

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Факультет іноземної філології
Кафедра англійської мови

Кваліфікаційна робота

з теми: «ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ОБ'ЄКТИВАЦІЇ КОМУНІКАТИВНОГО
ІМІДЖУ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ»

Виконавець: здобувач другого
(магістерського) рівня вищої освіти
групи Ang1-M23
спеціальності 014 Середня освіта
(Мова і література (англійська)
за освітньо-професійною програмою
«Середня освіта (Англійська мова
і зарубіжна література)»
Шмирко Тетяна Олександрівна

Керівник: Фрасинюк Н.І.,
кандидат філологічних наук, доцент,
старший викладач
кафедри англійської мови

Рецензент: Кришталюк Г.А.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри германських мов
та зарубіжної літератури

Кам'янець-Подільський – 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС ЯК СФЕРА ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОГО ІМІДЖУ ПОЛІТИКА.....	7
1.1 Політичний дискурс: зміст та особливості	7
1.2 Поняття «політичний дискурс» у лінгвістиці.....	11
1.3 Жанри політичної промови та політичного інтерв'ю.....	14
1.4 Маніпулятивна специфіка політичного дискурсу	16
Висновки до першого розділу.....	22
РОЗДІЛ 2 ПОНЯТТЯ «КОМУНІКАТИВНИЙ ІМІДЖ» У ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	23
2.1 Імідж політичного лідера як об'єкт лінгвістичних досліджень.....	23
2.2 Комунікативний імідж політичного дискурсу.....	28
2.2.1 Комунікативні ролі.....	30
2.2.2 Комунікативні стратегії.....	34
2.2.3 Іntenція як складова комунікативного іміджу.....	41
2.3 Методика дослідження комунікативного іміджу політика.....	44
Висновки до другого розділу.....	46
РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАТИВНІ ЗАСОБИ ТВОРЕННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА.....	47
3.1 Комунікативні засоби творення іміджу політичного лідера.....	47
3.1.1 Комунікативні ролі як засоби творення іміджу політичного лідера.....	47
3.1.2 Комунікативні стратегії.....	56
3.1.3 Комунікативні інтенції сучасних політичних промов.....	58
3.2 Мовні засоби творення іміджу політичного лідера.....	64
3.2.1 Вербальні засоби творення іміджу політичного лідера.....	64
3.2.2 Невербальні засоби творення іміджу політичного лідера.....	76
Висновки до третього розділу.....	79
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	85

ВСТУП

XXI століття – період глобальних процесів демократизації суспільних відносин, розвитку різних меж сфери послуг, суттєвого нівелювання соціальної нерівності, появи конкурентності в усіх сферах існування суспільства. Все це зумовило активний розвиток вербальної комунікації та науки мовленнєвого впливу, оскільки будь-яка соціальна інтеракція не може здійснитися без комунікації, вміння довести та переконати інших членів суспільства у необхідності підтримки ідеї чи особистості, визначеними стандартами поведінки чи навіть мислення. Потреба ефективно комунікувати за допомогою вербальних або невербальних засобів стає невідомою частиною життя у суспільстві.

Лінгвістика 21 століття приєдналася до процесів змін суспільних відносин, переносючи свої позиції із дослідження мови як структури до вивчення мовлення, дискурсу, комунікації. Провідні лінгвісти почали досліджувати взаємодію мови й різних соціальних інститутів, взаємодію мови, суспільства й влади. Мова як система, перестає ставати центром уваги, а людина в мові, особливості реалізації особистісно-суб'єктивного в мовній динаміці стає предметом комунікативної лінгвістики.

Особливо увага почала приділятися сфері соціальної комунікації, де чи не найяскравіше реалізується взаємодія мови, влади, особистості й суспільства, адже політичний дискурс є найвпливовішим явищем в сучасній політичній комунікації.

Вивчення феномену політичного дискурсу як найвпливовішого явища в сучасній політичній комунікації є також результатом синтезу досліджень з різних галузей гуманітарного знання. Багато науковців (М.Г. Божеску, Т.А. ван Дейк, К.С. Серажим, Є.І. Шейгал) розглядають мовну і політичну практику в аспекті взаємодії і взаємозалежності, підтверджуючи те, що політичний дискурс є об'єктом міждисциплінарних досліджень.

Актуальність обраної теми визначається спрямуванням сучасних лінгвістичних досліджень на нові соціальні феномени та вивчення комунікативного компонента іміджу політичного лідера у політичних промовах.

Мета дослідження – встановити комунікативні та мовні засоби формування іміджу сучасного політичного лідера.

Для досягнення зазначеної мети необхідно виконати такі завдання:

- 1) вивчити зміст та особливості політичного дискурсу;
- 2) проаналізувати поняття «політичний дискурс» у лінгвістиці;
- 3) узагальнити поняття « імідж» у лінгвістичних дослідженнях;
- 4) узагальнити наукові напрацювання щодо комунікативного іміджу та описати методику його дослідження;
- 5) здійснити класифікацію комунікативних ролей, стратегій та інтенцій як компонентів комунікативного іміджу;
- 6) виокремити й охарактеризувати комунікативні засоби формування іміджу сучасного політичного лідера;
- 7) виокремити й проаналізувати вербальні та невербальні засоби формування комунікативного іміджу політика.

Об’єктом дослідження виступає комунікативний імідж політичного лідера.

Предметом дослідження є комунікативні та мовні засоби формування іміджу політика.

Матеріалом дослідження слугували тексти політичних промов й інтерв’ю політичних лідерів США, розташованих у Всесвітній мережі Інтернет і в друкованих виданнях.

Методи дослідження. Дослідження здійснювалося на основі використання таких методів і прийомів: *загальнонаукові методи індукції, аналізу та синтезу* для укладання теоретичної основи дослідження та характеристики компонентів комунікативного іміджу сучасного політичного лідера; *спеціальні лінгвістичні методи* такі як *deskriptivний* – для опису ключових понять дослідження, *метод критичного дискурс-аналізу* – для характеристики комунікативних ролей та їх маніпулятивної специфіки; *метод інтеннт-аналізу* – для встановлення типу мовленнєвого акту та реалізованої в ньому комунікативної ролі; *семантичного* та

комунікативно-прагматичного аналізу для встановлення особливостей використання лінгвальних засобів в англomовному політичному дискурсі.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що здійснено характеристику феномену комунікативного іміджу, описано комунікативний портрет сучасного політичного лідера, встановлено вербальні та невербальні засоби формування комунікативного іміджу сучасного політичного лідера.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання його результатів у теоретичних курсах із стилістики англійської мови, теоретичної граматики, спецкурсах із теорії дискурсу. Результати дослідження можуть бути корисними для фахівців у галузі теорії інформації.

Апробація результатів дослідження. Основні тези роботи були представлені автором у збірнику наукових праць за підсумками науково-дослідницької роботи у 2023-2024 навчальному році (Тетяна Шмирко. Мовні засоби реалізації комунікативних стратегій. *Збірник наукових праць студентів та магістрантів факультету іноземної філології Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка* [Електронний ресурс]. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2024. Випуск 17. С. 36-39).

Структура роботи. Наукове дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та джерел, додатків.

У **вступі** обґрунтовано вибір теми дослідження, її актуальність, визначено мету, завдання, об'єкт і предмет, описано методи дослідження та розкрито практичне значення.

У першому розділі «Політичний дискурс як сфера функціонування комунікативного іміджу політика» описуються зміст та особливості політичного дискурсу; аналізуються результати теоретичних досліджень поняття «політичний дискурс» у лінгвістиці та жанри політичної промови та політичного інтерв'ю.

У другому розділі «Поняття «комунікативний імідж» у лінгвістичних дослідженнях» описується зміст іміджу політичного діяча як об'єкта лінгвістичних досліджень; аналізується поняття комунікативний імідж та описуються різні типи мовленнєвих актів, які формують імідж політика;

аналізуються комунікативні ролі як складники іміджу політичного лідера; описується методика дослідження комунікативного іміджу політика.

у третьому розділі «Комунікативні засоби творення іміджу політичного лідера» описуються комунікативні та мовні засоби творення іміджу політичного лідера.

У **загальних висновках** викладено результати здійсненого дослідження, сформульовано основні висновки й окреслено перспективи подальшого опрацювання зазначеної проблеми.

У **додатку** наведено приклади політичних текстів, відібраних для аналізу з електронних та друкованих засобів масової інформації.

ВИСНОВКИ

Здійснений на підставі функціонального підходу аналіз результатів теоретичних та експериментальних досліджень політичного дискурсу вітчизняними та зарубіжними лінгвістами засвідчив, що вивчення англомовних політичних текстів з урахуванням їх соціолінгвістичної специфіки має визначатися насамперед їхнім функціональним призначенням, прагматичним спрямуванням, взаємодією засобів лексико-стилістичної структури та соціальними факторами, під впливом яких складаються конкретні умови усної реалізації зазначених текстів.

Сучасна мовознавча наука має антропоспрямовану орієнтацію, що передбачає дослідження особистісних і суб'єктивних аспектів мовної динаміки. Однією з основних тенденцій є прагнення лінгвістично осмислити нові соціальні феномени, зокрема демократичні політичні реалії. У такому контексті вивчаються індивідуальні особливості людини, що проявляються в процесі комунікації. Проте, в умовах сучасної комунікації, особливо у політиці, на перший план виходить не індивідуальність особи, а її символічний образ — імідж, який сприяє ефективній комунікації та допомагає досягти прагматичних цілей. Це важливо, адже більшість громадян не мають можливості безпосередньо спілкуватися з політичними лідерами, тому їх вибір залежить від ефективності іміджу, створеного за допомогою політтехнологій і ЗМІ.

Імідж політичного лідера в комунікації (комунікативний імідж) є комплексним явищем, що включає вербальні стереотипи поведінки, стратегії та інтенції, які спрямовані на формування загального образу політика в свідомості громадян. Основними компонентами комунікативного іміджу є комунікативні ролі, які реалізуються через стратегії, що в свою чергу базуються на інтенціях. Комунікативні ролі можна поділити на стандартні та ініціативні, в залежності від того, чи є вони соціально прийнятними або свідомо обраними. Стратегії можуть бути кооперативними, конфліктогенними або дистанційовальними, залежно від мети комунікації.

Для дослідження комунікативного іміджу було застосовано методику, яка включала вивчення комунікативних ролей, стратегій, інтенцій та мовленнєвих засобів, що сприяють формуванню іміджу. Зокрема, було визначено основні стратегії маніпуляції та кооперації, а також досліджено випадки мовного маніпулювання свідомістю через ці стратегії.

Парадигма комунікативних ролей політичного лідера включає такі ролі: Лідер-що-єднає, Компетентний керівник, Демократ, Патріот, Віруючий, Захисник, Відповідальний, Сім'янин. Кожна роль має свої лексичні маркери та стратегічні функції в комунікації. Серед домінуючих комунікативних стратегій президента виділяються стратегії маніпулятивного та кооперативного типів. Вони включають стратегії, такі як включення в коло «Ми», перелічення досягнень, єднання, апелювання до сімейних цінностей, підвищення статусу громадян та героїзація нації. Важливими є також стратегії, що апелюють до базових потреб і сімейних цінностей, оскільки вони спрямовані на емоційний зв'язок з адресатами, досягнення їхньої емпатії.

Традиційні типи мовленнєвих актів, які реалізуються теперішніми політиками є репрезентативи – мовленнєвий акт представлення адресату подій, предметів або явищ; директиви – мовленнєвий акт спонукання, комісиви – мовленнєвий акт взяття зобов'язань; експресиви – мовленнєвий акт вираження емоцій мовця.

Комунікативні інтенції реалізується безпосередньо лексемами, присвійними займенниками *my, our*, наказовим способом, вживанням модальних дієслів *must i should*, оператором *do*, метою якого є підсилення перформативних дієслів, прислівниками підсилення (у придієслівній позиції), наказовим способом, утвореним за допомогою дієслова *let*, модальними дієсловами із інфінітивом, які актуалізують інтенцію переконання, дієсловами-перформативами, які виконують відповідну функцію заклику до певної дії: *to answer, to tell, to explain, to share*, стійкими виразами: *terrorist threat, civil war, counterterrorism strategy, humanitarian assistance, religious minorities*, та синтаксичними фразеологізмами: *God bless you, may God bless you, at the end of the day*.

До вербальних засобів творення іміджу політичного лідера належать інтонаційні, морфологічні, лексичні, синтаксичні, стилістичні засоби впливу на психіку реципієнта. Інтонаційні засоби включають ритм мовлення (рівномірний чи уривчастий), тип голосу (ніжний, співучий, м'який, грубий), темп (прискорення чи уповільнення передавання думки в потрібному місці), тембр мови.

До морфологічних засобів творення іміджу політичного лідера належать вживання займенників, дієслів та дієслівних конструкцій, прикметників, конструкції з особовим займенником I та присвійними займенниками *my/mine*, іменники та прикметники з позитивним/негативним оцінним значенням: *wealth, safety, respect, honesty, prosperity, charity, generosity, tolerance* (іменники, що виражають позитивну оцінку), *war, weapon, poverty, slavery, humiliation, danger, violence, disaster* (іменники, що виражають негативну оцінку), *free, equal, courageous, faithful, brave, democratic, friendly, peaceful* (прикметники, що виражають позитивну оцінку), *dangerous, greedy, indifferent, afraid, broken, defeated, unemployed, selfish* (прикметники, що виражають негативну оцінку).

До лексичних засобів творення іміджу політичного лідера належать нейтральна лексика (*world, effect, matter, person, experience, to become, to admit, to carry*), книжкова лексика (*vow, challenges, to neglect, to emphasize*), терміни {*the general maritime law, maritime jurisdiction, admiralty*} та номенклатурна лексика (*the Civil Code, American admiralty court, the Ministry of Post and Telecommunications, the National Space Development Agency (NASDA) of Japan*), розмовна лексика, слова-гасла, які часто є ефективнішими за будь-які пояснення та аргументи, неологізми, евфемізми, іноземні слова, метафори та ідіоматичні вислови.

До синтаксичних засобів творення іміджу політичного лідера належать прості речення, питальні та умовні речення, запитання, що залишаються без відповіді та запитання, відповідь на які дають самі промовці, умовні речення, які використовуються мовцем для опису ситуацій, що можуть трапитись у

майбутньому; перфектні та тривалі часи, модальні дієслова *can, must, should, have to*; наказовий спосіб дієслова.

До стилістичних засобів творення іміджу політичного лідера належать повтори, паралельні конструкції, порівняння, антитеза, перифраза, метафора, інверсія, гіпербола.

До невербальних засобів творення іміджу політичного лідера належать жести, міміка, пантоміма, рухи тіла, сміх, кашель, контакт очей і стиль одягу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авксентьева Т. Політика і влада в інформаційну епоху: український контекст: монографія. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. 324 с.
2. Агєєва В. Філософія жіночого існування : [передмова] Бовуар С. де. Друга стаття. К. : Основи. 1994. Т. 1. С. 10–14.
3. Алексієвець О.М. Роль просодії в реалізації точки зору в англomовному політичному дискурсі [Електронний ресурс]. 2012. Режим доступу до ресурсу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Aprgf/2012_1/
4. Ананко Т. Р. Комунікативні стратегії у політичному дискурсі Хіларі Клінтон. *Science and Education a New Dimension. Philology*. Budapest, 2018. VI (47). Issue 160. P. 7–11.
5. Антемюк В. Інституційний імідж політичної партії. *Віче*. 2009. № 10. С. 2–3.
6. Балинський І. Політичні комунікації в УАНЕТі. *Теле та радіожурналістика*. 2011. № 10. С. 137–141.
7. Бабак М. П. Використання комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 „Журналістика”. Київ, 2006. 205 с.
8. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. К.: Академія, 2004. 344 с.
9. Башук А. Мовленнєві стратегії в ритуальних текстах політичної комунікації [Електронний ресурс]. Режим доступу до статті : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1955>.
10. Белова А.Д. Поняття “стиль”, “жанр”, “дискурс”, “текст” у сучасній лінгвістиці. *Вісник. Іноземна філологія*. Вип. 32-33. 2002. С.11-14.
11. Бельська Т. Комунікаційна взаємодія влади та громадськості в інформаційному суспільстві. *Публічне управління: теорія та практика*. 2012. № 3. С. 163–169.

12. Божеску М.Г. Сучасні дослідження політичного дискурсу. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. Луганськ, 2013. № 14. С. 6-11.
13. Бурмістенко Т.В. Риторичне питання як механізм аргументативного впливу в офіційній промові. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. К.: Видавничий центр КНЛУ, 2013. № 30. С. 14-19.
14. Бутова І. С. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Вісник Львівського університету*. Сер. «Іноземні мови». Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2009. Вип. 16. С. 232–238.
15. Бушев А.Б. Автоматизація олітичного дискурсу. Політичний дискурс [Електронний ресурс] 2001. Режим доступа: http://center.fio.ru/method/resources/filippovma//english/pedsovet2002/avtom_diskyrs.doc
16. Ващук Т. М. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичного дослідження. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2007. № 33. С. 182–185.
17. Винник О.Ю. Дискурс, функціональний стиль, жанр, текст: співвідношення понять. *Філологічні студії*. Луцьк: Волинський академічний дім, 2004. №2. С. 50-55.
18. Волчанська Г. В. Типологія комунікативних стратегій у політичному дискурсі Барака Обама. *Теоретична і дидактична філологія : [зб. наук. праць]*. Переяслав-Хмельницький : СКД, 2010. С. 74–84.
19. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск : ЗАО «Типографкомплекс», 2000. 308 с.
20. Денисюк С. Технологічні виміри політичної комунікації: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2010. 276 с.
21. Діденко М. Політичне мовлення як особливий вид тексту. Одеса, 2002. 198 с.

22. Дорофєєва М.С. Прагматична реалізація суб'єкта в політичній промові (досвід контент-аналізу). *Мовна освіта в контексті Болонських реалій*. К.: Вид. центр КНЛУ, 2005. С. 54–56.
23. Джинджолия Г. П. Речевые стратегии современного политического дискурса. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2010. № 20 (207). Ч. II. С. 17–23.
24. Єщенко Т. А. Лінгвістичний аналіз тексту : навч. посібник для студ. ВНЗ. К. : Академія, 2009. 264 с.
25. Заблоцький Ю. В. Лінгвопрагматичний аналіз передвиборчих промов президента Сполучених Штатів Америки Барака Обами. *Наукові записки. Сер. «Філологічна»*. Острог, 2009. Вип. 11. С. 25–34.
26. Заблоцький Ю. В. Аналіз передвиборчих промов кандидатів у президенти США у 2012 році (М. Ромні та Б. Обама). *Одеський лінгвістичний вісник*. Одеса, 2015. Вип. 5. Т. 1. С. 57–62.
27. Заблоцький Ю. В. Контент-аналіз тематичного наповнення передвиборчих промов кандидатів на пост президента США 2012 року. *Актуальні питання іноземної філології*. Луцьк, 2019. № 10. С. 85–92.
28. Заплітна Т. В. Експліцитна та імпліцитна моделі інтенції політичного дискурсу. *Филологические науки: язык, речь, речевая коммуникация*. URL: http://www.rusnauka.com/11_NPE_2012/Philologia/7_10_7449.doc.htm
29. Зарецький О. В. Ідіолект політика в жанрі громадсько-політичного інтерв'ю, полеміки, промови, дебатів. Київ, 2008. 124 с
30. Зернецька О. PR-маніпуляційний вплив. Комунікативна теорія і практика [Електронний ресурс]. Політичний менеджмент. 2003. № 3. Режим доступу до статті : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=17&c=154>.
31. Зернецький П. Сміслова модель маніпуляційного впливу в політичному дискурсі. *Наукові записки*. 2003. Том 22. Част. I. С. 58–60.
32. Каліщук Д. М. Концептуальні стилі англomовних політиків (на матеріалі політичного дискурсу президентів Дж. Буша мол., Б. Обами) :

дис.... канд. філол. наук : 10.02.04. Луцьк, 2017. 245 с.

33. Кожемяченко Н. Лінгвістичні засоби маніпуляції в англомовній політичній рекламі. *Теоретична і дидактична філологія*. 2015. Вип. 20. С. 197–207. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tidf_2015_20_21.

34. Козуб Л. Мовні засоби впливу у сучасному англомовному політичному дискурсі. *Studia methodologica*. Тернопіль, 2011. Вип. 32. С. 51–53.

35. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ. Вінниця, 2009. 145 с.

36. Корнійчук Ю. Р. Маніпулятивний вплив у політичному англомовному дискурсі. *Студентські наукові записки. Серія „Філологічна”*. 2009. № 2. С. 83–87

37. Куражова А. С. Вербальні засоби формування позитивного іміджу жінки- політика. *Прикладна лінгвістика : проблеми і рішення*. Миколаїв, 2010. С. 18–21.

38. Лук'янець В. Філософія дискурсу. *Вісник НАНУ*. 2002. № 12. С. 22–28.

39. Макарук Л. Л. Вербальні та невербальні засоби в англомовній комунікації. *Науковий вісник Східноєвроп. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Серія «Філологічні науки. Мовознавство»*. 2015. № 4 (305). С. 139–145.

40. Масенко Л. Т. Мова і політика. 2-ге вид., доп. Київ : Соняшник, 2004. 162 с.

41. Мацько Д. С. Особливості передвиборчого політичного дискурсу як типу комунікативної діяльності (на матеріалі виборчої кампанії 2008 року в США). *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2010. № 2 (189). С. 119–124.

42. Милевская Т. Дискурс и текст: проблема дефиниции [Электронный ресурс] / Т. Милевская. Режим доступа : <http://teneta.rinet.ru/rus/me/milevskat-discourseandtextdfn.htm>.

43. Мірченко М.В. Вибрані праці з категорійної граматики та лінгвотекстології : Монографія. Луцьк: Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2011. 256 с.
44. Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики. Київ : Світогляд, 2005. 315 с.
45. Паращук В. Ю. Вербальний контакт : механізми взаємодії мовців. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. Кіровоград РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2004. Вип. 53. С. 117–129.
46. Петлюченко Н. В. Харизматика: мовна особистість і дискурс : монографія. Одеса : Астропринт, 2009. 464 с.
47. Петренко В. В. Політичне мовлення як особливий засіб для проведення маніпуляцій. Київ. 2009. 125 с.
48. Попов Р. А. Політичний дискурс: проблема теоретичної ідентифікації. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej2/txts/polprav/05prapti.pdf>
49. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Вид. центр Київський університет, 1999. 308 с.
50. Романюк А. Б., Заяць А. В. Аналіз досліджень політичного дискурсу. URL : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/19841/1/21-Romanyuk200-209.pdf> (дата звернення : 19.10.2024).
51. Савойська С. В. Мовно-комунікативна політика як специфічна область державної політики в поліетнічному соціумі: теоретико-історіологічний аналіз : монографія. Київ : Вид. центр „Просвіта”, 2013. 424 с.
52. Савчук В.І. Іntenціональність як основний комунікативно-прагматичний чинник англomовного політичного дискурсу. *Мова, освіта, культура в контексті євроінтеграції: матеріали науково-практичної конференції* (21–23 квітня 2010 р.). К.: Вид. центр КНЛУ, 2010. С. 184–185.
53. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації : підручник. Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.
54. Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник. Київ : ІнЮре, 2009. 276 с.

55. Семенюк О. А. Про стабільність і динаміку ключових концептів мовної сві- домості та культури / О. А. Семенюк // Наукові записки. Серія : Філологічні на- уки (мовознавство) : У 5 ч. – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2008. – Випуск 75 (4). – С. 11–17.
56. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики) : [монографія]. К. : Видавець Паливода А. В., 2010. 351 с.
57. Славова Л. Л. Мовна особистість політика: когнітивно- дискурсивний аспект : монографія. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2010. 358 с.
58. Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі : монографія. Харків : Константа, 2006. 300 с.
59. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови. К. : Критика, 2005. 464 с.
60. Суховецька Л. В. Реалізація лінгвопрагматичного потенціалу спонукальної тенденції в англomовному політичному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2018. 275 с.
61. Чепіль О. Я. Особливості реалізації комунікативних стратегій в політичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2015. Вип. 52. С. 274–276.
62. Чорна О. О. Комунікативні засоби творення іміджу політичного лідера (на матеріалі українського, російського та англійського політичного дискурсу) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство». Кіровоград, 2012. 278 с.
63. Чорна О. О. Мовний імідж політика як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Нова філологія : [зб. наук. праць]*. Запоріжжя : ЗНУ, 2011. № 44. С. 171–174.
64. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник. К.: Видавничий центр «Академія», 2010. 312 с
65. Berne E. Games People Play. The psychology of human relationships. London, New York : Penguin Books, 2010. 192 p.
66. Deason G., Gonzales M. H. Moral Politics in the 2008 Presidential

Convention Acceptance Speeches. Basic and Applied Social Psychology, 2012. 34(3), P. 254–268.

67. Dijk T. A. van. What is Political Discourse Analysis? [Електронний ресурс]. Political linguistics. 1998. Режим доступу до статті : <http://www.discourses.org/OldArticles/What%20is%20Political%20Discourse%20Analysis.pdf>.

68. Giddens A. Sociology. Cambridge : Polity Press, 2006. 1094 p.

69. Goffman E. Strategic Interaction. Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1969. 156 p.

70. The Linguistics Encyclopedia . L. & N.Y.: Routledge, 1996. 575 p.

71. Tulis J.K. The Rhetorical presidency. Princeton: Princeton University press, 1998. 224 pp.]

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

72. 4president.org. URL : <http://www.4president.org>.

73. . Ballotpedia. URL : <https://ballotpedia.org>.

74. . Biden J. Remarks by Vice President Joe Biden After a Vaccine Briefing in Wilmington, Delaware, September 16, 2020. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/345154>.

75. . Biden J. Remarks by Vice President Joe Biden and Senator Kamala Harris in Phoenix, Arizona, October 08, 2020. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/345127>.

76. Biden J. Remarks by Vice President Joe Biden in Atlanta, Georgia, October 27, 2020. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/347035>.

77. Clinton H. Address Accepting the Presidential Nomination at the Democratic National Convention in Philadelphia, Pennsylvania, July 28, 2016. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/317862>.

78. Clinton H. Opening Statement to House Select Committee on Benghazi, October 22, 2015. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/318706>.

79. Clinton H. Remarks to the Democratic Women's Council in Columbia, South Carolina, May 27, 2015. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/310188>.

80. Heartful Prayer of Hope by the President George W. Bush, Jr. for the Victims of the 2002 Hurricane Season, delivered October 03, 2002. URL: <http://whitehouse.georgewbush.org/news/2002/100302.asp>.

81. Obama B. Remarks at a Campaign Rally and a Question-and-Answer Session in Cincinnati, Ohio, July 16, 2012. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/301985>.

82. Obama B. Remarks at a Campaign Rally in North Las Vegas, Nevada, August 22, 2012. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/302302>.

83. Romney M. Commencement Address At Liberty University in Lynchburg, Virginia, May 12, 2012. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/300967>.

84. Romney M. Excerpt of Remarks in Bethel Park, Pennsylvania, April 17, 2012. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/301397>.

85. Trump D. Remarks and an Exchange With Reporters at Joint Base Andrews, Maryland, September 01, 2020. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/343550>.

86. Trump D. Remarks and an Exchange With Reporters at Joint Base Andrews, Maryland, September 08, 2020. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/343768>.

87. Trump D. Remarks at a White House Conference on American History, September 17, 2020. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/node/343859>

88. Trump D. Victory Speech in Full: Transcript, November 6, 2024. <https://www.newsweek.com/donald-trump-victory-speech-full-transcript-1981>