нам можливість вивчити, чи виявляються будь-які відмінності у вербальній комунікації в залежності від статі. Таким чином, виступи політиків можуть надати цілеспрямованого впливу на чоловічу або на жіночу аудиторію, якщо використовувати особливості гендерно орієнтованого підходу.

Висновки до розділу 1

Проблема політичного лідерства є надзвичайно актуальною, адже саме людські виміри політичного процесу вирішують його в регіональному та глобальному масштабах. Дистанційний характер сучасного політичного лідерства висуває на перший план актуальність застосування в його реалізації політичної комунікації, яка тісно пов'язана з так званими політичними технологіями. Успіх лідера в

політиці тісно пов'язаний з його вмінням грамотно і професійно взаємодіяти з громадськістю, застосовуючи певні політичні технології і, отже, – впроваджувати свою політику в життя.

Політичний дискурс – це опосередкований певною соціокультурною традицією спосіб комунікації, заснований на обміні, навіюванні і пропаганді певних ідей, позицій і поглядів учасників політичного життя, для досягнення політичних цілей, які в основному пов'язані з питаннями влади.

Для здійснення впливу на аудиторію американські політики вдаються до використання певних стратегій і тактик, зокрема, створення іміджу, стратегії ідентифікації, маніпулятивних стратегій, але засоби реалізації зазначених стратегій різні.

Вдале використання гендерного підходу до виступу надає образності мові політичного діяча, зацікавлює слухача, підтримуючи тим самим вплив мови на аудиторію. У деяких випадках межі між маскулінністю і фемінінністю стираються або проявляються неявно.

Експресивність політичного дискурсу залежить від переконливості оцінних думок, що є свого роду наміром політика впливати на читача/слухача, який у багатьох випадках може розглядатися в якості мішені для характерної політичної реклами, яка відрізняється образністю і образотворчістю і досягається використанням засобів її вираження.

РОЗДІЛ 2.

СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОБРАЗУ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

2.1. Експресивні засоби мови у промовах Д. Трампа та П. Порошенка

З посиленням демократичних процесів по всьому світу збільшується роль ораторського мистецтва у сфері політики. У більшості країн періодично проходять вибори в різні урядові структури, і кандидати часто виступають перед електоратом, намагаючись так побудувати передвиборчу промову, щоб залучити на свій бік якомога більше виборців.

Мистецтво риторики вивчалось ще в античності. Очевидно, що правильно побудована і виголошена мова є потужним засобом впливу на маси. О. Пешковський писав, що ораторська мова – «це особливий вид власне літературної мови – вид, який я б назвав у відомому сенсі підробкою писемного мовлення під усне. Така підробка дійсно необхідна в тій чи іншій мірі у всіх публічних виступах» [72, с.79]. В особливому сплетінні усного і писемного мовлення і полягає основна сила впливу ораторського мовлення. Добре відомо, що будь-який публічний виступ готується заздалегідь, причому його найчастіше пише не сам оратор, а фахівці в області риторики, вони ж і дають рекомендації політикам, як правильно озвучити промову, щоб зберегти її експресивність.

Проаналізуємо синтаксичні засоби експресивності в ораторській мові на матеріалі промови кандидата в президенти США від Республіканської партії Дональда Трампа (нині Президента США),

транскрипт якої представлений на сайті американської газети Нью-Йорк Таймс та промови экс-президента України Петра Порошенка.

Для аналізу було обрано виступ на дебатах і промову на інавгурації Дональда Трампа оратора, адже він вважається одним з найбільш експресивних сучасних англомовних політиків. Більш того, умови агресивного суперництва за пост президента сприяють підвищенню емоційності в промові ораторів.

Найбільш поширеними синтаксичними засобами виразності в мові Д. Трампа, на наш погляд, є:

- 1) повтор одного слова в суміжних реченнях;
- 2) повтор ключових слів або словосполучень одного речення в короткому наступному, що складається тільки з цих елементів;
- 3) множинний повтор словосполучення або слова з послідовним посиленням наступного елемента;
- 4) парцелляція;
- 5) паралельні конструкції;
- 6) повтор односкладних речень протягом всієї мови;
- 7) загальна ритміка тексту.

Розглянемо ці засоби створення експресивності докладніше. Вже у вітанні оратор використовує повтор, заснований на синтаксисі: «*Thank you for the opportunity to speak to you, and thank you to the Center for National Interest for honoring me with this invitation. It truly is a great honor*». Встановлюючи контакт з аудиторією, Дональд Трамп повторює в одному реченні лексеми з компонентом подяки, а в суміжних реченнях корінь *honor*, підкреслюючи тим самим, що йому приємно перебувати в цьому залі, а також для посилення відчуття важливості цього заходу у публіки.

Відомо, що масова аудиторія неуважна, а експресивність є одним із способів пробудження інтересу у масової аудиторії. Так, наприклад, у промовах Трампа зустрічається прийом маніпулятивного впливу завдяки

таким виразам як: «*I believe...*», «*I appreciate...*», «*I'm grateful to/for...*», «*I (strongly) believe...*», «*I'm confident...*», «*I hope...*». «*I will forever be optimistic about...*», «*I will miss...*», «*I was excited about...*», «*...I can't tell you how much I love you...*», «*I worry...,...with a thankful heart...*», «*The presidency was a joyous experience*». Висловлювання, що містять подібні елементи, не тільки висловлюють почуття самого оратора, а й змушують слухача щиро вірити його словам. Таке неприкрите вираження своїх емоцій оратором дозволяє аудиторії перейнятися щирою довірою до нього, що Трамп підкріплює частим використанням допоміжного дієслова «*will*», не тільки для вказівки тимчасової віднесеності висловлювання, але і для ілюстрації своїх намірів і обіцянок у сфері політичної діяльності, надаючи мови більшої рішучості. Більш того, повідомлення Трампа виконує не просто інформативну функцію, а й справляє певний емоційний вплив на слухача, апелюючи до його почуттів, внутрішніх відчуттів; тим самим в аудиторії створюється необхідне оратору враження, що викликає відповідну реакцію, приваблює слухачів на бік декламуючого.

Політик часто використовує антитезу, оксюморон, а також слова з негативними частками і лексичні одиниці з «негативною» семантикою та ін., як скажімо, в рядках: «*They've taken a **calculated risk**. By the way, I'm **not saying** these folks are **unpatriotic**; I'm saying they're wrong. (Applause.) You **can't win** a war and protect the homeland if you "**re unwilling to fight the war**» [135].*

Риторичне питання є популярним синтаксичним засобом в політичному дискурсі і часто використовується Д. Трампом для того, щоб впевнити народ у тому, що тільки завдяки його політичним діям усі нації на території США будуть у безпеці: «*It's a dangerous illusion refuted with a simple question: **Would the United States and other free nations be more safe or less safe?**» [135].*

Трамп Д. часто вдається до повторень з посиленням подальшого елемента, незалежно від частини мови. Так, говорячи про поточний стан американської армії, а також про Північноатлантичний альянс, Трамп підвищує експресивність за допомогою прислівників: «*A Trump administration will lead a free world that is properly **armed and funded, and funded beautifully***». Ритор використовує прийом градації, коли ключове слово посилюється конструкціями, які будують у свідомості публіки ті приємні образи, які входять в задум мовця, повторення прийменника *and* переслідує цю ж мету.

У наступному прикладі використовується не тільки прийом градації, а й винос ядерної конструкції за рамки одного речення. Описуючи ірано-американські відносини, Трамп повторює: «*Iran cannot be allowed to have a nuclear weapon, cannot be allowed. Remember that, cannot be allowed to have a nuclear weapon.*» У цьому випадку тричі повторюється модальна структура заборони, яка двічі супроводжується інфінітивом у функції доповнення «*to have a nuclear weapon*», що підвищує експресивність фрази.

Д. Трамп часто вдається в мові до модальних дієслів та інших засобів об'єктивної і суб'єктивної модальності, повторюючи їх в наведених реченнях: «*My foreign policy will always put the interests of the American people and American security above all else. It **has to be first. Has to be***». Можна помітити, що поєднання *has to be* в першому реченні є присудком, проте для емпізи політик повторив її вже в якості повноцінного речення, причому односкладного. Таким чином він акцентував увагу слухачів на тому, що подібний стан речей має стати нормою, проте на даний момент він таким не є. Мається на увазі, що американців треба підштовхнути до змін, які може влаштувати тільки Д.Трампа, в разі його обрання. З цією метою і повторюється прикметник.

Ще одним поширеним засобом підвищення експресивності в мові Д. Трампа є додавання епітетів до повторюваних слів. Наприклад,

повертаючи публіку в двадцяте століття, коли, за його словами, американці творили великі справи, він говорить: «*Democrats and Republicans working together got Mr. Gorbachev to heed the words of President Reagan, our **great president**, when he said, tear down this wall. History will not forget what he did. A very **special man and president**.*» Почавши з констатації факту – ніхто не заперечуватиме, що Р.Рейган був президентом – оратор двічі повторює це слово, супроводжуючи його лексемами з явно позитивною конотацією. Такий прийом дозволяє провести різку межу між головними особами двох держав, підносячи колишнього президента Америки. Наявність каузативної конструкції і відсутність епітетів збільшує дистанцію.

Паралелізм і повтори, дозволяють зробити мову більш емоційною, а головне, доступною для розуміння широких мас: «*I'd like to talk today about how to develop a new foreign policy direction for our country, one that replaces randomness with purpose, ideology with strategy, and chaos with peace.*»

Численні повтори, як засіб вираження експресивності, використовуються і в інавгураційній промові Д. Трампа:

1. *Washington flourished – **but the** people did not share in its wealth. Politicians prospered – **but the** jobs left, and the factories closed.*
2. *Their **victories** have not been your **victories**; their **triumphs** have not been your **triumphs**.*
3. *It belongs to **everyone gathered** here today and **everyone watching** all across America.*
4. ***This is your day. This is your** celebration.*
5. *The **forgotten** men and women of our country will be **forgotten** no longer.*
6. ***From this day** forward, a new vision will govern our land. **From this moment** on, it's going to be America First. [132]*

Паралелізм дихотомічних структур полягає в тому, що на перше місце ставиться якась негативна риса сформованого порядку, а потім називається та позитивна риса, яку привнесе Трамп у разі його обрання на пост президента. Так повторюється три рази. Подібне перерахування необхідне, адже воно дозволяє краще зрозуміти новизну напрямку, пропонованого Трампом. Добре відомо, що «як тільки ставиться завдання гарантувати комплексну і ефективну комунікалістику, мозок автоматично виводить психіку на діадні, тріадні і квадрійні конструкції» [90, с.71]. Такі структури, що легко запам'ятовуються, створюють якийсь ритм, який програмує слухачів, і вони охочіше вірять словам кандидата і підтримують його.

Ще одна синтаксична особливість мови Д. Трампа – створення певного ритму оповідання за допомогою чергування довгих і коротких речень. У першому випадку темп наростає, у другому – сповільнюється: *«We tore up what institutions they had and then were surprised at what we unleashed. Civil war, religious fanaticism, thousands of Americans and just killed be lives, lives, lives wasted. Horribly wasted.»*

Перші два речення містять певну ритміку. Кожне з них складається з 15 елементів, однак, у другому реченні в зв'язку з численними перерахуваннями збільшується темп, тримаючи слухачів у наростаючій напрузі. Посилується експресивність у зв'язку з повтором одного і того ж слова. А потім автор різко скидає темп за допомогою підсумкового короткого речення, яке несе величезне емоційне навантаження.

У наступному прикладі застосовуються ті ж прийоми, про які сказано вище: повтори, паралелізм, короткі фрази, ритмічність, але після багаторазових, «ударних» речень, коли аудиторія остаточно повірила в його слова, готова уважно слухати оратора, Трамп приступає до основної теми свого виступу: *«They have benefited so much, so sadly, for us. Our foreign policy is a complete and total disaster. No vision. No*

purpose. No direction. No strategy. Today I want to identify five main weaknesses in our foreign policy»

У наступному прикладі політик вітає публіку, його мова досить емоційна, в ній присутня експресивна лексика (*beautiful, incredible, fantastic*): «*This is fantastic! You know...Wow... This is so nice. You had no notice, I can't believe all these people, you had no notice. They just asked me to pop by, I'm going to be at another part of the state in about two hours and they asked me to pop by and look at everybody shows up, that's incredible. That's incredible. Beautiful. And I appreciate it.*» [132] У наведеному прикладі відсутні складні речення і чіткість побудови фраз. У виступах цього оратора більш важливий зовнішній вигляд, міміка і манера мови, ніж зміст власне мови. У мові переважають в основному короткі паузи, у зв'язку зі швидким темпом промови. Прикладом може служити наступне речення з інавгураційної промови Д. Трампа: «*We will face challenges. We will confront hardships. But we will get the job done.*» [132]

Політичний дискурс українськомовних політиків відноситься до числа лінгвоінтенсивних напрямів та являє собою сферу підвищеної мовної відповідальності. Це офіційна мова державної влади, засоби впливу якої відрізняються від мовних засобів, використовуваних у художній, публіцистичній та розмовній мовах. Характерними рисами політичного дискурсу Петра Порошенка на лексичному рівні мови є широке використання професійної політичної термінології та часте вживання “високих”, тобто книжкових слів. Наприклад: *reindustrialization of the economy, usurpation of power, anti-corruption Pact, Foundation of public trust*. Також можна спостерігати наявність мовних кліше та штампів: *in contrast, it's time for a change, a minute of silence* [133].

У політичних промовах Петра Порошенка часто фігурують фразеологічні стійкі вирази: *put a bold cross, graze the rear, swear the hand of peace, keep the powder dry* [133]. Петро Порошенко як

евроінтегратор апелює також до англомовної лексики: *put a fat cross, graze the rear, swear a hand to the world, keep the gunpowder dry European modernization of Ukraine, European democracy, the guarantor of the Constitution* [133]. Для політичної мови, яка відрізняється високою щільністю інформації, типовим явищем є наявність загальноприйнятих аббревіатур та скорочень: *EU, Cabinet of Ministers, military-industrial complex enterprises, OSCE* [133].

В інавгураційній промові П. Порошенка часто з'являються посилання, цитати та вирази відомих людей: «*We, the Ukrainians, are "a living light in the family of European Nations and active employees of European civilizational labor". That's what Ivan Franko said. "Stand with your feet and heart in Ukraine, keep your heads in Europe," Mikhail Dragomanov bequeathed. Any aggressor on the border of Ukraine should remember the Gospel wisdom: who comes with the sword, he will die by the sword!*» [133]. Політик використовує це з метою більшого впливу на аудиторію, для підтвердження тотожності його думок із видатними українцями та релігійними джерелами.

У політичних промовах П. Порошенка часто зустрічається безліч власних назв, що пояснюється його прагненням привернути увагу не лише до реалій національної геополітики, а й міжнародної, підкреслюючи належність своєї держави до світової спільноти. Наприклад, *Lviv, Donetsk, Chernihiv, Sevastopol, Ukraine, Luhansk Region, Normandy, Russia, Crimea* [133]. Також у політичній мові слід виокремити наявність великої кількості стереотипних зачинів, що може свідчити про шаблонність промов: *efforts should be made, it can be argued that* [133].

Особливу увагу привертають до себе новоутворення в лексиці політичного дискурсу. Наукові дослідження політичних процесів та тенденцій передбачають появу нових відкриттів, введення нових понять та термінології. Тому у політичному красномовстві фігурує багато

неологізмів, запропонованих П. Порошенком. Наприклад, *Cyborgs* [133]. Мова таких політичних текстів, статей та доповідей у лексичному плані зазвичай суха (внаслідок використання численних кліше, фраз і штамів) та абстрактна з високим рівнем узагальненості (за рахунок насиченості складними словами та словами з абстрактним значенням).

П. Порошенко властиво використовувати паралельні конструкції зі зверненням: *Ladies and Gentlemen*, – для привернення уваги аудиторії та її підтримки протягом усієї промови. Синтаксичний паралелізм використовуються для реалізації структуруючої стратегії в промові Президента, наприклад: «*Ukraine needs to delegate more powers to local communities! Ukraine needs to rely more on its strong, vibrant, and dynamic civil society! Ukraine needs know-how, technology, and new start-ups to become better integrated with the global economy*» [133].

Структурування інформації і виділення підтем здійснюється П. Порошенком шляхом постановки питання і відповіді на нього, іноді питання може бути риторичним: «*Moldova, Georgia, Ukraine – what happens next? ... people throughout the world are asking the same questions. “Are we on the eve of a new cold war?” “Is the possibility of a new, terrible and unimaginable European war there?” “Is what until recently seemed unthinkable now becoming a reality?” Sadly, today, the answer to these questions is – “Yes.” How many more deaths will be caused by the handguns handed out, with absolutely no controls or accountability, in those regions? How many innocent children will step on land mines so massively utilized by separatists? How many lives will be ruined and souls poisoned by the propaganda machine*» [133].

У публічному зверненні П. Порошенка не тільки оцінюється політична та економічна ситуація в країні, але так само дається прогноз розвитку подій у майбутньому. Вказівка на перспективу включає пропонуване рішення і передбачуваний результат. Бачення позитивної перспективи в досліджуваному матеріалі відображається за допомогою

використання прикметників і прислівників зі значенням «новий», «вільний», наприклад: *newly mobilized society, new political generation, new and better version, ukraine's new leadership, new future for Europe, live free, free world*; і дієслова з позитивним творчим значенням: *to create, to support to make sure, to look forward to, to live free, to build a democracy, to result in* [133].

Прогнозування політиками розвитку подій буває більш переконливим, коли у висловлюванні вказується обумовленість перспективи певними факторами. При цьому на мовному рівні вказівка на перспективу найчастіше виражається складними умовно-можливими синтаксичними конструкціями: «*If they are not stopped now, they will cross European borders and spread throughout the globe*» [133].

Обумовленість прогнозу може мати згорнуту мовну форму – у вигляді простого речення, в якому можливі відносини виражаються прислівниковою групою: «*In the upcoming years, building a strong military will be another existential test for Ukrainian democracy*» [133]. Таким чином, створення як позитивної, так і негативної перспективи за допомогою мовних засобів здійснюється як через атрибутивність, так і через акціональність, тобто систему дієслів – форм майбутнього часу, модальних дієслів і предикатів, а також на рівні синтаксичних структур.

За нашими спостереженнями дискурсекс-Президента України супроводжувалося високим духовним та емоційним піднесенням. При цьому емоційність оцінної лексики створюється за рахунок використання стійких словосполучень: *values come first, live free or die* [133]. Підвищену емоційність оцінками надає вживання слів і словосполучень зі зниженим стилістичним забарвленням, наприклад: *one of the most cynical acts of treachery in modern history, one of the worst setbacks for the cause of democracy in the world*, в тому числі і опис власних почуттів, викликаних страшною трагедією: *...this man's final*

tormented minutes sends chills down my spine; ... from bottom of heart; Today I stand here – in awe of this tragedy [133].

Часто оцінка в мові виражається прикметниками і дієприкметниками: «*this was an **indisputable brutal** act of terror, my hardest **duty**, **incredible** human cost and **sacrifice**, true success, **cold-blooded** killing, **unbreakable** will, Russia's open unprovoked hostility*, рідше іменниками: *Maidan was a victory against police brutality, harassment by the state-controlled media, violence, and intimidation; Spirit of hate; a synonym for sacrifice, dedication and unbreakable will; he was tortured and executed – mafia-style*» [133]. Дієслова в ролі обґрунтованих оцінок зазвичай відзначаються в складі складного предикату в поєднанні з модальними словами і прислівниками: *the world simply **cannot** allow this kind of behavior! Ukraine needs to rely more on its **strong, vibrant, and dynamic** civil society!* [133].

У наших матеріалах негативних оцінок більше. Це пояснюється тим, що це мова найбільш складний період української історії – під час війни. Наприклад: «*the bloodshed must stop! The pandemic of hate must be localized and contained! As president, looking in the eyes of the mothers and wives of the dead soldiers and civilians has been my hardest duty*» [133]. Проведений нами аналіз матеріалу показав, що у зверненні Президента України представлені як раціональні, так і емоційні види оцінок. Серед раціональних багато оцінок нормативного характеру: «*We need a state that would give its citizens a life of dignity, fairness and equal opportunity. I am ready to do my utmost to avoid a further escalation and casualtie*»s [133].

П. Порошенко у своїй промові використовує факти і приклади: «*Let me share with you two human stories that illustrate my point; allow me to remind you; 20 years ago; in 2008; today; given today's situation; on March 3rd* [133]. Факти є найнадійнішим аргументом доказу, якщо вони правильно підібрані і об'єктивно відображають картину події. Найбільш переконливі в цьому аспекті документально підтверджені дані.

Наприклад: «*Day after day, week after week, month after month-thousands upon thousands streamed into the streets of Kyiv, simply because their dignity didn't allow them to remain passive and silent, while their liberties were at stake*» [133].

Досліджуваний матеріал показує, що заклик Президента України до Конгресу США, головним чином, виражений експліцитно – часто за допомогою паралельних конструкцій протягом усього звернення: «*I urge America to help us and to rise and be equal to its natural and manifest role-I urge America to lead the way! Therefore, I urge you not to let Ukraine stand alone in the face of this aggression. I strongly encourage the United States to give Ukraine special, non-allied partner status. I also ask that the United States be forceful and stand by its principles with respect to further sanctions against the aggressor*» [133].

Аналіз лексем, що позначають предмет обіцянок в мові П.Порошенка дозволяє виділити деяку закономірність. Для позначення обіцянок найбільш часто вживаються лексичні одиниці двох груп, які можна умовно позначити як (1)«*peace – dignity – freedom*» і (2)«*I (as President) – we (Ukrainians) – Ukraine*» [133], тобто громадяни країни вимагають миру, набуття почуття власної гідності і свободи, а Президент країни (*I (as President)*) обіцяє виконати вимоги українського народу. Інакше кажучи, предмет обіцянки в цих відносинах розташований на перетині, з одного боку – вимог народу (*peace – dignity – freedom*), з іншого – стратегії Президента, що передбачає особисту відповідальність по відношенню до своєї країни і народу.

П. Порошенко звертається до позитивних емоцій адресата за допомогою лексики і метафор з позитивною конотацією при згадці простих українців, які своєю самовідданістю перешкоджають агресії, і при міркуванні про майбутнє країни, наприклад: *values, truth, freedom, dignity, justice system, true national heroes, unbreakable will in the same boat, rule of law* [133]. Негативно забарвлена лексика і метафори з

негативною конотацією відповідно викликають негативні емоції у аудиторії і використовуються в описі агресії і віроломства: *«brink of survival; imperialistic mindset; to fan the flames of war; dark, torn and bitter Europe as part of a new world order; nightmare of a full relapse; badly mutilated; indisputable brutal act of terror, cold-blooded killing, uncontrolled weapons»* [133].

Отже, у своїй презентаційній промові П. Порошенко використовує різноманітні лексичні засоби, посилається на історичні та сучасні джерела, вислови минулих постатей із метою показати взаємозв'язок минулого з сучасним у всесвітньому політичному просторі. Однак спосіб проголошення промови залежить серед іншого від внутрішнього світу політика-оратора. П. Порошенко та Д. Трамп емоційні промовці, їхнє мовлення пафосне й риторичне, супроводжується мімічними та жестикуляційними рухами.

Таким чином, треба відзначити, що ораторська мова унікальна, адже знаходиться на стику письмової та усної, а також на перетині багатьох стилів і мовних жанрів. У них використовуються засоби виразності, засновані на різних мовних рівнях, в тому числі і синтаксис, який, як показує наш аналіз, є найширшим плацдармом для створення і розвитку експресивних конструкцій, які допомагають оратору.

2.2. Специфіка мовлення політичних діячів Г. Клінтон та Ю. Тимошенко

При аналізі публічних виступів колишнього Державного секретаря США Гіллари Клінтон і колишнього прем'єр-міністра України Юлії Тимошенко найбільш продуктивним бачиться розбір цих двох особистостей на контрасті один з одним. Що стосується іміджу, то ці два політики практично є протилежностями: підкреслена жіночність Ю.

Тимошенко і нейтральність, навіть асексуальність Г. Клінтон. Однак теми, які вони обирають, аргументи дуже часто схожі: сім'я, материнство, здоров'я тощо. Весь їх образ побудований на позиціонуванні саме жінки-політика – більш чуйної і проникливої по відношенню до потреб народу, ніж будь-який з політиків-чоловіків.

Передвиборний виступ Гілларі Клінтон слід розглядати в якості особливого типу політичного дискурсу, в якості складного дискурсивного утворення, що володіє риторичними, інституційними, ритуальними і ознаками, як продукт мови, який обумовлений ситуацією спілкування, а також інституційним статусом комуніканта, основна інтенція якого – надання впливу на електорат.

Дискурс Г. Клінтон, претендента на пост президента Сполучених Штатів Америки в період передвиборної кампанії 2016 року, володіє цілим арсеналом риторичних, лінгвістичних і комунікативних засобів за допомогою яких виявляється вплив на виборців.

Мовні засоби вираження експресії надають виразність виступам Г. Клінтон. Слід зазначити експресивний синтаксис, мета якого полягає в досягненні бажаного емоційного ефекту за допомогою комбінації структурно-семантичних одиниць. Для виступів Г. Клінтон характерне змішування стилістичних прийомів, що призводить до досягнення найбільшого рівня експресивності.

Прикладом подібного своєрідного конгломерату фігур мовної виразності може бути наведена цитата: *«I'm running to make our economy work for you and for every American. **For the successful and the struggling. For the innovators and inventors. For those breaking barriers in technology and discovering cures for diseases. For the factoryworkers and food servers who stand on their feet all day. For the nurses who work the night shift. For the truckers who drive for hours and the farmers who feed us. For the veterans who served our country. For the small businessowners who took a risk. For everyone who's ever been knocked down, but refused to be knocked***

out. I'm not running for some Americans, but for all Americans» [129]. У представленому прикладі слід відзначити такий засіб виразності як парцеляція – прийом, який полягає в «розчленуванні єдиної синтаксичної структури ... на кілька інтонаційно-сміслових одиниць ... для того, щоб посилювати образотворчість, передати авторське ставлення, виділити ту чи іншу частину повідомлення» [58].

За допомогою парцеляції, спростивши граматичну структуру речення і полегшивши сприйняття рецепієнтом компонента значення, акцентується увага на найбільш значущому для адресанта інформаційному відрізьку. Парцеляти, які пов'язані в цьому прикладі перерахуванням, висловлюють рівноцінність по відношенню один до одного, кожен член використовуваної конструкції несе в собі функціональне значення – створення емоційного впливу. Слід також відзначити емоційний розвиток ораторської думки і кульмінації, яка зосереджена в останньому реченні, що виражається повтором лексеми *running*. Подібний розвиток реалізується за допомогою ще одного стилістичного прийому – епіфори, фігури, що являє собою ідентичну структуру кінцевих частин речень (*for every American, for the successful and the struggling, for the innovators and inventors, for the truckers, for everyone*). За допомогою її переконливого характеру, вона "надає кожній фразі відтінок непорушності" [60, с.146]. Виходячи з цього, парцеляція підкреслює кожну фразу, а епіфора підтверджує її значущість і закріплює вимовлені адресантом слова в підсвідомості слухача. Ці фігури переконують слухача в правдивості оратора, формуючи певний емоційний настрій, де ключовій ролі властиво переходити від понятійного компонента до емоційного, іншими словами, відзначається превалювання емоційного компонента.

Г. Клінтон у своїх виступах часто використовує такий метод, як злиття синтаксичних і лексико-граматичних засобів мовної експресії: «*I advocated for Congress to require better working and living conditions for*

*farm workers... I walked door-to-door to find out how many children with disabilities couldn't go to school. I defended the right of poor people to have a lawyer. In Arkansas, I supervised law students..., organized scholarships for single parents going to college, led efforts for better schools and health care, and personally knew the people whose lives were improved. As Senator, I had the honor of representing brave firefighters, police officers, construction workers, and volunteers who ran toward danger on 9/11 and stayed there, becoming sick themselves» [129]. Наведений приклад демонструє єдиний принцип побудови першої частини речень (*I advocated..., I walked..., I defended..., I supervised...*), що зосереджує увагу адресата на інформації, яка повідомляється. Анафорі властиво встановлювати логічний зв'язок між однотипними елементами цих речень, при цьому значення кожного наступного елемента збільшується, що призводить до «створення ефекту поступового нагнітання сенсу» [101, с. 71]. Однак, не можна вважати актуалізацію стратегії самопрезентації успішною, при відсутності посилення на особистість самого оратора і його діяльність. Виходячи з цього, експресивному потенціалу цього фрагмента мови властиво реалізуватися також на лексичному рівні за допомогою повтору займенника *I* і на граматичному за допомогою введення ряду динамічних дієслів (*advocated, require, walked, find out, defended, supervised, organized, led, etc.*) Безліч подібних дієслів в мовному потоці створює враження безперервної діяльності політика. Дієслово функціонує як «засіб образної конкретизації мови» [21, с. 225], що дозволяє не вдаватися до надмірної абстракції при зображенні подій і детально зобразити описувану картину того, що відбувається. У разі позбавлення представленої мови подібної «розмасштабованої» картини дій, їй не властиво буде реалізувати покладену на неї функцію впливу. Проте, слід зауважити, що динамічна природа дієслова, що є джерелом його стилістичної маркованості, виражається тільки при відповідній синтаксичній організації мови, що в*

наведеному прикладі проявляється у використанні анафори і ряду однорідних присудків.

У наступному прикладі повторам властиво посилювати емоційне навантаження, акцентувати увагу на об'єднанні політика з народом, підкреслювати спільні цілі; експресивність висловленню надає вживання епітета і конструкцій зі словом *if*: «*We need to write a new chapter in the American dream, and it can't be Chapter 11. So, please, join me in this campaign. I'm offering a very different vision about how we're stronger together when we grow together. We're stronger when our economy works for everyone, not just those at the top. I am convinced that if we work hard, if we go into November with the confidence and optimism that should be the American birthright, we will not only win an election, we will chart the course to the future that we want and deserve*» [129].

Однією з особливостей мовної особистості Г.Клінтон є її здатність поєднувати експресивні можливості лексичних, граматичних і синтаксичних засобів. У наступному прикладі розглянемо прийом синтаксичного паралелізму, що забезпечує ритмічність мови за допомогою повторення лексем:

«*I am the product of the American middle class, I was born in Chicago, I was raised in a suburb. I'm the daughter of a small-business owner and the granddaughter of a factory worker – and proud of both*» [129].

Прийом анафори вводиться в текст виступу Г. Клінтон різноманітними засобами.

«*We Democrats agree that college should be affordable to all, and student debt shouldn't hold anyone back. We Democrats agree that every single American should and must have quality, affordable health care. We agree that our next president must keep our country safe, keep our troops out of another costly ground war in the Middle East. And we Democrats agree that climate change is an urgent threat*» [129]. У цьому прикладі анафора

представлена як на лексичному рівні повтором першої частини речення (*We Democrats agree*), так і на синтаксичному.

Промова Г. Клінтон офіційна і сповнена професійної політичної термінології: «*They want to take away **health insurance** from more than 16 million Americans without offering any **credible alternative***». Вона впорядкована і містить велику кількість абстрактних іменників: *integration, sacrifice, hope, possibility, future, strength, violence, justice, support victory, defeat, leadership, knowledge* тощо.

У промові Г. Клінтон використовується безліч фразеологічних одиниць та ідіом, які впевнюють адресатів повідомлення у їх власній гідності, працьовитості та можливості міняти країну: «*We're **problem solvers**, not deniers; you worked your hearts out; we don't hide from change, we harness it*» [129].

У тексті виступів Г. Клінтон можна простежити елементи гумору і самоіронії (*be the youngest candidate in this race, the first grandmother as well*), експресивність яких посилюється наявністю синтаксичного паралелізму (*be the youngest candidate in this race – be the youngest woman President*), що розряджає обстановку, робить невеликий відступ від загального контексту розповіді: «*Well, I may not **be the youngest candidate in this race**. But I will **be the youngest woman President** in the history of the United States! And the first grandmother as well. And one additional advantage: You're won't see my hair turn white in the White House. I've been coloring it for years!*» [129]

Для акцентування уваги на більш серйозних питаннях, які розглядаються у виступі, що має форму монологу, крім лексичного повтору, використовуються риторичні питання, що в свою чергу робить мову більш виразною: «*What happened ? And, you know what? Except it wasn't the end? Is it possible in today's world?*» [129] Все це створює ілюзію діалогу. Політик спілкується з народом, отримуючи у відповідь оплески і вигуки схвалення на свою адресу.

«*Poverty, odds, to reject, debts, destroy, the strict rules, issues of the day, a single mother, stagnation, terrorists, depression, enemies*» [129] – саме ці слова, взяті з промови Клінтон, говорять про те, що Америці потрібна допомога, яку вона пропонує. Говорячи про стан США як у світі, так і всередині країни, лідер черговий раз згадує свої хороші якості, описуючи свій життєвий досвід, кажучи, що від сидіння на місці не буде ніякого сенсу, таким чином, закликаючи народ працювати, робити все можливе для процвітання країни:

«*My first job out of law school was for the Children's Defense Fund*»

«*As a leader of the Legal Services Corporation, I defended the right of poor people to have a lawyer.*»

«*As Senator, I had the honor of representing brave firefighters, police officers, EMTs, construction workers*» [129].

Іноді політик використовує у своїх виступах фразеологічні одиниці, що підсилюють експресивність і образність дискурсу, вказуючи на недоліки інших політиків, які «зводять кінці з кінцями», «співають одну і ту ж стару пісню» та мають кредити: *make ends meet, ... they're all singing the same old song... reshuffle the deck ... the loans hanging over their heads* [129].

У виступах Г. Клінтон часто зустрічаються метафори, конвергенція яких з синтаксичним паралелізмом, підсилює експресивність висловлювання: «*I will fight ... And what stuck in my mind ... I'll move heaven and earth to achieve my goal ... the head is spinning with ideas*» [130]. У наведеному прикладі Г. Клінтон вживає метафори для того, щоб показати свою силу, владність, здатність звершити будь-які справи. Політик звертає увагу на власний розум, винахідливість, а отже, метафори є вдалим засобом для впевнення аудиторії у власній унікальності та неповторності.

У дискурсі політика, широко використовується такий стилістичний прийом, як градація, яка створює яскраве уявлення про

спосіб життя типового американця, життя якого сповнене подій, які змінюють один одного як в калейдоскопі, ось чому мудрий і турботливий політик, який готовий взяти на себе частину їх проблем, не може не викликати повагу у громадян: «*You worked extra shifts, took second jobs, postponed home repairs... And now people are beginning to think about their future again -- going to college, starting a business, buying a house, finally being able to put away something for retirement*» [130].

Ще однією дуже важливою рисою в мові Хілтон є використання парцеляції для донесення глибокого сенсу фрази, іншими словами, щоб збільшити акцент на сказаному, тобто, частини єдиного речення інтонаційно розмежовуються як самостійні речення крапкою: «***They can't start a business. They can't buy a house. They can't even get married because of the loans hanging over their heads. That's not the way it's supposed to be in America. Now to help reshuffle the deck, people have to do their part. They have to step up and take education seriously. They have to be willing to work hard***» [127].

Також слід зазначити, що використання різних професійних термінів абсолютно не є прийнятним для політика. Воно обмежується більш простими словами і замінами для більш ефективного донесення інформації в широкі маси. Мова насичена багатьма лексичними прийомами, які надають їй і емоційного забарвлення, глибокий сенс, що говорить про освіченість виступаючого (метафори, іронія, фразеологізми, лексичні повтори, синекдоха і ін.)

Говорячи про синтаксичну складову передвиборних промов Г. Клінтон, простежується величезна кількість різноманітних прийомів: паралелізми («*But I will be the youngest woman President in the history of the United States! And the first grandmother as well*»), риторичні питання і звертання («*What happened ? And, you know what?*»), анафори («*They can't start a business. They can't buy a house*»), полісиндетон («*for every American, for the successful and the struggling, for the innovators and*

inventors, for the truckers, for everyone»), асиндетон («*I am the product of the American middle class, I was born in Chicago, I was raised in a suburb»*), градація (*starting a business, buying a house, finally being able to put away something for retirement*), парцеляція («*They can't start a business. They can't buy a house.*»). За допомогою цих засобів виразності, а особливо за допомогою вмілої конвергенції комбінації цих засобів, досягаються цілі і завдання, поставлені мовцем. Іntenція Г. Клінтон полягала в наступному: вселити аудиторії правоту своїх думок, своїх ідей; довести правоту своїх дій; переконати в хорошому результаті. Контакт між виступаючим і публікою був встановлений багато в чому і завдяки жартівливій формі спілкування, яка також була присутня в промові колишнього держсекретаря США.

Експресивність передвиборної промови Г. Клінтон створюється за рахунок частотного використання прикметників у порівняльному, вищому і найвищому ступенях: «*the longest peacetime expansion, better, stronger, more prosperous country, the most important job, the biggest deficit*» [129].

Г. Клінтон використовує питально-відповідні єдності і пряму мову, вибудовуючи, таким чином «"діалог" зі слухачами, що надає її промові жвавість і динамічність: «*How can we rest while poverty and inequality continue to rise?; What part of democracy are they afraid of?; When does my hard work pay off? When does my family get ahead? When? I say now*» [129].

У промові Г.Клінтон домінують такі образні засоби як епітети і метафори: «*a lifetime of experiences; abusive marriage; the toughest problems, the longest peacetime expansion in history; Legacy lifted up a nation and inspired presidents; success would trickle down; a continuing rendezvous with destiny; many children climb out of poverty*» [129].

Отже, Г.Клінтон використовує різноманіття прийомів маніпулятивного впливу на виборця. Ця жінка-політик намагається

використати весь потенціал політичного дискурсу. Мова завжди чиста і зрозуміла, підготовлена, сповнена емоційності і яскравих прикладів, стилістичних прийомів.

Мова самопрезентації Ю. Тимошенко – це мова обраних, своєрідної касти, наділеної особливими, надцінними якостями. При характеристиці своєї власної персони, а також очолюваної нею сили, в її мові переважають лексеми, що означають творчу, конструктивну і позитивне дію. Поняття ж, що відносяться до руйнування, знищення, усунення тощо, якщо і використовуються, то тільки по відношенню до тих об'єктів, які визначаються як негативні і ворожі. Перші виступи Юлії Тимошенко рясніли часто повторюваними оборотами *«I fully agree with you, I fully share your concerns, quite rightly noted, I want to inform the Verkhovna Rada.»* Це створювало враження спільності поглядів і устремлінь оратора і слухачів.

У ході виборів спікера, вона, сама претендуючи на цей пост, обеззброювала парламентаріїв компліментами. Пізніше, коли Ю.Тимошенко вступила у відкриту боротьбу проти президента Л. Кучми, парламентської підтримки їй стало явно недостатньо. Саме тоді Тимошенко застосувала нову риторичну стратегію прямого звернення до народу. Після звільнення з першого ув'язнення вона воліла апелювати до *«народу»*, *«громадян»*, до *«країни»* (маніпулятивна тактика). На зміну компліментарної лексики прийшли елементи мовної агресії. Від іронії, наприклад у порівнянні П. Порошенка з Л. Брежнєвим: *«during the Soviet era, the worse things were in the country, the longer the speeches of the leaders were. And the people reacted to this by adding these lines: - **thick black Eyebrows, long empty tongues**»* [120] до прямих викриттів: *«on Thursday, we are submitting to the Parliament a resolution on the dismissal of Mr. Groysman from the post of Prime Minister as a person who destroys the Ukrainian economy... **covers colossalcorruption...** this person on the*

professional level doesn't pull even for a position of the Governor of area» [122].

«The Ukrainian authorities do not have enough empathy for people, experience the pain of ordinary people» [120],— каже Тимошенко. Сама вона чутливість проявляє рясно. Один з її улюблених прийомів – це апеляція до власних почуттів, страждань які супроводжуються емоціями і пафосом метафори.

Тимошенко використовує такі вирази як *«these moments are forever carved in my heart», "the cemetery of our illusions is huge", "we have learned to cry without tears and suffer without moaning", "Ukraine has exhausted the Historical stock of suffering»* тощо. Слова *suffer* одні з найбільш часто виживаних в мові Тимошенко.

Ще один її прийом – це риторика каяття: *«I honestly admit that I made mistakes», «maybe I didn't understand people as well as I would like», «I want to apologize to you», «but I never allowed myself to give up and, God forbid, run away» [122],* — каже вона. Тимошенко теж утверджує себе через заперечення чинної влади, яка, за її словами, *«killed hope and faith after the revolution of Dignity» [122].* Отже, боротьба за права і свободи людини в передвиборному дискурсі Ю.Тимошенко репрезентується в метафорах. Наприклад, *«this means that these human rights are still like the first spring shoots on the road: they can easily be trampled, uprooted, destroyed. That's why they need protection»[122].*

У виступах Юлії Тимошенко в період з 2017 по 2019 рік були зафіксовані метафори з позитивною конотацією, які використовувалися політиком тільки для інтеграції — пошуку і згуртування прихильників. У своїй риторичі Юлія Тимошенко використовує сакральні метафори говорячи про українських поетів і письменників, які боролися за самостійність України. Наприклад, у своїх щорічних привітаннях 4 вересня в день пам'яті Василя Стуса — українського поета, дисидента, політв'язня: *«This is an absolute, pure, crystallized conscience of the nation.*

*It does not require canonization. Because **he is the Canon, the criterion, and the yardstick...** Symbol and sign, sacrifice offered on the altar of freedom, independence of spirit and freedom of Ukraine» [122]. У подібному векторі політик відгукується і про Тараса Шевченка: «*We remember the **glorious Kobzar-the prophet and guide of the nation***» [122]; «*He is a direct-acting prophet, and his verses have no Statute of limitations*» [122].*

Подібним чином Юлія Тимошенко описує українських військових: «*And the appearance in today's Ukraine of these **truly great people, our heroes, the birth of our army is a real man-made miracle, no less amazing than the omophorion of the virgin over Constantinople***» [122].

Говорячи про талановитих українських дітей з інтернатів, які взяли участь у дванадцятому благодійному фестивалі «Назустріч мрії», метою якого є підтримка дітей зі шкіл-інтернатів, дітей з сімей переселенців, а також дітей з інвалідністю, Юлія Тимошенко використовує зооморфну метафору: «*They showed that they have **big wings on which they are ready to fly to their dream***».

Дослідження показало, що метафори є одним з основних прийомів створення політичного імуджу Ю. Тимошенко. Метафори з негативною семантикою використовуються нею в боротьбі з політичними противниками і для дистанціювання власної політичної платформи від конкурентів. Як показав аналіз, для боротьби з політичними конкурентами та роз'яснення своєї позиції з ключових питань Ю.Тимошенко не використовує метафори з позитивною семантикою. Подібні метафори застосовувалися політиком лише для пошуку і згуртування однодумців.

2.3 Гендерні особливості публічних виступів

Передвиборний дискурс передбачає, що головною метою мовця є боротьба за владу. Кандидат, який претендує на посаду президента,

виступаючи з промовою, прагне створити довірче ставлення виборців, викликати у них позитивні емоції по відношенню до себе і негативні емоції – по відношенню до суперника, спонукати виборців голосувати саме за нього. При цьому він використовує певні мовні засоби.

У ході дослідження нами були проаналізовані передвиборчі промови кандидатів на пост президента США Хілларі Клінтон і Дональда Трампа, з якими вони виступили в Нью-Йорку 16 червня 2015 року, інаугураційна промова та промова в Конгресі США П. Порошенка, передвиборчі промови кандидату у президенти Ю. Тимошенко. Вищеназвані політики є яскравими особистостями на політичній арені. Дональд Трамп відомий своєю екстравагантною поведінкою і вільним стилем спілкування. Виступи Петра Порошенка сповнені фактів та аргументів. Владну і рішучу Гіларі Клінтон називають «залізною леді сучасності», а Юлія Тимошенко частіше за все апелює до почуттів.

Дослідження показує, що прояв гендерних особливостей в цілому зміцнює позиції політиків в суспільстві, а конструювання дискурсу і відбір лексичного матеріалу в їх виступах багато в чому залежить від гендерної асиметрії. Аналіз виступів політичних лідерів з точки зору гендерних стереотипів дає можливість виявити відмінності в їх мовному спілкуванні. Мова жінок-політиків досить емоційна, вони часто вживають складні граматичні та лексичні конструкції, якісні прикметники, тоді як у мовленні чоловіків-політиків переважають дієслова (прості дієслівні конструкції), непоширені речень, лексичні повтори тощо.

Вживання величезної кількості дієслів у виступах політиків-чоловіків надає мові більшої переконливості, а бажання жінок бути сприйнятими всерйоз призводить до використання складних граматичних конструкцій. Наприклад, Дональд Трамп говорить короткими рубаними реченнями, і слова в реченнях, в більшості

випадків складаються з 1-2 складів, часто повторюються, спостерігається велика кількість дієслів:

(1) *A lot of people up there can't get jobs. They can't get jobs, because there are no jobs, because China has our jobs and Mexico has our jobs. They all have jobs. (Д. Трамп)*

(2) *Companies will come. They will build. They will expand. New companies will start. (Д. Трамп)*

(3) *I did not. I did not. I do not say that. [135]*

(4) *I will bring -- excuse me. I will bring back jobs. You can't bring back jobs. (Д. Трамп)*

(5) *You haven't done it. You haven't done it. [135]*

Мова Гілларі Клінтон впорядкована і містить велику кількість граматичних конструкцій.

(1) *The Obama administration, from the time they've come in, is over 230 years' worth of debt, and he's topped it. He's doubled it in a course of almost eight years, seven-and-a-half years, to be semi- exact. [129]*

Прагнучи утвердитися в політичному світі, жінки-політики демонструють свої знання, намагаються зрівняти свій статус в політичному житті з позиціями чоловіків-політиків, хоча в цьому контексті нерідко проявляється і жіночий початок. Так, Гілларі Клінтон багаторазово вживає слово *mother* ('мати') при згадці про себе, тим самим створюючи атмосферу вічності, святості, любові і тепла. Адже культ шанування матері як символу життя і берегині домашнього вогнища зберігається у всіх культурах до теперішнього часу. Так, наприклад: «*My mother was born before women could vote. But in this election my daughter got to vote for her mother for president [129]; I am honored to be here tonight. A proud mother*» [129]; «*I stood next to President Obama as the Marines carried those flag-draped caskets off the plane at Andrews. I put my arms around the mothers and fathers, sisters and brothers, sons and daughters. It has been one of the greatest honors of my life to lead*

the men and women of the State Department and USAID. Nearly 70,000 serving here in Washington and at more than 275 posts around the world. They get up and go to work every day -- often in difficult and dangerous circumstances thousands of miles from home -- because they believe as we believe the United States is the most extraordinary force for peace and progress the earth has ever known» [129].

Контекст третього уривка з промови Хілларі Клінтон, виголошеної з приводу злочину в Бенгазі в ніч на 11 вересня 2012р., вражає своєю емоційністю. Вживання не тільки слова *mothers*, але ще й слів *fathers, sisters, brothers, sons, daughters*, що позначають родинні зв'язки, висловлює її емоційне ставлення до події, її співчуття, готовність розділити горе своїх співвітчизників, постраждалих під час терористичного нападу на дипломатичну місію Сполучених Штатів у Лівії у відповідь на трейлер фільму під назвою «Невинність мусульман». Солідарність Хілларі Клінтон із співгромадянами виражається фразою *put my arms around*, а також згадкою про членів сімей постраждалих (*the mothers and fathers, sisters and brothers, sons and daughters*). Намагаючись бути активним учасником пережитої скорботи і печалі, політик прагне об'єднати біль всієї нації, мужньо взяти на себе відповідальність за злочин, виступити в ролі матері всієї нації і підтримати свій народ.

Мова політиків передбачає цілеспрямований вплив на чоловічу і жіночу аудиторії з використанням певних характерних рис. Для мови жінок-політиків характерні інтенсифікатори, прислівники, що пом'якшують силу твердження, або інші слова, що підсилюють емоційний ефект виступу, в той час як використання модальних дієслів найчастіше передає імперативний тон мови. Залежно від мовної ситуації вони можуть або сигналізувати про необхідність, терміновість і свободу дій (в мові чоловіків-політиків), або передати нерішучість оратора і його схильність підносити командні фрази в більш м'якій формі (в мові жінок-політиків). Це дозволяє стверджувати свої особисті думки і

побажання, не проявляючи агресивності і вимогливості. Таким чином, переконання жінок-політиків виглядають більш гнучкими, що і схиляє слухачів до того, щоб вважати їх активними учасниками прийняття важливих рішень.

Мовлення чоловіків тяжіє скоріш до інформаційного аспекту, а тому характеризується прагматичністю та об'єктивністю. У той час як для жінок важливим видаються особистісні відносини, при цьому їх мовлення більш емоційне та індивідуальне. Отже, для жінок-політиків характерний обмін інформацією та взаємодія із співрозмовником: «*Legacy lifted up a nation and inspired presidents; success would trickle down; a continuing rendezvous with destiny; many children climb out of poverty*» [130], а для чоловіків-політиків характерний перш за все обмін інформацією або її надання («*The U. S. has become a dumping ground for everybody else's problems; Islamic terrorism is eating up large portions of the Middle East*» [132]).

У мовленні жінок-політиків критика є наслідком невпевненості («*Eyebrows black thick, tongues long empty*» [122]), а у мовленні чоловіків-політиків критика розглядається як мотивація («*How stupid are our leaders? How stupid are these politicians to allow to this happen? How stupid are they?*» [132]). П. Порошенко для оцінки об'єкту використовує стійки словосполучення (*values come first*), словосполучення зі зниженим стилістичним забарвленням (*one of the most cynical acts of treachery in modern history*).

Жінки-політики припускають та обґрунтовують («*There are different views about what's good for our country, our economy, and our leadership in the world. And I think it's important to look at what we need to do to get the economy going again. That's why I said new jobs with rising incomes, investments, not in more tax cuts that would add \$5 trillion to the debt.*» [129]), а чоловіки-політики стверджують («*This is not true! Whole*

generations of Ukrainian patriots fought for our independence and independence» [133]).

Жінки-політики орієнтовані на атмосферу та спосіб спілкування («*Symbol and sign, sacrifice offered on the altar of freedom, independence of spirit and freedom of Ukraine» [122]*), а чоловіки-політики орієнтовані на результат, звертають увагу на числа, дати, факти («*In 1848, hovering over Lviv City Hall, our flag became a harbinger of the birth of a new Ukrainian nation during the so-called spring of European nations. In 1914, exactly one hundred years ago, the first demonstration under the yellow and blue flag took place here in Kyiv» [133]*). У промовах П. Порошенка та Ю. Тимошенко часто з'являються посилання, цитати та вирази відомих людей з метою впливу на аудиторію, для підтвердження тотожності думок із видатними українцями та релігійними джерелами.

Жіночі висловлювання власної думки емоційні, а чоловічі висловлювання конкретні. Наприклад, П. Порошенко не використовує риторику каяття, його мовлення сповнене планами на майбутнє, а мовлення Ю. Тимошенко емоційне, апелює обіцянками, нестримане. П. Порошенко викликає відчуття надійного, впевненого у собі політика. Ю. Тимошенко навпаки виглядає як берегиня українського народу. Образи політиків залежать від гендерної ролі політика яка очікується виборцями. Саме тому політичні образи залежать від гендерних особливостей політиків.

Жіночим промовам властиве більш коректне використання мовних норм, на відміну від чоловіків. Так, Дональд Трамп використовує просту, часом розмовну лексику: «*I don't think it's gonna happen.*» Промова Г. Клінтон, навпаки, більш офіційна і сповнена професійної політичної термінології: «*They want to take away health insurance from more than 16 million Americans without offering any credible alternative» [129]*.

У промові чоловіків-політиків відчутна агресивність та домінантність, яка виражена такими засобами як повтор та

синтаксичний паралелізм («*But with all our problems with Russia, with all our problems with everything – everything, they got away with it again.*» [132]). У мовленні жінок дуже часто простежується інформування, повідомлення варіантів вирішення проблеми завдяки синтаксичному паралелізму та парцеляції («*I'm running to make our economy work for you and for every American. For the successful and the struggling. For the innovators and inventors. For the nurses who work the night shift. For everyone who's ever been knocked down, but refused to be knocked out.*» [129])

Таким чином, у ході дослідження було виявлено чіткі відмінності у мові політиків у гендерному аспекті. Мова чоловіків-політиків має маскулінні ознаки, а мова жінок-політиків – фемінінні ознаки. Це може пояснюватися специфікою умов комунікації та соціальною роллю мовця, не останню роль при цьому відіграють також вік, професійний досвід, характер, предмет і тема розмови, а також постійне оточення продуцента мовлення.

Висновки до розділу 2

Передвиборча промова кандидатів в президенти володіє всіма рисами політичного тексту. З лексичного боку вона характеризується використанням професійної політичної термінології; частотним вживанням високих» слів; кліше і штампів, фразеологізмів, посилань, цитат, неологізмів, емоційно-оцінної лексики, тропів.

У граматичному плані в передвиборній мові відзначають використання прямої мови, вживання політиками особистих займенників і дієслівних форм першої особи, використання вступних конструкцій і засобів логічного зв'язку, питально-відповідних єдностей. Серед синтаксичних особливостей політичного тексту найбільш

частотними є протиставлення, експлеція, парцеляція, еліпсис, анафора і повтори.

Порівняльний аналіз показав, що в політичному дискурсі Д.Трампа частіше використовуються такі засоби вираження експресивності, як анафора, епіфора, парцеляція, еліпсис, повтори, паралельні конструкції. Д. Трамп частіше використовує фонетичні, лексичні та синтаксичні стилістичні прийоми, які допомагають йому домагатися бажаного результату у виступах. До основних мовних засобів, що реалізуються в мові Д. Трампа, відносяться анафора, епіфора, епітет, парцеляція, еліпсис і повтор. Аналіз виступів Г. Клінтон дозволяє зробити висновок, що в її промові емоційний вплив досягається за допомогою використання таких стилістичних прийомів, як анафора, метафори, ідіоми і епітети. Використання обома політиками фонетичних стилістичних прийомів визначається їх дієвістю для залучення уваги аудиторії і довгострокового запам'ятовування інформації.

Політичний дискурс П. Порошенка характеризується використанням професійної політичної термінології, частим вживанням книжкових слів, мовних кліше та штампів, фразеологічних стійких виразів, англійської лексики та скорочень. У промовах П. Порошенка та Ю. Тимошенко часто з'являються посилання, цитати та вирази відомих людей з метою впливу на аудиторію, для підтвердження тотожності думок із видатними українцями та релігійними джерелами. Мова Ю. Тимошенко зазвичай оздоблена метафорами. П. Порошенко для оцінки об'єкту використовує стійкі словосполучення, словосполучення зі зниженим стилістичним забарвленням.

ВИСНОВКИ

Проблема політичного лідерства є надзвичайно актуальною, адже саме людські виміри політичного процесу вирішують його в регіональному та глобальному масштабах. Дистанційний характер сучасного політичного лідерства висуває на перший план актуальність застосування в його реалізації політичної комунікації, яка тісно пов'язана з так званими політичними технологіями. Успіх лідера в політиці тісно пов'язаний з його вмінням грамотно і професійно комунікувати, взаємодіяти з громадськістю, застосовуючи певні політичні технології і, отже, – впроваджувати свою політику в життя.

Політичний дискурс – це опосередкований певною соціокультурною традицією спосіб комунікації, заснований на обміні, навіюванні і пропаганді певних ідей, позицій і поглядів учасників політичного життя, для досягнення політичних цілей, які в основному пов'язані з питаннями влади.

Для здійснення впливу на аудиторію американські та українські політики вдаються до використання певних стратегій і тактик, зокрема, створення іміджу, стратегії ідентифікації, маніпулятивних стратегій, але засоби реалізації зазначених стратегій різні.

Вдале використання гендерного підходу до виступу надає образності мові політичного діяча, зацікавлює слухача, підтримуючи тим самим вплив мови на аудиторію. У деяких випадках межі між маскулінністю і фемінінністю стираються або проявляються неявно.

Експресивність політичного дискурсу залежить від переконливості оцінних думок, що є свого роду наміром політика впливати на читача/слухача, який у багатьох випадках може розглядатися в якості мішені для характерної політичної реклами, яка відрізняється образністю і образотворчістю і досягається використанням засобів її вираження.

Передвиборчі промови кандидатів в президенти США та України володіють всіма рисами політичного тексту. З лексичного боку вони характеризуються використанням професійної політичної термінології; частотним вживанням «високих» слів; кліше і штампів, фразеологізмів, посилянь, цитат, неологізмів, емоційно-оцінної лексики, тропів.

У граматичному плані в передвиборній мові відзначають використання прямої мови, вживання політиками особистих займенників і дієслівних форм першої особи, використання вступних конструкцій і засобів логічного зв'язку. Для встановлення контакту між політиком і виборцями оратор використовує питально-відповідні єдності. Серед синтаксичних особливостей політичного тексту найбільш частотними є протиставлення, експлеція, парцеляція, еліпсис, анафора і повтори.

Порівняльний аналіз показав, що в політичному дискурсі Д.Трампа частіше використовуються такі засоби вираження експресивності, як анафора, епіфора, парцеляція, еліпсис, повтори, паралельні конструкції. Д. Трамп частіше використовує фонетичні, лексичні та синтаксичні стилістичні прийоми, які допомагають йому домогтися бажаного результату у виступах. До основних мовних засобів, що реалізуються в мові Д. Трампа, відносяться анафора, епіфора, епітет, парцеляція, еліпсис і повтор. Аналіз виступів Г. Клінтон дозволяє зробити висновок, що в її промові емоційний вплив досягається за допомогою використання таких стилістичних прийомів, як анафора, метафори, ідіоми і епітети.

Політичний дискурс П. Порошенка характеризується використанням професійної політичної термінології, частим вживанням книжкових слів, мовних кліше та штампів, фразеологічних стійких виразів, англійської лексики та скорочень. У промовах П. Порошенка та Ю. Тимошенко часто з'являються посилення, цитати та вирази відомих

людей з метою впливу на аудиторію, для підтвердження тотожності думок із видатними українцями та релігійними джерелами. Мова Ю. Тимошенко зазвичай оздоблена метафорами. П. Порошенко для оцінки об'єкту використовує стійкі словосполучення, словосполучення зі зниженим стилістичним забарвленням.

Перспективи подальших розробок проблеми. На закінчення, необхідно сказати кілька слів про можливі шляхи і перспективи розвитку дослідження політичного дискурсу кандидатів у президенти США та України в дихтомічному аспекті з метою виявлення засобів впливу на аудиторію і на підставі отриманих результатів сформулювати нові методологічні основи для вивчення політичного дискурсу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адам Б. Селігман. Ідея громадянського суспільства. Київ, 2000. 248 с.
2. Алтурян А. Т. Анализ политических текстов [Текст]. М.: Айрис- пресс, 2010. 448 с.
3. Анохина Н. В. Политическая коммуникация. *Политический процесс: основные аспекты и способы анализа* [Текст] / под ред. Е. Ю. Мелешкиной. Москва : Инфра-М, 2001. 321 с.
4. Атьман О. В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США. *Политическая лингвистика: научный журнал*. 2011. Вып. 1 (35). С. 96-103.
5. Бакумова Е. В. Способы воздействия в дискурсе политиков разных институциональных типов. *Аксиологическая лингвистика: проблемы коммуникативного поведения*. Волгоград: Перемена, 2003. С. 124–127
6. Бельчиков Ю. А. Лексическая стилистика: проблемы изучения и обучения. Москва: МГУ, 2002. 192 с.
7. Богданова М. А., Абросимова Л. С. Культурная биография целостного человека: язык и тело: монография. LAP Lambert, 2011.
8. Богин Г.И. Концепция языковой личности: автореф. дис. на соискание науч. ступени д-ра филол. наук. Ленинград, 1982. 31 с.
9. Болдырев Н. Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики. *Вопросы когнитивной лингвистики* / под ред. проф. Н. Н. Болдырева. №1. Тамбов: ООО «РАЛК», 2004. С. 18-36.
10. Вайсгербер Й.Л. Родной язык и формирование духа: Пер. с нем. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Едиториал УРСС, 2004. 232 с.
11. Васюкова И.А. Словарь иностранных слов. – М.:Аст-ПРЕСС, 1999. – 640 с.

12. Вахитова Г. В. Способы передачи внутренней экспрессивности текста : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук. Уфа, 2007.
13. Виноградов В. В. Избранные труды: О языке художественной прозы. Москва: Наука, 1980. 360 с.
14. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании. *Филологические науки*. 2001. № 1. С. 65.
15. Воробьев В.В. Языковая личность и национальная идея. *Народное образование*. 1998. № 5. С. 26.
16. Всемирная энциклопедия: Философия / Главн. науч. ред. и сост. А. А. Грицанов. Москва: АСТ, Мн.: Харвест, Современный литератор, 2001. С. 316.
17. Выдрин Д. И. Очерки практической политологии [Текст]. Москва: Философ. и социол. мысль, 1991. 128 с.
18. Гак В. Г. Сопоставительная лексикология: на материале французского и русского языков. Москва: Либроком, 2010. 264 с.
19. Гегель Г. Громадянське суспільство. Філософія політики: Хрестоматія. У 4 т. Київ: Знання України, 2003. Т. 2 С. 63-176.
20. Головатый М. Ф. Политическая психология. Москва: Прогресс 2001. 136 с.
21. Голуб И.Б. Стилистика русского языка. Москва: Айрис-Пресс, 2002.
22. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: монография. Москва : Прометей, 2004. 328 с.
23. Гридин В. Н. Экспрессивность. *Лингвистический энциклопедический словарь*. Москва: Большая российская энциклопедия, 2002. С. 591.
24. Грищенко И. В. Политическая комуникация как важный

фактор функционирования политической культуры.
 URL: [www.nbuu.gov.ua /portal/chem_biol/nvnau/2009_137/09giv.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnau/2009_137/09giv.pdf). (дата
 звернення 18.01.2020)

25. Дайк Т.А., ван. Язык. Познания. Коммуникация / Пер. с англ. : Сб. работ / сост. В. В. Петров под ред. В. И. Герасимова; Вступ. ст. Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова. Москва: Прогресс, 1989. 312 с.

26. Девкин В. Д. Псевдоэкспрессия. *Общие и частные проблемы функциональных стилей*. Москва: Наука, 1986. С. 65–74.

27. Дейк Т. А., ван. Язык, познание, коммуникация: Пер. с англ. Москва: Прогресс, 1989. С.13.

28. Демьянков В. З. Интерпретация политического дискурса в СМИ. *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования*. Москва: Изд- во МГУ, 2001.

29. Джонсон Д. Екзистенціальні аспекти довіри. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. № 1. 2009. С. 78-92.

30. Джорджика М. В. Гендерный аспект современных публичных политических коммуникаций: дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук. Москва, 2013. 165 с.

31. Дмитрук О. В. Манипулятивные стратегии в современной англоязычной коммуникации (на материале печатных интернет-изданий 2000-2005 годов): автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2006. 19 с.

32. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы, защита. Москва: Речь, 2003. 304 с.

33. Дука А. В. Политический дискурс оппозиции в современной России. *Журнал социологии и социальной антропологии*. Т.1. 1998. №1. С. 37.

34. Зеркин Д. П. Политология. Ростов н/Д : Феникс, 1996. 544 с.

35. Золина Г. Д. Языковые и жанровые особенности политического текста. *Вестник Адыгейского Государственного университета*. № 4, 2011. С. 156-169.
36. Иванов В. Н. Информационное потребление и политические ориентации. *Социол. исследования*. 2000. № 8. С. 83–90.
37. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва: Ком книга, 2006. 228 с.
38. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием [текст]. Москва : Эксмо-пресс, 2001. 590 с.
39. Карасик В. И. Языковая личность: аспекты изучения. *II Междунар. науч. конф. «Язык и культура»*, Москва, 17–21 сентября 2003 г.: Тез. докл. Москва, 2003. С. 362–363.
40. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Москва: Наука, 1987. 262 с.
41. Касавин И. Г. Дискурс-анализ как междисциплинарный метод гуманитарных наук. *Эпистемология и философия науки*. Т. X. №4. 2006. С.7.
42. Кауфова И. Б. Анализ просодических характеристик синтагм с незавершенностью в политическом дискурсе. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов: Грамота, 2015. № 2 (44). Ч. 2. С. 96-101.
43. Кожина М. Н. О языковой и речевой экспрессии и ее экстралингвистическом обосновании. *Проблемы экспрессивной стилистики*. Ростов-на-Дону, 1987. С. 8–17.
44. Кон И.С. Обсуждение темы «Проблемы и перспективы развития гендерных исследований в бывшем СССР». *Гендерные исследования*. № 5. 2000. С.27 – 33.
45. Котов Е. В. Методичні засади формального аналізу політичного дискурсу. URL: <http://jpl.donnu.edu.ua/article/view/7370>

46. Кочеткова Т.В. Проблема изучения языковой личности носителя элитарной речевой культуры (обзор). *Вопросы стилистики*. Саратов, 1996. Вып. 26. С. 14–24.
47. Кравченко А.И. Культурология: словарь. – М.: Академический Проект, 2000. – 671 с.
48. Красных В. В. Структура коммуникации в свете лингвокогнитивного подхода (коммуникативный акт, дискурс, текст): автореф. дис. на соискание д-ра филол. наук. Москва, 1999. 72 с.
49. Краткий словарь современных понятий и терминов. – 2 изд / Н.Т. Бунимович, Г.Г. Жаркова, Г.М. Корнилова и др. Сост и общ. Ред. В.А. Макаренко. – М.: Республика, 1995. – 510 с.
50. Кубрякова Е. С. Размышления о судьбах когнитивной лингвистики на рубеже века. *Вопросы филологии*. 2001. №1. С. 12-23.
51. Кузьмин П. В. Дискурс как способ политической деятельности. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского*, Серия: философия. Том 19(58). Симферополь, 2006. №2. С. 223.
52. Кучабський О., Погорелий С. Довіра до органів публічної влади як ключовий фактор ефективності системи державного. *Державна політика*, 2006. С. 103-108.
53. Логунова М. Значение политических коммуникаций в осуществлении государственного управления. *Персонал*. 2008. № 11. С. 96–97.
54. Ломейко В. І. Роль політичного дискурсу у встановленні порядку денного українського суспільства. *S.P.A.C.E. Society, Politics, Administration in Central Europe : електронний науково-практичний журнал* / редкол.: Д. В. Яковлев (голов. ред.), К. М. Вітман (заст. голов. ред.), Д. Ю. Дворніченко (відп. секр.) [та ін.] ; НУ «ОЮА». Одеса, 2017. Вип. 4. С. 28-32.

55. Лукьянова Н. А. Экспрессивность как семантическая категория. *Языковые категории в лексикологии и синтаксисе*. Новосибирск: Наука, 2000. С. 3–23.
56. Макаруч О. Політичний дискурс у західноукраїнській партійній пресі кін. XIX – поч. XX ст. URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/aug/17784/11.pdf>
57. Малинович Ю. М. Экспрессия и смысл предложения: проблемы эмоционально-экспрессивного синтаксиса. Иркутск: Иркут. ун-т, 1989. 213 с.
58. Марышова М. А. Стилистическая функция парцелляции в текстах разных жанров. URL: <http://www.rastko>.
59. Маслова В. А. Лингвистический анализ экспрессивности художественного текста: Учеб. пособие. Минск, 1997.
60. Матвеева Е. А. Лексический повтор в рекламном тексте: особенности использования, стилистические возможности. *Омский науч. вестн.* 2013. № 3(119).
61. Мацишина І. В. Офіційний політичний дискурс: інституціональний підхід URL: <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/politology/article/view/2147>
62. Миронова П. О. Коммуникативная стратегия редуционизма в политическом дискурсе. *Язык. Человек. Картина мира*. Ч.1. Омск: ОмГУ, 2000. С. 163-165.
63. Михалева О. Л. Политический дискурс: способы реализации агональности. *Построение гражданского общества: материалы междунар. гуманитар, конгресса «Русский язык: его современное состояние и проблемы преподавания»*. Иркутск: Изд-во Ирк. гос. пед. ун-та, 2002. Ч. 3. С. 96-105.
64. Навицкайте Э. А. Лингвистические средства создания образа исламской угрозы в англоязычном медиадискурсе: дис. канд. филол. наук. Иркутск, 2012. 18 с.

65. Норман Б. Ю. Теория языка. Москва: Флинт: Наука, 2004. 296 с.
66. Онуфрей П. Політичний дискурс як об'єкт наукових розвідок URL: <http://englishcontext.kpnu.edu.ua/2019/04/05/politychnyidyskurs-iak-ob-iekt-naukovykh-rozvidok/>
67. Основы теории гендеру: Навчальний посібник. / Чухим Н., Мельник Т., Скорик М., Малес Л. та ін. Київ: "К.І.С.", 2004. 536 с.
68. Павлуцкая В. А. Политический дискурс: особенности и функции. *Вестник ВГУ, Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация*. Белгород, 2008. №2. С.218-223.
69. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: автореф. дис. на соискание ученой степени д-ра филол. наук. Саратов, 2005.
70. Переверзев Е. В., Кожемякин Е. А. Политический дискурс: многопараметральная модель. *Вестник ВГУ, Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация*. Белгород, 2008. №2. С.76.
71. Пешкова Н. П. Психолингвистические аспекты исследования экспрессивности в научном тексте. *Вестник МГЛУ*. Вып. 541. Москва, 2007. С. 203–210.
72. Пешковский А. М. Избранные труды. Москва: Государственное учебно-педагогическое издательство министерства просвещения РСФСР, 1959. 252 с.
73. Пименова М. В., Кондратьева О. Н. Концептуальные исследования. Введение. Москва: Флинта, 2011. 176 с.
74. Пойченко А. М. Инновационные технологии и политическая деятельность. Москва : Ельга-Н, 1994. 102 с.
75. Политическая психология [Текст] : учеб. пособ. для вузов / под общ. ред. А. А. Деркача и др. Москва : Академ. проект; Екатеринбург : Деловая кн., 2001. 543 с.

76. Политология. Кн. Первая : Политика и общество. Кн. Вторая : Государство и общество [Текст] / А. Колодий, В. Харченко, Л. Климанская, Я. Косьмина. Киев : Ельга-Н, Ніка-Центр, 2000. 473 с.

77. Полонский В.М. Словарь по образованию и педагогике / В.М. Полонский. – М.: Высшая школа, 2004. – 512 с.

78. Попова З.Д., Стернин І.А. Когнитивная лингвистика. АСТ, Восток-Запад. 2007, 315 с.

79. Посикера Л. Р. Политическая коммуникация в условиях избирательных кампаний : анализ концепций и технологий [Текст] / Л. Р. Посикера. Москва : Рос. акад. госслужбы при Президенте РФ, 1994. 355 с.

80. Пузырев А. В. Общество, язык, текст и языковая личность в аспекте субстратного подхода к языку. *Общество, язык, личность*. Москва, 1996. Вып. 1. С. 20-23.

81. Радченко О. В. Ціннісна система суспільства як механізм демократичного державотворення: монографія. Харків: Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2009. 380 с.

82. Розеватов Д.А. Жанрово-тематическое своеобразие художественной прозы Джерома Клапки Джерома и О'Генри: автореф. дисс. на соискание ученой степени канд.. филол. наук: спец. 10.01.03. Самара, 2012. 20 с.

83. Селиванова Е. А. Современная лингвистика: направления и проблемы: учебник. Москва: Прогресс, 2008. 712с.

84. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. Москва: Прогресс, 1993. 656с.

85. Серебренников Б. А. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. Москва: Наука, 1988. 216с.

86. Сидоров Е. В. Коммуникативность текста и средства ее достижения [Текст] : (на материале фр. полит. публицистики) : автореф.

дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук : (10.02.05) / Моск. обл. пед. ин-т им. Н.К. Крупской. Москва : [б. и.], 1978. 23 с.

87. Славко Т. О. Політична довіра у багатоскладовому політичному просторі. Наукові праці. Політологія. 2012. С. 133-136.

88. Современный словарь иностранных слов: Ок. 20000 слов. – СПб: «Дуэт», 1994. – 752 с.

89. Стецик Т. С. Ритм и параллелизм как составляющие техники убеждения. Москва: Флинт: Наука, 2004. 296 с.

90. Таранов П. С. Искусство риторики: Универсальное пособие для умения говорить красиво и убедительно. Москва: Изд-во Эксмо, 2002. 576 с.

91. Телия В. Н. Экспрессивность как проявление субъективного фактора в языке и ее прагматическая ориентация. *Человеческий фактор в языке*. Москва: Наука, 1991. С. 36–48.

92. Ткачик Е. В. Гендерные стереотипы в англоязычном фольклоре: автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2008. 19 с.

93. Тошович Б. Экспрессивный синтаксис глагола русского и сербского / хорватского языков. Москва, 2006.

94. Труфанова И. В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика. *Филол. науки*. 2001. №3.

95. Ухванова-Шмыгова И. Ф. Каузальный анализ политического текста. *Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов*. Белгосуниверситет; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. №1. Минск, 1998. С. 51.

96. Фаер С. А. Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы. Москва : Изд. Дом “Ин-Юре”, 2001. 136 с.

97. Фащенко В. В. Новелістична композиція (Мікро- і макроструктура). *У глибинах людського буття. Літературознавчі студії*. Одеса: "Маяк", 2005. С.195 – 242.
98. Философский энциклопедический словарь. Москва: «Абрис», 2002. С. 156.
99. Фуко М. Археология знания: Пер. с фр. / Общ. ред. Бр. Левченко. Москва: Ника-Центр, 1996. 208 с.
100. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / пер. с нем. под ред. Д. В. Складнева, послесл. Б. В. Маркова. Санкт-Петербург: Наука, 2000. С. 138.
101. Цин Я. Функции анафоры в газетно-публицистическом стиле. *Язык и культура*. 2014.
102. Чабанна М. В. Довіра до політичних інститутів: передумови та наслідки для демократії. URL: http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S &2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Magisterium_p_2014_58_4
103. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. Москва: Флинта, Наука, 2006. 162 с.
104. Шадрин Н. Л. Перевод фразеологических единиц и сопоставительная стилистика. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 1990. 242 с.
105. Шандор Ф. Легітимація влади: і довіра, і толерантність як чинники соціального буття. Український науковий журнал «Освіта регіону» № 4. 2011. С. 225.
106. Шаповаленко М. В. Політична стабільність та політичний капітал в умовах трансформації суспільства. URL: http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FM

T=ASP_

meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Nchnpu_022_2014_14
_10

107. Шаховский В. И. Ономазиологический и семасиологический аспекты экспрессивности. *Проблемы экспрессивной стилистики*. Ростов-на-Дону, 1987. С. 40–47.

108. Шахтемирова О. Средства массовой информации и политической коммуникации. *Новая политика*. 1999. №2. С. 67–71.

109. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология: в 3-х ч. Ч. 1. Москва: Рос. акад. упр., 1992. 180 с.

110. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Москва: ИТДГК «Гнозис», 2004. 326 с.

111. Шейнов В. П. Психология манипулирования. Минск: Харвест, 2009. 704 с.

112. Шиманова А. Теоретические основы исследования политической коммуникации. URL: www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Unir/2007_19/30.pdf. (дата звернення 18.01.2020)

113. BBC News. URL.: <http://news.bbc.co.uk> (дата звернення 18.01.2020)

114. Borisoff D., Merrill L. The Power to Communicate. Gender Differences as Barriers. Illinois : Waveland Pr., 1998.

115. Collins English Dictionary. 8th Edition first published in 2006. *ABBY Lingvo 12 15. Dictionary of Translation Studies*. Mike Shuttleworth and Moira Cowie. Manchester: St. Jerome Publishing, 1999. 233 p.

116. Fee E. Critiques of modern science: The relationship of feminism to other radical epistemologies. *Feminist Approaches to Science*. Elmsford, NY: Pergammon Press, 1986. PP. 42 – 56.

117. Galliano G. Gender Crossing Boundaries. Kennesaw State Univ., 2003.

118. Goffman E. Supportive interchanges. *Relation in public*. New York, 1971.

119. Kerbrat-Orecchioni C. *Les Interactions verbales*. 3t. Paris, 1990.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

120. Виступ Юлії Тимошенко в Верховній Раді 17.03.2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WrJHrmrTva8> (дата звернення 25.04.2020)

121. Воєнний стан і Закон про окуповані території – першочергові кроки для ВРУ. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gXBp6L9sbeg> (дата звернення 05.06.2020)

122. Юлія Тимошенко в ефірі «NewsOne» від 06 лютого 2017 року. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=d3Z4RDN33y0&t=2736s> (дата звернення 14.06.2020)

123. Юлія Тимошенко. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=P4fRTхувV3w> (дата звернення 24.03.2020)

124. Юлія Тимошенко закликала владу змінити не ефективну стратегію управління країною. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zbP4wMQui6I> (дата звернення 23.06.2020)

125. Clinton H. Official campaign launch speech on New York City's Roosevelt Island. URL: <https://www.hillaryclinton.com/post/official-campaign-launch-speech-new-york-citys-roosevelt-island/> (дата звернення 13.04.2020).

126. Clinton H. Remarks on building an America where we all rise together. URL: <https://www.hillaryclinton.com/es/post/remarks-building-america-where-we-all-rise-together/> (дата звернення 20.07.2020).

127. Clinton H. Remarks on working families in Warren, MI. URL: <https://www.hillaryclinton.com/post/remarks-on-working-families-and-her-economic-plan-in-warren-mi/> (дата звернення 13.08.2020).
128. Guardian. URL: <http://www.guardian.co.uk> (дата звернення 18.01.2020)
129. Hillary Clinton Delivers Remarks at National Action Network. URL: <https://www.hillaryclinton.com/briefing/updates/2016/04/13/hillary-clinton-delivers-remarks-at-national-action-network/> (дата звернення: 21.07.2020).
130. Hillary Clinton's Speech Attacking Donald Trump's Economic Policies. URL: <http://time.com/4378959/hillary-clinton-raleigh-speech-economy/> (дата звернення: 21.07.2020).
131. Hillary Clinton's Speech on Donald Trump and National Security. URL: <http://time.com/4355797/hillary-clinton-donald-trump-foreign-policy-speech-transcript/> (дата звернення: 21.07.2020).
132. New York Times. URL: <http://www.nytimes.com> (дата звернення 18.01.2017)
133. Poroshenko P. Zbirnyk promov Prezydenta Ukrainy Petra Poroshenka. URL: https://gartua.io.ua/s867035/zbirnik_promov_prezidenta_ukraeni_petra_poroshenka (in Ukrainian)
134. Timesunion. URL: <http://www.timesunion.com/AspStories/story.asp?storyID=241890&category=NATIONAL&newsdate> (дата звернення 18.01.2020)
135. Transcript: Donald Trump's Foreign Policy Speech, April 28, 2016. *Nytimes.com*. URL: http://www.nytimes.com/2016/04/28/us/politics/transcript-trump-foreign-policy.html?_r=0 (дата звернення: 25.05.2020)
136. Understanding Social Interaction. URL: <https://www.boundless.com/sociology/textbooks/boundless-sociology->

[textbook/social-interaction-5/understanding-social-interaction-50/understanding-social-interaction-314-5912/](#)(дата звернення 18.01.2020)

137. Whitehouse.

URL:<http://www.whitehouse.gov/news/releases/2006/03/20060310-3.html>.

(дата звернення 18.01.2020)