

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет української й іноземної філології та журналістики
Кафедра англійської мови та методики її викладання**

**Лексико-стилістичні маркери політичного дискурсу (на матеріалі
промов Б. Обами, Д. Трампа, Дж. Байдена)**

**Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»**

Виконала: студентка 2 курсу 09-251 М
групи Спеціальності: 014.02
Середня освіта (Мова і література
(англійська))
Освітньо-професійної програми «
Середня освіта (Мова і література
(англійська))»
Строєва Олена Геннадіївна

Керівниця: доцентка Базилевич Н.В.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В ГУМАНІТАРНІЙ ПАРАДИГМІ

1.1. Еволюція поняття «політичний дискурс» як об'єкта лінгвістичних досліджень

1.2. Політичний дискурс як особлива форма комунікації

РОЗДІЛ 2. ЛІНГВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

2.1. Лінгвальні особливості самопрезентації суб'єкта політичного дискурсу

2.2. Стилiстичні засоби реалізації дискурсивних стратегій і тактик у політичному дискурсі

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

ВСТУП

Еволюція поняття політичний дискурс на сьогодні є одією з найпопулярніших тем для наукових робіт, адже політика стала невід'ємною частиною буденного життя людини.

Політичний дискурс останнім часом стає предметом особливої уваги вчених-лінгвістів тоді, коли політична комунікація набуває рис засобу маніпулювання свідомістю.

За вітчизняними мірками дослідження політичної мови і мовної політики вже яскраво згрупувалися в автономну сферу політичної науки, Майже все ХХ століття пройшло під знаком пошуку «політика у мові» і «мова у політиці».

Політичний дискурс як поняття лінгвістики досліджується відносно короткий період часу. Синонімія, аргументація, синтаксис, висловлювання, лексика, нарративні функції, риторика, семіотика, граматики – є полем мовознавчих інтерпретацій дискурсу. Дослідження у цих сферах здійснювали М. Пешо, Ж. Пуату, П. Анрі, Т. Трю, Є. Верона, Р. Муньє, Ж. Коммерета, Р. Моро, П. Ашарда, Ж. Зайдель, Ж.-П. Фейє, К. Гільомен, Р. Барт та інші [3, с. 68].

Дослідження лексико-стилістичних маркерів політичного дискурсу хоча і є наразі найбільш розглядаємою темою, все ж великої кількості робіт з якісним, а не кількісним аналізом знати на теренах лінгвістичної науки важно.

Актуальність дослідження зумовлена загальною спрямованістю сучасної лінгвістичної науки на визначення способів репрезентації ментального світу особистості в мові; специфікою об'єкта дослідження, бо критично дивлячись на ситуацію існує потреба в науковому обґрунтуванні даного феномена, хоча й досі науковці не дійшли згоди щодо розуміння політичного дискурсу представниками різних наук. Представники різних професій і різних наукових дисциплін виявляють інтерес до вивчення політичного дискурсу. Основи теорії політичного дискурсу були закладені представниками кембріджської та оксфордської філософських шкіл у 50-ті рр. ХХ ст. В той

час вони здійснили аналіз лінгвістичного контексту суспільної думки. Серед пліади класичних робіт зосереджених на проблематиці дискурсу можна назвати праці Т.А. ван Дейка, Р.Барта, М.Фуко, Ю.Хабермаса, а також дослідження вітчизняних науковців: М.В.Ільїна, Є.І.Шейгала, О.М.Баранова, Г.Г.Почепцова.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами: магістерська робота виконана відповідно до науково-дослідної теми кафедри англійської мови та методики її викладання «Лінгвокогнітивні та комунікативні аспекти дослідження тексту» (державний реєстраційний номер 0117U006792).

Мета роботи – виявлення лексико-стилістичних ознак політичного дискурсу та його впливу на організацію американського політичного дискурсу у промовах Б. Обама, Д.Трампа, Дж.Байдена.

Об'єктом дослідження є дослідження політичного дискурсу

Предметом є лексико-стилістичні маркери промов Б. Обама, Д.Трампа, Дж.Байдена

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких конкретних завдань:

- 1) відстежити еволюцію поняття «політичний дискурс» як об'єкта лінгвістичних досліджень
- 2) з'ясувати сутність поняття «політичний дискурс» як особливу форму комунікації
- 3) проаналізувати лексико-стилістичні маркери політичного дискурсу у промовах Б. Обама, Д.Трампа, Дж.Байдена

Матеріалом дослідження слугують промови Б. Обама, Д.Трампа, Дж.Байдена

Для виконання завдань і досягнення поставленої мети слід застосувати такі загальнолінгвістичні методи дослідження: загальнонауковий гіпотетико-дедуктивний, що передбачає добір фактичного мовного матеріалу, побудову гіпотези й перевірку її істинності; метод контекстуального аналізу, який використан для детального аналізу лінгвістичних та позамовних чинників впливу на специфіку вербальної поведінки політика; метод зіставного аналізу, котрим послуговуються для порівняння лінгвальних та психолінгвальних маркерів політичного дискурсу політичних лідерів США; елементи кількісного аналізу для підрахунку всіх кількісних показників, а саме: параметрів і маркерів концептуального стилю, ужитих сугестогенів, мовних засобів реалізації стратегій та тактик, вербалізаторів концептів і їх когнітивних ознак.

Практична цінність магістерської роботи полягає у можливості використання її результатів у курсах лінгвокраїнознавства, теорії та практики міжкультурної комунікації, етнопсихолінгвістики, лінгвокультурології, соціолінгвістики, когнітивної лінгвістики, основ теорії мовної комунікації, написанні випускних та курсових робіт.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В ГУМАНІТАРНІЙ ПАРАДИГМІ

1.1. Еволюція поняття «політичний дискурс» як об'єкта лінгвістичних досліджень

Політичний дискурс останнім часом стає предметом особливої уваги вчених-лінгвістів тоді, коли політична комунікація набуває рис засобу маніпулювання свідомістю. Великий тлумачний словник української мови обмежується таким визначенням поняття «дискурс»: «розмова, словесна розправа» [18]. Зростання пильної уваги до політичного дискурсу призвело до значно ширшого тлумачення цього концепту. Ось наприклад, електронний словник англійської мови подає такі дефініції поняття «дискурс» (“discourse”): розмова (“conversation; talk”); тренування мислення (“reason exercising”); послідовна промова щодо певної думки (“consecutive speech on a given line of thought”); висловлення судження та підбиття підсумків (“judging and inferring”); мислення (“reason”) та інші [6].

Проблеми поняття дискурсу стали центральними в дослідженнях таких зарубіжних науковців, як Тойн ван Дейк, М. Фуко (на основі теорій Фуко був заснований Фуко-дискурсний аналіз – це форма дискурсного аналізу, зосереджена на взаємовідносинах влади у суспільстві, що виражаються через мову та практики), Е. Бенвеніст, Г. Кук, Ю. Габермас та інших. Серед вітчизняних науковців дискурсом цікавилися Г. А. Орлова, Ю. Степанов В. Г. Борботько, та інші. Еволюцію в інтерпретації та осмисленні поняття дискурсу в латинській мові прослідують В. І. Герасимов та М. В. Ільїн. Ці науковці спочатку презентували його, як «розмова» або «бесіда», а згодом як «пояснення», «аргумент» та «логічне міркування» [4, с. 62]. Загалом у їхній

статті «Політичний дискурс-аналіз» сформульовані найважливіші параметри дискурсу. В. З. Дем'янков окреслює дискурс перш за все як – «текст у його становленні перед інтерпретатором» [5, с. 32]. Дискурс у сучасному розумінні, зазначає Л. П. Нагорна, є явищем дійсності зі знаковою природою та певною структурованістю [10, с. 33]., вітчизняні лінгвісти зробили вагомий внесок у дослідження дискурсу, давши своє визначення поняттю, простеживши його розвиток у рамках різних галузей та дослідницьких підходів.

Все ж, найвлучніша гіпотеза належить Т. А. ван Дейку стосовно того, що дискурс є комунікативним явищем, складовою якого є ще й соціальний контекст, під цим розуміється надання інформації про учасників комунікації та процеси сприйняття повідомлень [4, с. 62]. Звісно, в цьому питанні складно не погодитися з Г. Куком – він охарактеризував дискурс як – «єдність і взаємодію тексту й контексту» [10, с. 33]. Лінгвісти західної школи активно реалізують себе в дослідженнях дискурсу та дискурс-аналізу. Поміж праць останніх публікацій уже згадуваного вище німецького вченого-лінгвіста Т. А. ван Дейка можна знайти: “Society and discourse. How context controls text and talk” (у цій роботі Ван Дейк представляє нову теорію контексту, яка пояснює, як текст та розмова адаптуються до їх соціального середовища), “Discourse and Context. A Sociocognitive Approach” (ця книга є монографією, яка представляє мультидисциплінарну теорію контексту та те, як контекст впливає на використання мови та дискурс), “Discourse and power” (у статті аргументується можливість переробки концепції ідеології таким чином, щоб вона не залежала ні від проблеми істини та помилок, ні від поділу світу на дві частини, одна з яких є реальнішою за іншу, ані від виразного відношення суб’єктів до значення.), “Discourse Studies” (це щомісячний рецензований академічний журнал, що охоплює сферу аналізу дискурсу, особливо статті, що пропонують детальний, систематичний та явний аналіз структур та стратегій тексту та бесіди, їх пізнавальної основи та соціальних, політичних та культурних функцій), “Racism and discourse in Spain and Latin America”(Ця

нова книга поширює попередні дослідження Теун А. ван Дейка щодо дискурсивного расизму на латинський світ. Він представляє перший опис елітного дискурсу та расизму в Іспанії та Латинській Америці, досліджуючи дискурсивні реакції в Іспанії на недавню імміграцію, а також віковий расизм та етнізм у текстах та розмовах у Латинській Америці (особливо Мексиці, Бразилії, Аргентині та Чилі), “Análisis Del Discurso Social y Politico”. Науковець висвітлює основні положення своєї теорії дискурсу в статтях “News, discourse and ideology” (праця про те, де дослідження дискурсу та спілкування перетинаються), “Elite discourse and institutional racism” (у цій роботі автор розглядає деякі дискурсивні аспекти ролі еліт та інституцій у виробництві та відтворенні расизму в європейських суспільствах), “Discourse and Manipulation” (стаття пропонує триангульований підхід до маніпуляцій як форми зловживання соціальною владою, контролю когнітивного розуму та дискурсивної взаємодії), “Ideology and discourse analysis” (у цій роботі ван Дейк обговорює деякі питання, порушені дискурсом аналітичного підходу до вивчення ідеології. Оскільки люди набувають, виражають та відтворюють свої ідеології здебільшого за допомогою тексту чи розмови, дискурсне аналітичне дослідження ідеології є найбільш актуальним) та інші. Це перелік лише незначної кількості найновіших статей автора, проте його спадок публікацій значно багатший. Цей науковець засновник таких наукових журналів, як “Discourse and Society”, “Discourse and Communication”, “Discourse Studies”, що виходять друком англійською мовою, та “Discurso and Sociedad”, що публікується іспанською мовою [7]. Звісно не секрет, що Т. А. ван Дейк є одним із найяскравіших вчених, які звивчають питання дискурсу, однак – не єдиним. Ще один не менш відомий науковець у сфері порівняльно-історичного мовознавства – Е. Бенвеніст – також зробив свій внесок у дослідженнях питання дискурсу, дійшовши висновку, що структуру розмовного дискурсу формує ряд етапів. Вступ у мовний контакт являє собою перший етап, введення теми розмови та її ратифікація – складають другий, зміна ролей і теми в процесі комунікативного акту – формують

третій, закінчення комунікативного акту – останній), кожен з яких зумовлено комплексом зовнішніх і внутрішніх чинників [20]. Свій погляд на визначення поняття «дискурс» мав М. Фуко. В його розумінні дискурс – це те, що створено з сукупності знаків, і ряд словосполучень та суджень, і сукупність актів формулювання. Він вводить поняття «дискурсивні практики», які, як він вважає, є «сукупністю анонімних історичних правил, які встановлюють умови виконання функцій висловлювання в конкретний період і для конкретного соціального, лінгвістичного, економічного чи географічного простору» [20]. Існують різні види дискурсів: медичний, художній (прозаїчний і поетичний), публіцистичний, рекламний, військовий. Сьогодні намагання вивчити роль мовної дії в засобах масової інформації, релігії, юриспруденції і, зрештою, у сфері політики виникають дуже часто.

Політичний дискурс як поняття лінгвістики досліджується відносно короткий період часу. Синонімія, аргументація, синтаксис, висловлювання, лексика, нарративні функції, риторика, семіотика, граматики – є полем мовознавчих інтерпретацій дискурсу. Дослідження у цих сферах здійснювали М. Пешо, Ж. Пуату, П. Анрі, Т. Трю, Є. Верона, Р. Муньє, Ж. Коммерета, Р. Моро, П. Ашарда, Ж. Зайдель, Ж.-П. Фейє, К. Гільомен, Р. Барт та інші [4, с. 68]. Виокремлення дослідником Н. Кондратенко форм політичного дискурсу залежно від формальних, комунікативних, інтенціональних та інших чинників нам допоможе підтвердити той факт, що політичний дискурс не обмежується суто діалогічним мовленням комунікантів. Це вирізняє політичний дискурс за формою («усний та писемний»), за сферою функціонування («телевізійний, газетно-журнальний, радіо-, рекламний, PR») за метою («інформативний, спонукальний, іміджевий, мотиваційний, експресивний»), за чинником мовця («адресантно прямий та опосередкований»), за чинником адресата («особисто та масово адресований») [8, с. 2 – 13]. Інтерв'ю з політиками, їхні промови, офіційні заяви слугують усним політичним дискурсом, політичні ж тексти, які оприлюднені через засоби масової інформації – зачисляємо до письмового

політичного дискурсу. До політичного дискурсу відносять агітаційні листівки, буклети, іміджеві тексти, поштове листування. Та все ж окрім зазначеного, різноманітний матеріал, який висвітлює питання політики, слід називати «політичним дискурсом» вказує Є. Шейгал [10, с. 36]. На данному етапі розвитку досліджень поняття дискурс сучасні лінгвісти послуговуються термінами «політичний дискурс» та «політична мова». Звісно, без суперечок стосовно вживання цих двох понять лінгвісти не змогли обійтись. Серед науковців, які послуговуються концептом «політична мова», вчений В. З. Дем'янков знаходить характерні риси. До них він відносить – термінологічність лексики, специфічну структуру дискурсу та його реалізації [5, с. 34]. Російські дослідники Є. Г. Казакевич та А. М. Баранова впевнені, що політична мова – це «особлива знакова система, створена саме для політичної комунікації...» [8, с. 23]. В. В. Петренко стверджує – «політична мова» – це більш ґрунтовний концепт, так як охоплює не лише мову публічних політичних дискусій, але й вміщає мовні особливості політичних документів [13, с.7]. Л. П. Нагорна зазначає, що терміни «політичний дискурс», «мова суспільної думки», «мова політики», «політична комунікація», «політична мова», «мова публічної сфери» – схожі за своїми характеристиками, тому часто вживаються як синонімічні. Проте дослідниця трактує визначення політичної мови як – «сукупності дискурсивних практик, які стають формуючими для сфери політичної комунікації» [10, с. 72]. Попередньо розглянуті визначення наводять до висновку, що поняття політичної комунікації науковці розглядають як поняття досить широке, на базі якого політичний дискурс й реалізується. Ми також схилиємось до такої гіпотези. Для дослідження змістової суті цих термінів, доречним буде звернутись до визначення концепту «мова» та повернутись до згаданого раніше поняття дискурсу.

Вільгельм фон Гумбольдт, який пропагував думку, що «Мова це є світ, що лежить між світом зовнішніх явищ і внутрішнім світом людини» [20]. Він також зазначив: «Шукаючи мову людина прагне відшукати знак, за

допомогою якого вона могла б, враховуючи фрагменти своєї думки, представити ціле як сукупність єдностей» [6]. Фердинанд де Соссюр ж визначає мову як соціальний елемент мовленнєвої діяльності, зовнішньо відносно індивіда, який не може ані створювати мову, ані змінювати її. Мова є соціальним продуктом, тому засвоюється кожним індивідом в готовому вигляді. Необхідно відмітити, що погоджуючись з соціальним характером мови, Ф. де Соссюр наголошує на її психологічній природі: «Мова – це сукупність асоціацій, наявних у мозку й скріплених колективною домовленістю» [19]. Дефініції, висвітлені вище є надзвичайно влучними, але все ж трохи метафоричними. Проаналізувавши їх, ми схилиємось до думки, що мова – це система звукових і графічних знаків, що виникла на певному рівні розвитку людства, яка розвивається і має соціальне призначення [20]. Окрім вже наведених в данному пункті інтерпретацій, поняття «дискурс» у лінгвістиці іноді трактують як концепт, що включає в себе одразу два компоненти: динамічний процес мовної діяльності і її результат (текст). Саме це визначення вважається найбільш влучним [46]. В питанні концепту «політична мова», який налічує переважно лексику національно-патріотичного характеру, ми поділяємо думку А.П. Чудинова. Він розуміє політичну мову як варіант мовлення, орієнтований на сферу політики [8, с. 23]. О. Алтуняном наголошує на тому, що увага політиків зосереджується не на уже всім відомих ідеологічних конструкціях, а на змінах і засобах у їхньому тлумаченні [2, с.7]. П. Б. Паршин заперечує існування політичної мови. Вчений, провівши кілька десятків дослідження в сфері політичної мови, дійшов висновку, що вона відрізняється від мови звичайної лише за своїм змістом [5, с. 23]. Це означає, що мовні явища, які виокремлюють політичну сферу серед інших суспільних сфер, таки існують, але все ж цей факт не є гарантією виникнення та існування політичної мови як саме окремого феномену. Ось, наприклад, вже згадуваний вище О. Алтунян стверджує, що саме політичний дискурс і є сукупністю політичних текстів та усних виступів, обмежених рамками соціуму й часу [1, с. 6]. Е. Опаріна

продовжує гіпотезу, зазначаючи, що політичний дискурс поєднує у собі тексти, які були створені та створюються для комунікації в суспільно-політичній діяльності [12, с. 20]. Проаналізувавши дефініції концепту «політичний дискурс», Н. В Кондратенко доходить такого висновку – однозначного розуміння та трактування зазначеного поняття серед вчених немає, бо поняття «політичний дискурс» та «політична комунікація» О. Шейгал, наприклад, вважає синонімічними, а ось Ю. Сорокін стверджує, що політичний дискурс є лише різновидом ідеологічного [8, с. 11]. Одна з сучасних американських вчених Е. Буш наголошує саме на важливості використання «конституційних положень» (“constitutional issues”) у політичній риторичі [15, с. 8]. Вона дуже точно охарактеризувала взаємозв'язок між такими поняттями як «політична комунікація», «політичний дискурс» і «політична мова». Дослідниця зробила такий висновок, що «політична комунікація реалізується в різноманітних жанрових формах політичного дискурсу, а політичний дискурс обслуговується засобами політичної мови» [5, с. 24]. Отже, в цьому пункті ми дослідили трактування терміна «політична мова» українськими та іноземними вченими дійшли висновку на основі проаналізованих гіпотез, що зазначений феномен не є окремою дисципліною, більш коректною буде назва – субдисципліна, яка виникла на розрізі досліджень у лінгвістиці та політики. Звісно, проаналізовано спільне та відмінне у трактуванні термінів «політичний дискурс» і «політична мова», що було основним для чіткого розуміння поняття «політичний дискурс» та розуміння його еволюції у лінгвістиці. Порівняння цих двох понять надало змогу дійти висновку, що за доцільне вживати термін «політичний дискурс», оскільки характерних ознак, достатніх для виокремлення так званої політичної мови як галузі лінгвістичних досліджень недостатньо.

1.2. Політичний дискурс як особлива форма комунікації

Спираючись на О. Шейгал, мова політики, політична комунікація, політичний дискурс – все це терміни, які в більшості наукових робіт взаємопов'язані. Науковиця ототожнює терміни «політичний дискурс» та «політична комунікація», мову політики ж розглядає як структуровану сукупність знаків, які разом утворюють семіотичний простір політичного дискурсу.

Не секрет, що між політикою і мовою існує дуже тісний зв'язок. Сьогодні мова в політичному житті суспільства відіграє надзвичайно важливу роль. На сьогоднішній аналіз місця та ролі мови в політиці займає центральне місце в полі зору філософів, психологів, політологів, лінгвістів, соціологів, вчених, політичних і громадських діячів та вчених з різних куточків світу. Важливо зазначити, що така здатність мови як активно впливати на політичні процеси людством усвідомлена лише порівняно короткий проміжок часу. У соціальному конструктивізмі, який був започаткований у 60-х рр. ХХ ст. працями Т.Лукмана та П. Бергера, отримала переконливе обґрунтування. Спроможність понять, мовних зворотів, термінів, були на той час знаряддям політичної мобілізації і потужним інформаційним ресурсом для різних політичних структур.

За вітчизняними мірками дослідження політичної мови і мовної політики вже яскраво згрупувалися в автономну сферу політичної науки, Майже все ХХ століття пройшло під знаком пошуку «політика у мові» і «мова у політиці». Все ж сміливо можна зазначити, що задовго до нього у наукову мову увійшло поняття «дискурс», яке уже в наш час дало назву одному з провідних методів аналізу політико-мовних відносин та особливого напрямку в системі політичних дисциплін, який отримав назву «політичний дискурс-аналіз». Сьогодні такий аналіз бурхливо розвивається в ході смислового аналізу політики і аналізу конкретних дискурсів. Саме поняття «дискурс» надзвичайно багатогранне. Латинською мовою «discursus» означає

«розбігання, розмова, бесіда». У середньовічній латині це слово означало «пояснення, логічне струнке міркування, аргумент у спорі, доказ». Перекочувавши з латини в основні мови європейської групи, термін поступово розчинявся, означаючи вже будь-яке публічне мовлення. Доки не став синонімічним до слова «текст». «Загалом же поняттям «дискурс» сьогодні позначає будь-яке явище дійсності, що має знакову природу і є певним чином структуроване, включаючи дебати, мітинги, спектаклі, та інше. Через цю розмитість в окремий науковий напрям виділилася лінгвістика тексту, яка вивчає мову у дії на основі пошуку закономірностей, притаманних будь-яким текстам» [11, с.26].

У досить широкому розумінні дискурс може розглядатися як так званий механізм узгодження персонального, культурного і соціального знання. Дискурс у більш вузькому, прикладному аспекті зосереджен на аналізі мовного спілкування і окремих текстів, інтерв'ю, промов тощо. У досить значному пласті теорії комунікації політичний дискурс переважно досліджується на основі аналізу заяв політиків та політичних оглядачів, програм політичних партій та обіднень, матеріалів спеціалізованих політологічних видань, публікацій в ЗМІ. За визначенням вченої О. Шейгал, «політичний дискурс належить до інституційного різновиду спілкування». На відміну від міжособистісного і художнього, інституційне спілкування є статусно-орієнтованим. В такому спілкуванні зазвичай беруть участь дві сторони – представники інститутів та клієнти. «Клієнт» у політичній комунікації, зазвичай, масовий. Простежується «переплетення» політичного дискурсу з іншими типами дискурсів, наприклад з юридичним, художнім науковим, педагогічним, дискурсом ЗМІ, побутовим, та іншими. До структуроутворюючих ознак політичного дискурсу відносять: інституційність, смислова невизначеність, що межує з фантомністю, примат цінностей над фактами, ідеологічна полісемія, езотеричність, фідеїстичність. Оскільки владний статус вимагає дотримання певної дистанції у спілкуванні, між політиками й народом завжди існує символічна «прірва». «Хоча у

сучасному політичному дискурсі руйнується дистанція між лідером і масами завдяки ЗМІ, політичний дискурс тяжіє все ж до авторитарності» [14, с. 42].

Політичні дискурси традиційно досліджуються в рамках різних галузей соціо-гуманітаристики, в руслі різних дослідницьких підходів. В політології головним є виявлення політичного звучання дискурсу і його впливу на політичний процес. Філологи досліджують політичний дискурс вже як будь-який інший текст, хоч зрозуміло, охоплюють насамперед політичні та ідеологічні інтенції, які у ньому закладені. Однією з найбільш наближених до політики галузей лінгвістики стала політична філологія. Ця наука досліджує базуючись на аналізі мовних особливостей поведінки політиків співвідношення властивостей дискурсу з такими концептами, як: «влада», «авторитет», «вплив». Соціальні психологи також не залишили без уваги поняття політичний дискурс, але для них дискурс стає цікавим насамперед з точки зору ефективності у досягненні певних прихованих, або явних цілей. Будь-який, у тому числі й політичний дискурс – явище когнітивне за своєю суттю, оскільки пов'язане із відтворенням і передачею знань. Зрештою, це мова, яка розглядається як цілеспрямована соціальна дія. І ширше – складна єдність мовної форми, значення і дії, яку можна виразити терміном «комунікативний акт». Поняття «дискурсивність» мовою філософії й логіки означає не лише логічну впорядкованість, але й формальну опосередкованість. Крім інформативної, політичний дискурс в ідеалі має виконувати орієнтаційну й мобілізаційну, консолідаційну, ідентифікаційну функції. На практиці надмірна експресивність політичних дискурсів здатна руйнувати ідентифікаційний простір, зводячи нанівець як їхню інформаційну, так і консолідаційну функції. Дати чітке визначення політичного дискурсу важко. Коли політик публікує монографію – це політичний чи науковий дискурс? Коли інтерв'ю політика надруковано в газеті – це політичний дискурс чи дискурс мас-медіа? Мемуари політика – це політичний чи художній дискурс? Таких запитань можна ставити безліч. Погодимося з Є.Шейгал: «На них взагалі немає однозначних відповідей». А

це означає, що кожен має право визначати політичний дискурс на свій розсуд. «Усі елементи поля політики так чи інакше опосередковані дискурсом, відбиваються в дискурсі, реабілітуються через дискурс». А тому будь-який матеріал у ЗМІ, в якому йдеться про політику і автором якого є політик, або якщо він адресований політику, слід вважати політичним дискурсом» [14, с. 24]. Політичний дискурс існує в усній та письмовій формах. Усна форма (публічний виступ політиків високого рангу, їх інтерв'ю, виступ на радіо та телебаченні, пресконференції, парламентські дебати, блоки політичних новин в теле- і радіопередачах) оформлених на основі риторичних традицій, розроблених в античні часи. Усна форма політичного дискурсу особова, оскільки за нею стоїть індивідуальність. Аргументація в такому випадку приймається в єдності вербального, невербального і екстралінгвістичного. Письмова форма охоплює не тільки обширну документацію (договори, домовленості, протоколи), а також і пресу (секції, відведенні для розміщення політичних фактів), а також політичну рекламу (головним чином, плакати). Головна різниця політичного дискурсу від інших видів аргументативних дискурсів (юридичного, академічного, рекламного, побутового, виробничого) полягає в його явно вираженій апелляції до цінностної системи, існуючої в данному суспільстві. Спеціалізованою технікою переконання в політичному дискурсі є пропаганда – засіб маніпулювання свідомістю людей за допомогою мови. Цінностна орієнтація обумовлює широке використання лексичних одиниць з оціночним (здебільшого позитивним) значенням, що позначають, головним чином, систему політичних цінностей (свобода, демократія, вибір, рівність і таке інше). Метою аргументації в політичному дискурсі є часткова корекція цінностної системи адресата. Переконання здійснюється через протиставлення, тому велика доля антонімічних за значенням одиниць. У дипломатичному дискурсі – підвиді аргументативного – визначальними при виборі мовної оболонки аргументації стають етичні принципи, формалізовані у вигляді дипломатичного етикету.

Іншою особливістю політичного дискурсу як форми комунікації виокремлюють вміння переконувати. «Спілкування й взаємодія політиків і виборців може набувати формальних і неформальних характеристик, ставати частиною як приватних бесід або публічних виступів. Але в обох випадках мова політиків повинна бути вкрай переконливою. Так як суть політики все одно зводиться до розмови, бесіди, до необхідності переконувати протилежну сторону свідомо або підсвідомо інтерпретувати, оцінювати й діяти» [16, с. 17]. Уміння переконувати відносять до числа необхідних, навіть більше того, основних для будь-якого політика і політичного дискурсу.

Найбільш ціннісну орієнтацію в політичному дискурсі носить аргументація і почалося це завдяки стрімкій еволюції й розквіту ЗМІ. Аргументи зазвичай з'являються в мові перших осіб держави або їхнього найближчого оточення. Створення кліше, ідіом, слоганів, які стають логотипами політичної діяльності стає все більш популярною практикою. Афоризми й політичні слогани володіють високим ступінем автономності й комунікативної сили. Під час виборчих кампаній політичний дискурс кампаній являє такий собі синтез проблем і образів, символів і ідеологем, слоганів, що надають виборцям можливість принаймні окреслити розходження між двома або більше кандидатами та партіями. Все ж не дивлячись на все це політична реклама повинна залишатися переконливою й короткою. Політична реклама на телебаченні є одним з видів політичного дискурсу, яка концентрує свою увагу або на іміджі претендента, або на актуальних питаннях політики й економіки. «Політична реклама націлена більше на емоційне сприйняття, ніж на доведення й виявляє собою сплав вербальних і невербальних компонентів» [13, с. 113]. Найважливішим у зв'язку зі швидкоплинним впливом політичної реклами в пам'яті повинне втримуватися те, що є основним для реципієнта. Тому політичні критики зупиняються на тому, що слогани повинні мати гіпнотичний потенціал. Гіпнотичним потенціалом є повтор квантів інформації. Рекламний дискурс є найбільш «молодим» серед видів аргументативного дискурсу. Будучи породженням ХХ століття,

рекламний дискурс отримує роль дзеркала нових технологій, індустрії й дизайну. Відмінною рисою стає широке використання невербальних елементів комунікації, здатних у сучасній рекламі повністю витиснути мову. Завдяки стрімкій еволюції засобів масової інформації, які сприяють зміцненню державної влади й політичних інститутів став можливим цілеспрямований розвиток політичного дискурсу.

РОЗДІЛ 2. ЛІНГВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

2.1. Лінгвальні особливості самопрезентації суб'єкта політичного дискурсу

На рубіконі тисячоліть кількість досліджень темою, яких стали квестії комунікативного тиску на масову свідомість і свідомість особистості збільшились в два рази. Причиною такого процесу став миттєвий розвиток та зростання ролі комунікативних технологій, глобалізації комунікативного простору в сучасному суспільстві. ЗМІ, рекламу товарів і послуг і, безумовно, політику можна вважати сферами, де постійно реалізується заздалегідь підготовлений комунікативний вплив. Вивчаючи політичний дискурс, який в останні десятиліття став одним із популярних об'єктів дослідження не лише в лінгвістичній науці, а й в інших гуманітарних науках можна простежити механізм здійснення впливу на масову свідомість у політиці. Сьогодні все важливішого і важливішого значення у політичному житті суспільства почала набувати мова. Такі процеси зрозумілі, бо мова є одним із базових і безпосередніх елементів маніпулятивного процесу. Такі процеси відбуваються через те, що механізми політичного маніпулювання набувають все більшого значення.

Підвищений інтерес дослідників до різних типів дискурсу, зокрема специфіки політичного дискурсу характеризує сучасний етап розвитку лінгвістики. В сучасній політичній комунікації політичний дискурс є найвпливовішим явищем, тому особливо увага приділяється його екстралінгвістичним характеристикам і механізмам та технологіям впливу політичного діяча на адресата, на меті першого ж в данному випадку стоїть маніпулювання свідомістю.

Розглянемо лінгвальні особливості політичного дискурсу на матеріалах промов відомих політичних діячів, а саме Б. Обама, Д. Трампа, Дж. Байдена.

Розпочнемо з такої цікавої особистості у світі політики як Дональд Трамп. Мовна поведінка Дональда Трампа – 45-го президента Сполучених Штатів Америки найяскравіше відображає його світогляд, систему цінностей та принципи. Він вирізняється не тільки своїми неординарними вчинками, але й зухвалими та високо-емоційними промовами.

Використовуючи аристотелівську класифікацію стратегій аргументації, яка виділяє:

- 1) апеляцію до емоцій або *pathos* ;
- 2) апеляцію до розуму або *logos*;
- 3) апеляцію до моралі та авторитету мовця або *ethos*.

Трамп використовує маніпулятивні стратегії (а сумніватися на факт виняткової маніпулятивності його політичних промов немає сенсу), які формують свою базу в першу чергу на старанні викликати або навіть спровокувати емоційну реакцію у своєї аудиторії. Звісно апеляції до власних цінностей та авторитету як мільярдера, бізнесмена та немейнстрімового політика також є частиною маніпулятивної стратегії

Промови президента США можна сміливо охарактеризувати постійним використанням візуальних, тактильних та аудіальних предикатів, тобто лінгвальними маркерами модальності. Формування предикатів у людини відбувається на несвідомому рівні. Самі предикати виступають тими ключами, які роблять можливим доступ до несвідомого в адресата, до його внутрішніх психічних процесів.

Першим методом спроби керування людською підсвідомістю є часте використання особового займенника *we*, який слугує концептуальною опозицією і проаналізувавши промови найбільш популярних політичних

діячів США сміло можемо віднести цей метод до базових концептів політичного дискурсу. Вживання особового займенника *we* є знаряддям уособлення усіх громадян країни та американської нації вцілому та підсилює психологічний тиск завдяки залученню їх у зазначені проблеми. Це значно скорочує дистанцію між адресатом та цільовою аудиторією, переконуючи їх, що вони роблять одну справу та переслідують спільну мету: "*We have to put them back into our society. In some cases they're stone cold criminals. We can't do that. We opened it up. We got rid of regulations that were unnecessary. We did the biggest tax cuts we've ever done in our country. We opened up the oil. We opened – you know we're the largest oil exporter now. We're the largest oil and gas in the world right now. Nobody thought that was possible this quickly*" [22]. "*No, we opened up our country. We're letting people work again. We have more people working today, almost 160 million people, we have more people working today than have ever worked in the United States. It's great. We have passed the biggest tax cuts and reforms in American history. We've started the construction of a major border wall, and we have greatly strengthened border security. We have secured record funding for our military – \$700 billion this year, and \$716 billion next year*" [22].

Часте вживання словосполучення *The United States* – акцентує посилену увагу на приналежності Трампа до однієї країни, до батьківщини. Загальновідомим є той факт, що кожен громадянин США неймовірно патріотично ставиться до своєї країни. Таким постійним вживанням власної назви країни Трамп намагається показати, що всі досягнення з питань політики, економіки і культури є спільними досягненнями його правлячої партії, народу та кожного громадянина: "*The United States will not tell you how to live or work or worship. We only ask that you honor our sovereignty in return*". "*The United States has recently strengthened our laws to better screen foreign investments in our country for national security threats, and we welcome cooperation with countries in this region and around the world that wish to do the same. You need to do it for your own protection. The United States is also working*

with partners in Latin America to confront threats to sovereignty from uncontrolled migration. Tolerance for human struggling and human smuggling and trafficking is not humane " [23]. У своїх промовах Д. Трамп наголошує на сучасних проблемах країни завдяки простим лінгвістичним конструкціям. Так, він використовує повторення країн-суперників: *China, Japan, Mexico*, а особливо *China*: *"Peter, without the tariffs, we wouldn't be talking. And I make this point clear to them. We've never had a deal with **China**. We've never had a trade deal with **China**. You have the World Trade Organization, which is a disaster for the United States. The World Trade Organization is probably the worst trade deal ever made with Nafta being second. The World Trade Organization helped create **China**. If you look at **China**, it's flatlined. And from the day the World Trade Organization came into existence, it's a rocket ship. But just the opposite for the United States. That was a terrible deal for the United States and it was an unbelievably good deal for **China**"* [24].

Характерною рисою промов Дональда Трампа є використання низки таких візуальних предикатів як *to see, to observe, to perceive to view, to look* для зосередженні уваги народу на прозорості його політики. Прозорість виступає основною рисою політики уряду США. Рівень прозорості діяльності державних і муніципальних органів закріплений прийнятою Першою поправкою до Конституції США, що гарантує свободу слова та віросповідання та закон «Про свободу інформації», який гарантує отримання інформації. Згідно нормативним документам, доступ громадян до засобів масової інформації є необмеженим та має важливе значення для ефективної політичної комунікації та формування певних переконань. Кожен громадянин Америки вважає, що дії уряду та голови країни повинні бути максимально прозорими і Трамп своїми промовама дає можливість переконатись в цьому : *"When I see some of the responses, when I see some of the statements made by Congressmen and women I – I say am – are we living in the United States of America"* [21]; *"But I will say, like, I'm speaking for a lot of people that were very disappointed to see that go down that way, to see it happen*

where it was on camera, on top of it" [25]; "Well I said to people, I saw yesterday, "well, what about DACA," I said, "it's highly unlikely." I was tougher than anybody else on that. I could see doing something for DACA but I want to find out what the Supreme Court's gonna do first" [25].

Люди, які слухають його промови або виступи, спостерігають за прес-конференціями або дебатами на телебаченні, вони в першу чергу звертають увагу на *конверсалізацію* або й навіть *верникуляризацію* та *вulgаризацію* його мовленнєвої поведінки. Під такими термінами ми вказуємо на апроксимацію політичного дискурсу у його промовах до розмовного регістру, а в випадку з проаналізованими промовами Трампа – використання відверто просторічних елементів та вульгаризмів. Яскравим прикладом виступає така цитата: *"We cannot afford to be so nice, folks!"*, що в перекладі буде звучати як. «Народ, ми не маємо такої розкоші, щоб бути такими добресенькими»; *"We need to find out what the hell is going on"* – «Треба дізнатись, що в дідька відбувається». Описану вище тактику мовної саморепрезентації політика, який є мільярдером, враховуючи той факт, що він не є прикладом «американської мрії», а народився в сім'ї магната, веде належний для елітного прошарку населення стиль життя і критично кажучи – не має жодних точок дотику зі своїми виборцями та цільовою аудиторією. Дивлячись на зазначені вище факти його тактику можна розглядати як *компенсаторну*. Така тактика є найбільш популярною в політиці, бо наближає кандидата до пересічного американця. «Демократичність» мовних форм також зумовлена бажанням триматись на відстані від традиційних, «мейнстрімових» республіканців, так званого республіканського «істеблішменту», така тактика використовується з метою виділити Трампа на фоні інших політиків. Республіканці звісно ж як і решта американського політичного середовища, дотримується традиційних норм політичного мовлення.

Мовленнєва поведінка Трампа також характеризується *спрощеним синтаксисом*, який можна назвати наближеним політичним мовленням до буденної розмови. Президент як правило не використовує складних речень і навіть у заздалегідь підготовлених промовах воліє користуватись простими реченнями і конструкціями. Висловлювання типу: "*We're big fat dummies. This will be over*" (пер. «Ми повні йолопи. Це закінчиться») становлять більше 85 % у мовленні Трампа. Промови Трампа характеризуються фрагментованими синтаксичними структурами. Це одне синтаксичне ціле розбите на неповні речення з одного або двох слів, такі структури притаманні регістру розмовного типу: "*I'm going to build a wall. A big, beautiful wall. Huge. And I'm going to make Mexico pay for it*" (пер. «Я побудую стіну. Велику, шикарну стіну. Гігантську. І я примушу Мексику за неї заплатити»).

З лінгвістичної точки зору Трамп є новатором в американській політичній комунікації, бо він наділяє своїх опонентів під час виступів прізвиськами і повторює їх кожної слушної нагоди.

Прикладом таких прізвиськ є *Crooked Hillary* (пер. «Шахрайка Гіларі»), *Corrupt Kaine* («Корумпований Кейн»), *Little Marco* («Малюк Марко»), *Low-energy Bush* («Низькоенергетичний Буш»), *Lying Ted* («Брехун Тед»).

Звісно, спочатку така тактика, обрана Трампом, використовуючи образливі прізвиська повіє примітивністю та інфантильністю, адже так роблять лише діти. В когнітивістиці ж така тактика буде мати досить потужний ефект.

Повторюючи негативно забарвлене означення *crooked* в поєднанні з іменем Клінтон, в мозку через деякий час утворюються зв'язки, так звані лінки, які провокують в мозку реципієнтів автоматичну асоціацію між ім'ям конкурентки та шахрайством.

Однією із тактик самопрезентації экс-президента США у політичному дискурсі є переконання у своїй правоті. Він постійно розповідає аудиторії, що з ним всі погоджуються або дякують йому – і це дійсно працює. Такий

метод само презентації нагадує відому слова ідеолога Третього Рейху Йозефа Геббельса, який казав, що чим більше повторювати неправду то люди врешті решт в неї повірять. Підтвердженням його слів виступають слова Трампа: *“But I began it talking about other things, things I’m very good at, maybe that’s why I’m center stage. People saw it, people like it, people respected it. People like what I say, people respect what I say”*. Лексична сторона промов Трампа не репрезентує себе як складна та з складними граматичними конструкціями, скоріше навпаки, що дозволяє проникати в мозок людей і залишати там як найбільше потрібної Трампу інформації, яка ще й стає зрозумілою для усіх пластів населення. Трамп формує ритмічну структуру речень особливо коли відповідає на запитання: *“People saw it, people like it, people respected it”* завдяки цьому більша їхня частина завершується сильною ритмічною позицією, сукупність цих позицій формує атмосферу відповіді. Трамп, як блискучий продавець, може використовувати безліч повторів одного слова: *“People like what I say, people respect what I say”* – задля засвоєння бажаного.

Аналізуючи промови Дж. Обами ми визначили, що лексичні засоби політика диференціюються на дві групи: неформальна лексика й формальна лексика.

Терміни, наприклад Б. Обама використовує по різному: основне значення, він звісно, залишає – для інформативності повідомлення, а вторинне значення додається з метою внесення додаткових відтінків для соціальної оцінки. Наприклад, в багатьох промовах президент Б. Обама використовує економічну та політичну лексику: *“The struggles of **middle-class** families were a big problem long before the recession hit in 2007. They weren’t created overnight, and the truth is our **economic challenges** are not going to be solved overnight. But there are more steps that we can take right now that would help businesses create jobs here in America”*[26].

*“Of course, one of the most important and urgent things we can do for the economy is something that both parties are working on right now – and that’s reducing our nation’s **deficit**. Over the last few weeks, the Vice President has been*

*leading negotiations with **Democrats and Republicans** on this issue, and they've made some real progress in narrowing down the differences. As of last week, both parties had identified more than 1 trillion dollars worth of spending **cuts** already” [26].*

*“Many of these ideas have been tied up in **Congress** for some time. But, as I said, all of them enjoy **bipartisan** support, and all of them would help grow the economy. So I urge **Congress** to act on these ideas now”[26].*

Промови Б. Обама абсолютно точно можна характеризувати доступністю текстових повідомлень та зрозумілістю для його аудиторії, будь то закрита конференція чи публічний виступ. Зрозумілість і доступність є основними засобами досягнути успіху в публіцистичних текстах [Худолій 2006, с. 37].

*“And as always, I **bring** the friendship of the American **people**. We consider the German people, and all of our European allies, to be among our closest friends in the world - because we **share** so much experience and so many of the same values. We **believe** that nations and peoples should **live** in security and **peace**. We believe in creating opportunity that lifts up not just the few but the many. And I'm **proud** to be the first American President to come to Europe and be able **to say** that, in the United States, health care is not a privilege, it is now a **right** for all. We share that as well”[27].*

Риторичний вимір дискурсу американського президента також насичений прецедентними текстами, тобто тими, які відомі певній спільноті – та для нагадування (використання) яких достатньо натяку, цитати, алюзії. Такі тексти є феноменом саме лінгвістичної природи, так як неодноразово реалізуються у мовленні носіїв і функціонують як одиниці дискурсу. Виявлення лексичних маркерів було проведено керуючись риторикою та аристотелівською класифікацією, яка ґрунтується на згадуваних вище трьох основних поняттях, які лежать в її основі це етос, пафос і логос. Б. Обама

послугується цими поняттями маючи на меті – переконати слухача та здобути його прихильність.

Традиційно для промов президентів Америки Барак Обама використовує особовий займенник множини “we” (ми) для ототожнення себе з країною, нацією та американським народом в цілому.

“This morning we woke up to more sobering news about the state of our economy. The 240,000 jobs lost in October marks the 10th consecutive month that our economy has shed jobs. In total, we've lost nearly 1.2 million jobs this year, and more than 10 million Americans are now unemployed. Tens of millions of families are struggling to figure out how to pay the bills and stay in their homes. Their stories are an urgent reminder that we are facing the greatest economic challenge of our lifetime, and we're going to have to act swiftly to resolve it”[47].

“The fact is that we have been, up until recently, the only advanced industrialized nation on Earth that permits large numbers of its people to languish without health insurance. Not only is there the cruelty of people who are unable to get health insurance having to use the emergency room as their doctor or their health service, but – we're also more efficient than anybody else and so when we talk about, for example, our deficit – you know this better than anybody - the reason that we have not only current deficits but also projected long-term deficits – the structural deficit that we have is primarily based on the fact that we have a hugely inefficient, wildly expensive health care system that does not produce better outcomes” [47].

Понадусім, маючи на меті встановити більш тісний контакт з аудиторією, в даних прикладах Обама намагається ідентифікувати себе через ототожнення із слухачами, тобто, з усім американським народом. Тримати саме такий зв'язок з аудиторією надає можливість впливати на думку слухача, змінювати його погляди в потрібну сторону, тим самим зміцнювати поняття етосу.

Логічне переконання у зверненні до слухача в такій ситуації є чи не найкращим способом переконати останнього.

Неформальна лексика, порівняно з формальною, утворює меншу групу лексичного складу. За характером вербальні засоби неформальної тематично маркованої номінації можна розподілити на чотири основні категорії:

- розмовна лексика;
- сленг;
- професійна лексика;
- жаргонна лексика.

Так як у Обама постійно відбувається чимало неформальних виступів – відповідно у його промовах постійно зустрічається розмовна лексика:

*“Hello Springfield! Look at all of you. Look at all of you. Goodness. Thank you so much. Thank you so much. Giving all praise and honor to God for bringing us here today. Thank you so much. I am so grateful to see all of you. **You guys** are still cheering back there? Let me begin by saying thanks to all you who've traveled, from far and wide, to brave the cold today. I know it's a little chilly – but I'm fired up” [28].*

Сленг значно поширений у промовах колишнього президента. Яскравим прикладом сленгу в його провах є наступні слова: *“**Folks** like my grandfather came back from World War II to **form the backbone** of the largest middle class in history. And today's generation of veterans – the 9/11 Generation of veterans – is armed with the skills, discipline, and leadership to attack the defining challenge of our time: rebuilding an economy where hard work pays off, where responsibility is rewarded, where anyone can make it if they try” [29].*

*“Well, it is good to be back in Tennessee. I hope you guys aren’t getting tired of me. I’ve been coming around a lot lately, because there’s a lot of **good stuff** happening here”* [30].

У промовах президента професійна лексика поширена, як показує аналіз в тих промовах, які присвячені вшануванню різних видів діяльності. Б. Обама звертаючись до солдат як головнокомандувач збройних сил США користується військовою лексикою: *“You and your families, this **Navy** family, are still in the early hour of your grief. And I'm here today to say that there is nothing routine about this tragedy. There is nothing routine about your loss”* [31].

Доволі рідко у промовах президента зустрічаються жаргонізми.

Обама майже на кожному виступі включає у свої промови повтори. Вони давно стали невід’ємними частинами впливу на людську свідомість, а саме використовуються з метою вплинути на емоційний стан реципієнта та переконати його. *“You know, we all made this journey for a reason. It's humbling to see a crowd like this, but in my heart I know you didn't just come here for me. You came here because **you believe** in what this country can be. In the face of war, **you believe** there can be peace. In the face of despair, **you believe** there can be hope. In the face of a politics that shut you out, that's told you to settle, that's divided us for too long, **you believe** that we can be one people, reaching for what's possible, building that more perfect union”* [32].

*“**Right now**, Congress could send me a bill that puts construction workers back on the job rebuilding roads and bridges – not by having government fund and pick every project, but by providing loans to private companies and states and local governments on the basis of merit and not politics. That's pending in Congress right now.*

***Right now**, Congress can advance a set of trade agreements that would allow American businesses to sell more of their goods and services to countries in Asia and South America – agreements that would support tens of thousands of*

American jobs while helping those adversely affected by trade. That's pending before Congress right now.

*And **right now**, we could give middle-class families the security of knowing that the tax cut I signed in December will be there for one more year” [33].*

*“Hello, everybody! Hey! **Thank you! Thank you so much. Thank you. Thank you, everybody. Thank you. Everybody, please have a seat. Please have a seat”** [34].*

Отже, застосовуючи риторичні прийоми, повтори, протиставлення, різну лексику Барак Обама досягає збільшення експресивності промови та привернення уваги аудиторії.

Вагому частину політичного дискурсу Дж. Байдена складають аудіальні предикати (*to talk, to hear, to say, to speak, to shout, to report, to call, to address, to express, to listen, noisy, loud, etc.*): *“And the DNC Vice Chair, I **tell** you what, that man can make a speech, can't he? He's pretty darn impressive. Vice Chair Blake, for all you do for our party and all you do to get out the vote. And thank you Congressman Dwight Evans for coming out and **speaking** today. And for all of you, all of you, all you do to fight for the people of Philadelphia and every single day in Congress. I also want **to say** thank you to Bishop Hunter and Reverend Mark Tyler, State Representative Morgan”*[35].

*“I had planned **on saying** this in light of your introduction, Sheriff and Tom's heard me **say** this before, and the mayor. When I was a kid, I used to stutter. You want to learn what bullies are like, be a stuttering kid, **talk** like that everybody thinks they can make fun of you”*[35].

*“Did you **hear** what he said today? He **said** today at a rally that our doctors are the problem because they're putting their lives on the line, busting their necks, he **said**, they're making up deaths from COVID-19 because they get more money. They're making up deaths”* [35].

за ними йдуть візуальні (*to see, to view, to notice, to perceive, to observe, to look, to focus, to watch, etc.*): **“Look folks, five days left. Five days, but who’s counting right? But who’s counting?... Look, I said, I got in this race for three reasons a year ago, little over a year, and I meant it. The first was to restore the soul of this country”**[36]

“And look, folks, I promise you this. I’m never going to give up. You know, Mr. President, you have to have a little bit of shame, just a little bit of shame because people are dying”[36].

Звісно ж Дж. Байден, як і вище зазначені президенти США не зміг обійтись без постійних повторів особового займенника множини “we” (ми) для ототожнення себе з країною, нацією та американським народом в цілому.

“We’ve gotten over 74 million votes. Let me repeat that: 74 million votes. That’s more than any presidential ticket has ever gotten in the history of the United States of America. And our vote total is still growing.

We’re beating Donald Trump by over 4 million votes, and that margin is still growing as well.

One of the things I’m especially proud of is how well we’ve done across America.

We are going to be the first Democrat to win Arizona in 24 years.

We are going to be the first Democrat to win Georgia in 28 years.

And we re-built the blue wall in the middle of the country that crumbled just four years ago: Pennsylvania, Michigan, Wisconsin – the heartland of this nation”[37].

Постійні повтори простих граматичних конструкцій підвищують експресивність та емоційність політичного 46-го президента США.

“Winning it for the generous among us, not the selfish. Winning it for the workers who keep this country going, not just the privileged few at the top. Winning it for those communities who have known the injustice of the “knee on the neck”. For all

the young people who have known only an America of rising inequity and shrinking opportunity”[38].

Дж. Байден будує свої промови таким чином, що не забуває залучити до них розмовну лексику, аби здаватись ще ближчим до народу. Така тактика використана для створення ефекту «своєї людини».

*“My message is simple, Pennsylvania is critical in this election. I live in Delaware, but I’m a Pennsylvania **boy born** in Scranton. And I want to tell you, the last time Donald Trump ran he won this state by 44,000 votes. So every single vote matters” [39].*

*“And **folks**, when American’s vote, America will be heard. When America’s heard, I believe the message is going to be loud and clear. It’s time for Donald Trump to pack his bags and go home”[39].*

Підсумовуючи сказане, відзначимо, що мовна поведінка Дональда Трампа характеризується частотним використанням словосполучення “*The United States*”, що акцентує посилену увагу на приналежності Трампа до однієї країни, до батьківщини. Лексична сторона промов Трампа є надзвичайно простою, що дозволяє проникати в мозок людей і залишати там як найбільше потрібної Трампу інформації. Характерною рисою промов Дональда Трампа є використання низки таких візуальних предикатів як *to see, to perceive, to observe, to view, to look* для зосередженні уваги народу на прозорості його політики. З лінгвістичної точки зору Трамп є новатором в американській політичній комунікації, бо він наділяє своїх опонентів під час виступів прізвиськами і повторює їх кожної слушної нагоди. Аналізуючи промови Дж. Обама ми визначили, що лексичні засоби політика диференціюються на дві групи: неформальна лексика й формальна лексика. Промови Б. Обама абсолютно точно можна характеризувати зрозумілістю і доступністю текстових повідомлень для його аудиторії, будь то закрыта конференція чи публічний виступ. Обама майже на кожному виступі включає у свої промови

повтори. Дж. Байден буде ж свої промови дещо схожими на промови Обама та залучає до них розмовну лексику, аби здаватись ще ближчим до народу. Така схожість є не дивною, бо загально відомо, що Дж. Байден є прихильником політичних стратегій Б. Обама. Він також використовує спрощену лексику, постійні повтори та частотне використання особового займенника множини “we” (ми) для ототожнення себе з країною також є характерною рисою політичного дискурсу Дж. Байдена.

2.2. Стилiстичнi засоби реалiзацiї дискурсивних стратегiй i тактик у полiтичному дискурсi

Проаналiзувавши лiнгвальнi особливостi полiтичного дискурсу доречним буде продовжити наше дослідження iз стилiстичноi точки зору.

З огляду на проведений аналіз, образність та виразність промов Обама досягається завдяки використанню тропів – засобів фігурального зображення предметів та явищ, найпоширенішим тропом прийнято вважати метафору. У дослідженнях Дж. Лакоффа і М. Джонсона знаходимо таке визначення терміну метафора – «важливий засіб подання та осмислення дійсності» [17, с. 42]. Метафори, які використовуються в політичних текстах ставлять собі за мету показати об’єкт у новому, несподіваному світлі, привернути увагу більш свіжим образом, іншими словами використані вони у метасеміотичному плані. Описуючи майбутнє, вживаються такі метафори – “turn the page, write a new paragraph in history of America, game, players”, а для теперішньої ситуації використана така метафора як “on this journey”.

*“You know, I said before and I will say again, that when we started **on this journey** we did so with an abiding faith in the American people and their ability, out ability, to join together to change the country in ways that would make life*

better for our kids and our grandkids, that change didn't happen from the top down, but it happened from the bottom up" [48].

Концептуальні метафори давно стали невід'ємними складовими політичного дискурсу. У випадку з Обамою це "WE the PEOPLE". Використання такого концепту ототожнює американську націю з людством загалом.

*"At these moments, America has carried on not simply because of the skill or vision of those in high office, but because **We the People** have remained faithful to the ideals of our forebearers [sic], and true to our founding documents" [49].*

Звісно політичні промови Обама включають в себе і використання гіперболізованих або метафоричних епітетів: *"That's the journey we're on today. But let me tell you how I came to be here. As most of you know, I'm not a native of this **great state**. I moved to Illinois over two decades ago. I was a young man then, just a year out of college" [50].*

*"This approach is also bipartisan. While many in my own party aren't happy with the **painful cuts** it makes, enough will be willing to accept them if the burden is fairly shared"[40].*

*"Fortunately the governor has done an **extraordinary job** with his team in making sure that the resources of the state are mobilized and have been brought in here. I'm very pleased that we've got a FEMA director in Craig Fugate who is as experienced as anybody in responding to disasters even of this magnitude. And we've already provided the disaster designations – we've already provided the disaster designations that are required to make sure that the maximum federal help comes here as quickly as possible"[41].*

Джордж Лакоф характеризує стиль Трампа як «словниковий салат» (Lakoff, Understanding Trump's use of language). Дискурсивна діяльність Дональда Трампа вирізняється особливою прихильністю до використання ним різних стилістичних засобів мовлення.

Так, використання гіперболізації в його промовах є найбільш використаним засобом для концентрації уваги на певних питаннях та ситуаціях. “But there are *thousands and thousands and thousands*, and it's billions of dollars of money flowing into the pockets of some very bad criminals. There are potential victims, including young children, that we can still protect if we act now to secure our border and build a wall ” [25]. “The UAE, Saudi Arabia, and Qatar have pledged billions of dollars to aid the people of Syria and Yemen. And they are pursuing multiple avenues to ending Yemen’s *horrible, horrific* civil war ”; “ Together, we can *break decades of political stalemate*. We can *bridge old divisions*, heal old wounds, build new coalitions, forge new solutions, and unlock *the extraordinary promise of America's future* ” [42].

Промова 1 травня 2019 року під час святкування “National Day of Prayer Dinner” Дональда Трампа знов не обійшлася без яскравого використання гіперболізації та високої емоційності. Президент постійно наголошує на тому, що майбутнє країни для нього і всієї американської еліти є дуже важливим завданням.

“Tonight we *break bread together* united by our love of God, and we renew our resolve to protect the sacred freedom of religion for all of us”, Трамп розпочинає свою промову з вислову “*break bread together*” (ламати хліб разом) не дарма. З самого початку він акцентує увагу на єдності американського народу та на його спільних цілях. Трамп не забуває згадати і жахливі події, які відбулися і в інших країнах таким чином показуючи, що Сполучені Штати Америки піклуються не тільки про свою країну і свій народ. Трамп завдяки цьому дає зрозуміти, що Америка є невід’ємною частиною світового суспільства і хвилюється за інші держави також, а використання гіпербол додає ще більшого емоційного забарвлення для підвищення віри народу в його слова : “ *In recent weeks, people of faith around the world have faced terrible hardship. All of us in this room send our love and prayers to the Jewish Americans wounded at the Shabbat of Poway shooting in California, so tragic, so horrible. And our hearts break for the life of Lori Gilbert*

*Kaye, who was so wickedly taken from us. We mourn for the Christians murdered in Sri Lanka on Easter Sunday, and grieve for the Muslims murdered at their mosques in New Zealand. Here at home, we also remember the three historically black churches burned recently in Louisiana, and the **horrific** shooting last year at the Tree of Life Synagogue in Pittsburgh” [43].*

Доречно також зазначити, що така важлива промова містить в собі і концептуальну метафору: *“When we embrace the fullness of our faiths, we become better friends, better neighbors, better citizens, and better people. **America is forever**. We will be a nation that believes forever. And we certainly believe more than anyone in the power of prayer, the most powerful thing there is. From our earliest history, we've always been people of faith” [43].* Використання такої метафори *America is forever* (Америка це вічність) підсилює могутність та важливу роль Сполучених Штатів Америки в світі. Загально відомо, що Америка є однією з найвпливовіших держав в світі, тому Трамп не втрачає можливості знову нагадати народу, що американський народ був, є і буде вільним і могутнім незважаючи ні на що.

Закінчуючи промову словами вдячності Трамп підкреслює важливість кожного гостя і важливість такого заходу для спільної молитви за майбутнє країни: *“So, thank you for coming to the White House. It is a great honor for Melania and myself to be with you, great for Mike and Karen and all of **the wonderful representatives** of our country. And you're the representatives of our faiths. Thank you **very much, very, very important** day. And we're going to have something **incredibly successful** tomorrow, and we look forward to being with you. Thank you all for being here. Thank you” [43].*

Промови Дональда Трампа звісно не обходяться без контрастів. Контраст є одним з найбільш сильних засобів для привернення уваги аудиторії. Трамп навмисно використовує антонімічні конструкції в своїх промовах, бо завдяки цьому стилістичному прийому підняте поняття розкривається у всій повноті, саме при зіткненні його зі словом у протилежному значення. *“The decision is ours to make. We must choose*

between greatness or gridlock, results or resistance, vision or vengeance, incredible progress or pointless destruction. Tonight, I ask you to choose greatness. Over the last two years, my administration has moved with urgency and historic speed to confront problems neglected by leaders of both parties over many decades” [42].

Іншим стилістичними засобами, якими користується Дональд Трамп є колоквиалізми. Використання таких виразів в промовах президента зближує аудиторію з главою держави. Створюється атмосфера ніби перед народом стоїть їх близька людина або навіть член сім'ї, бо Сполучені Штати Амери це одна велика родина : *“And I think that will be agreed to by me and him at the right time. Like when you make a big deal, or a **big scoop**, you have to approve that little thing. And I think they're probably waiting, they're waiting for me and him to sit down and agree on five points at the end, or 10 points at the end” [25]. “Now China's the big because with China it's at least \$375 billion year deficit. Think of it. three hundred, **who the hell wants** – who made these deals? It's true. Honestly, **in all fairness** to Obama, this was him, but this was before Obama, a long time before Obama, this has been going on for a long time and all I'm telling you is if we don't make a deal we're going to do even better, OK. We have all the cards”[44].*

Стиль промов Дональда Трампа також можна характеризувати як телеграфний. Він висловлює свої думки короткими реченнями і використовує постійні повтори: *“Don't forget, **we're the piggy bank** that everybody's robbing. **We're – we're the ones, we're the piggy bank** that everybody is stealing from and robbing and taking advantage of. But no matter how hard they try to stop us, they can't because our love for America will always be stronger than a corrupt thirst for power.”; “You know Canada, **we love the song, Oh, Canada, let's sing Oh, Canada, right? We love the song**, but I came up here a year ago and I was with farmers and they were selling specialty milk”; “And I also want to thank Mayor Steve Voss, we had **a great conversation** and Governor, Gavin Newsom, had **a great conversation** and we stand together. We will all get to the bottom of it. We're*

going to get to the bottom of a lot of things happening in our country. Together, we're building a new chapter of **American greatness** ” [44]. В цьому прикладі також можна виділити гучні гіперболи, які концентрують увагу на великому значенні американського народу та нації вцілому. “**Unbelievable. Unbelievable. Thank you. Hello, Green Bay. Thank you. We love Green Bay. Thank you. Thank you. In the great state of Wisconsin, home of the legendary Green Bay Packers and there's no place I'd rather be than right here in America's heartland, right? And there's no one I'd rather be with than you, the hardworking patriots, who make our country run so well and it's running right now better, maybe than it ever has**” [44]. Більшість промов президента Трампа на різних заходах починаються зі слів вдячності: “**Thank you. Thank you. Well, I want to thank Chris and Wayne. I'm thrilled to be here in Indiana with the men and women of the NRA. You are great American patriots. Chris Cox, Wayne LaPierre, Oliver North – I've been following Oliver for a long time. Great guy. Three extraordinary champions for the Second Amendment**” [45]. Постійні повторення слів вдячності, захоплення талановитими, мужніми, відважними громадянами Сполучених Штатів Америки роблять промови Дональда Трампа приємними до сприйняття та мотивують громадян розвиватися, працювати на благо країни, бо за це буде немала винагорода з боку президента.

Особливою рисою промов Трампа є використання гіперболізованих лозунгів, в яких він відзначає велич своєї країни та необхідність в поверненні її законного місця серед найвпливовіших країн світу: “*My first night in the White House and I said to Melania – I said, “This is incredible.” And four years seemed so long away. And now here we are. We're getting ready to start up the campaign again. Start up the campaign again. I never want to do anything with MAGA because MAGA country and MAGA – “Make America Great Again” has been great, but we've really made it great.*”; “*We've made it great. We've brought it back. And we're thinking about – slogan: “Keep America Great.” Because you have socialists and far-left Democrats that want to destroy everything that we've*

done. Your 401(k)s are going through the roof. Your stock market, since the election, has hit a record high” [45].

Стилістичними засобами реалізації дискурсивних стратегій і тактик у політичному дискурсі Дж. Байдена є нагнітання страхів: *“Ella Baker, a giant of the civil rights movement, left us with this wisdom: Give people light and they will find a way. Give people light. Those are words for our time. The current president has cloaked **America in darkness for much too long. Too much anger. Too much fear. Too much division**”[38].*

*“A president who takes no responsibility, refuses to lead, **blames others, cozies up to dictators, and fans the flames of hate and division**”[38].*

*“This is a **dark winter ahead**. Already more than 220,000 people in the United States of America have lost their lives to this virus. 220,000 empty chairs at dinner tables all across this country” [52].*

З огляду на проведений аналіз, образність та виразність промов Обама реалізується за допомогою залучення тропів. Найпопулярнішим з них є метафора. Промови Б.Обама насичені як типічними метафорами так і концептуальними. Використання гіперболізованих та метафоричних епітетів також можна назвати частотним. Найчастотнішими стилістичними маркерами політичного дискурсу Дональда Трампа відповідно до результатів нашого аналізу є метафори (зокрема концептуальні метафори), гіперболізація та схильність до суперлативів, використання контрастів та антитез. Промови Джорджа Байдена не суттєво різняться від попередньо аналізованих Дональда Трампа і Барака Обама. Він як і Трамп використовує нагнітання страхів як засоби реалізації дискурсивних стратегій і тактик у політичному дискурсі.

ВИСНОВКИ

Зростання пильної уваги до політичного дискурсу призвело до значно ширшого тлумачення цього концепту.

Слідом за Оленою Шейгал, політичний дискурс розуміється нами як мовленнєві утворення, що стосуються сфери політики, виступають у певному ситуативному контексті і спрямовані на здійснення конкретної прагматичної семантики з використанням невербальних та вербальних засобів виразності.

Виокремлення дослідником Н. Кондратенко форм політичного дискурсу залежно від формальних, комунікативних, інтенціональних та інших чинників допомогло нам підтвердити той факт, що політичний дискурс не обмежується суто діалогічним мовленням комунікантів. Це вирізняє політичний дискурс за формою («усний та писемний»), за сферою функціонування («телевізійний, газетно-журнальний, радіо-, рекламний, PR») за метою («інформативний, спонукальний, іміджевий, мотиваційний, експресивний»), за чинником мовця («адресантно прямий та опосередкований»), за чинником адресата («особисто та масово адресований») [8, с. 2 – 13]. Інтерв'ю з політиками, їхні промови, офіційні заяви слугують усним політичним дискурсом, політичні ж тексти, які оприлюднені у засобах масової інформації – ми зачислили до письмового політичного дискурсу. До політичного дискурсу також відносять агітаційні листівки, буклети, іміджеві тексти, поштове листування.

Шляхом аналізу лінгво-стилістичних маркерів політичного дискурсу на матеріалах промов американських політиків, а сама Б. Обама, Д. Трамп, Дж. Байдена можна зробити такі висновки.

Мовна поведінка Дональда Трампа характеризується частотним використанням словосполучення “*The United States*”, що акцентує посилену увагу на приналежності Трампа до однієї країни, до батьківщини. Лексична сторона промов Трампа є надзвичайно простою, що дозволяє проникати в мозок людей і залишати там як найбільше потрібної Трампу інформації.

Характерною рисою промов Дональда Трампа є використання низки таких візуальних предикатів як *to see, to perceive, to observe, to view, to look* для зосередженні уваги народу на прозорості його політики. З лінгвістичної точки зору Трамп є новатором в американській політичній комунікації, бо він наділяє своїх опонентів під час виступів прізвиськами і повторює їх кожної слухної нагоди. Аналізуючи промови Дж. Обама ми визначили, що лексичні засоби політика диференціюються на дві групи: неформальна лексика й формальна лексика. Промови Б. Обама абсолютно точно можна характеризувати зрозумілістю і доступністю текстових повідомлень для його аудиторії, будь то закрита конференція чи публічний виступ. Обама майже на кожному виступі включає у свої промови повтори. Дж. Байден будує ж свої промови дещо схожими на промови Обама та залучає до них розмовну лексику, аби здаватись ще ближчим до народу. Така схожість є не дивною, бо загально відомо, що Дж. Байден є прихильником політичних стратегій Б. Обама. Він також використовує спрощену лексику, постійні повтори та частотне використання особового займенника множини “we” (ми) для ототожнення себе з країною також є характерною рисою політичного дискурсу Дж. Байдена.

З огляду на проведений аналіз, образність та виразність промов Обама реалізується за допомогою залучення тропів. Найпопулярнішим з них є метафора. Промови Б.Обама насичені як типічними метафорами так і концептуальними. Використання гіперболізованих та метафоричних епітетів також можна назвати частотним. Найчастотнішими стилістичними маркерами політичного дискурсу Дональда Трампа відповідно до результатів нашого аналізу є метафори (зокрема концептуальні метафори), гіперболізація та схильність до суперлативів, використання контрастів та антитез. Промови Джорджа Байдена не суттєво різняться від попередньо аналізованих Дональда Трампа і Барака Обама. Він як і Трамп використовує нагнітання страхів як засоби реалізації дискурсивних стратегій і тактик у політичному дискурсі.

Всі промови, які були проаналізовані в нашій роботі сміливо дозволяють сказати, що мовленева поведінка політичного дискурсу трьох політичних діячів, а саме Дональда Трампа, Барака Обами, Джорджа Байдена – схожа, дещо різниться, але все ж схожа. Кожен політичний діяч має на меті призвати, переконати, заманити на свій бік слухача. Їхні промови завжди характеризуються високою емоційністю, експресивністю, маніпулятивними тактиками, які впливають на свідомість аудиторії. Не дивлячись на те, що тему політичного дискурсу сьогодні можна назвати попсовою, але тільки з теоретичної точки зору. Практична сторона політичного дискурсу досі не розглянута в повній мірі, тому продовжувати дослідження та аналіз мовного матеріалу дискурсу ми вважаємо вкрай необхідним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов. Курс лекций: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям и спец. «Политология», «Журналистика», «Связи с общественностью», «Юриспруденция». – М.: Логос, 2006. – 383 с.
2. Алтунян А. Г. От Булгарина до Жириновского: Идеюностилистический анализ политических текстов / Российский гос. гуманитарный ун-т. – М, 1999. – 262 с.
3. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации. – Киев, 1997. – С. 113.
4. Герасимов В. И., Ильин М. В. Политический дискурс-анализ / Политический дискурс: история и современные исследования. – Сборник научных трудов. – М., 2002. – 184 с. – (Политическая наука / РАН. Институт научной информации по общественным наукам; 2002, №3. Серия: "Политология"), 61–71 с.
5. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / Политический дискурс: история и современные исследования // Сборник научных трудов. – М., 2002. – 184 с. – (Политическая наука / РАН. Институт научной информации по общественным наукам; 2002, №3. Серия: "Политология"), 20–32 с.
6. Електронний словник англійської мови. Електронний ресурс. onlinedictionary.datasegment.com
7. Энциклопедия «Кругосвет». Электронный ресурс, <http://www.krugosvet.ru>

8. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс: монографія / Одес. нац. ун-т ім.І. І. Мечникова. – Одеса: Чорномор'я, 2007. С. 150–155.
9. Мухарямова Л, М, Взаимодействие языка и политики в символических измерениях // Вестник Московского университета. Сер. 18 . Социология и политология. – 2002. – С №2. – С. 28.
- 10.Нагорна Л. Б. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики / НАН України; Інститут політичних і етнонаціональних досліджень. – К.: Світогляд, 2005. – 316 с.
- 11.Озадовська Л. Мова у контексті діалогу// Філософська думка. – 2004. – №3. – С.26.
- 12.Опарина Е. О. Метафора в политическом дискурсе / Политический дискурс: история и современные исследования // Сборник научных. – М., 2002. – 184 с. – (Политическая наука / РАН. Институт научной информации по общественным наукам; 2002, №3. Серия: "Политология"). 20–32 с.
- 13.Петренко В. В. Політична мова як засіб маніпулятивного впливу: Автореф. дис. ... канд. політ, наук: 23.00.02 / Київський національний ун-т ім. Т.
- 14.Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – С.42 – 61.
- 15.Busch Andrew E. The constitution on the campaign trail: the surprising political career of America's founding document/ Rowman & Littlefield Publishers, Inc. – USA, 2007. - 319 p.
- 16.Foote, Joe S. Television Access and Political Power. The Networks, the Presidency and the « Loyal Opposition». – Praeger, N. Y. London, 1990.

17. Lakoff, Johnson 2003 - Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. University Of Chicago Press, 2003. 42 p.
18. URL: Великий тлумачний словник української мови. Електронний ресурс. www.slovnyk.net П.Гумбольдт фон В. О мышлении и речи. Електронний ресурс. <http://sprach-insel.com>
19. URL: Wikipedia. The free encyclopedia. www.wikipedia.org
20. URL: Website of Teun A. van Dijk. <http://www.discourses.org>
21. Witkin H. A. *Cognitive Style: Essence and Origins* / H. A. Witkin, D. R. Goodenough. –N.Y.: International Universities Press, 1981. –P. 1–141.
22. URL: Interview: Laura Ingraham Interviews Donald Trump on Fox News in El Paso, Texas - February 11, 2019 <https://factba.se/transcript/donald-trump-interview-laura-ingraham-fox-news-february-11-2019>
23. URL: Trump's speech to the UN General Assembly <https://www.vox.com/2018/9/25/17901082/trump-un-2018-speech-full-text>
24. URL: US President Donald Trump's speech at the UN General Assembly https://economictimes.indiatimes.com/news/international/world-news/full-text-of-us-president-donald-trumps-speech-at-the-un-general-assembly/articleshow/65955436.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst
25. URL: Interview: Donald Trump with Baker, Haberman, Sulzberger of The New York Times - January 31, 2019 <https://factba.se/transcript/donald-trump-interview-nyt-baker-haberman-sulzberger-january-31-2019>
26. URL: Remarks by President Obama <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamajobgrowthpresser.ht>

- 27.URL: Remarks by President Obama in Address to the People of Europe
<https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2016/04/25/remarks-president-obama-address-people-europe>
- 28.URL: Barack Obama Official Announcement of Candidacy for the United States Presidency
<https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/Barack%20Obama%20-%20Announces%20Candidacy.pdf>
- 29.URL: Barack Obama Weekly Address Honoring Iraq War Troops & Veterans
<https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/Barack%20Obama%20-%20Weekly%20Address%20Iraq%20War%20Service.pdf>
- 30.URL: Barack Obama Free Community College Plan Speech
<https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/Barack%20Obama%20-%20Community%20College%20Plan.pdf>
- 31.URL: Barack Obama Navy Yard Shooting Memorial Address
<https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/Barack%20Obama%20-%20Navy%20Yard%20Shooting%20Memorial.pdf>
- 32.URL: Barack Obama Official Announcement of Candidacy for the United States Presidency
<https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/Barack%20Obama%20-%20Announces%20Candidacy.pdf>
- 33.URL: Barack Obama *Presser on the Economy and the Debt Limit*
<https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamajobgrowthpresser.htm>
- 34.URL: Barack Obama Free Community College Plan Speech
<https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/Barack%20Obama%20-%20Community%20College%20Plan.pdf>

35. URL: Joe Biden Campaign Speech Transcript Milwaukee, Wisconsin October 30 <https://www.rev.com/blog/transcripts/joe-biden-campaign-speech-transcript-milwaukee-wisconsin-october-30>
36. URL: Joe Biden Campaign Rally Speech Transcript Tampa, FL October 29 <https://www.rev.com/blog/transcripts/joe-biden-campaign-rally-speech-transcript-tampa-fl-october-29>
37. URL: Democratic presidential candidate delivers remarks from Wilmington, Delaware on 6 November <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-election-2020/joe-biden-speech-full-transcript-speech-election-b1660694.html>
38. URL: Joe Biden's DNC speech <https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>
39. URL: Joe Biden Campaign Event Speech Transcript Philadelphia November 1 <https://www.rev.com/blog/transcripts/joe-biden-campaign-event-speech-transcript-philadelphia-november-1>
40. Obama Address to the Nation on the Dangers of Default <https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/Barack%20Obama%20-%20Dangers%20of%20Default.pdf>
41. URL: Barack Obama Remarks in Alabama on the Tornado Devastation <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaalabamatornado.htm>
42. URL: Speech: Donald Trump Delivers the State of the Union – February 5, 2019 <https://factba.se/transcript/donald-trump-speech-state-of-the-union-february-5-2019>

- 43.URL: Remarks: Donald Trump Attends a National Day of Prayer Dinner – May 1, 2019 <https://factba.se/transcript/donald-trump-remarks-national-day-prayer-dinner-may-1-2019>
- 44.URL: Speech: Donald Trump Holds a Political Rally in Green Bay, Wisconsin – April 27, 2019 <https://factba.se/transcript/donald-trump-speech-maga-rally-green-bay-wisconsin-april-27-2019>
- 45.URL: Speech: Donald Trump Addresses the National Rifle Association Leadership Forum in Indianapolis – April 26, 2019 <https://factba.se/transcript/donald-trump-speech-nra-indianapolis-indiana-april-26-2019>
- 46.URL: Лінгвістична концепція Фердинанда де Соссюра. Електронний ресурс.:<http://www.dierelo.com>
47. URL: Barack Obama Opening Remarks During First Press Conference as PresidentElect <https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/Barack%20Obama%20-%20First%20Press%20Conference.pdf>
48. URL: Barack Obama Farewell Remarks at Joint Base Andrews <https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/Barack%20Obama%20-%20Farewell%20to%20Staff%20and%20Supporters.pdf>
49. URL: Barack Obama First Presidential Inaugural Address <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamainauguraladdress.htm>
50. URL: Barack Obama Official Announcement of Candidacy for the United States Presidency <https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/Barack%20Obama%20-%20Announces%20Candidacy.pdf>

51. Presidency <https://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/Barack%20Obama%20-%20Announces%20Candidacy.pdf>

52. URL: Joe Biden Plan to Combat COVID-19 Speech Transcript October 23

<https://www.rev.com/blog/transcripts/joe-biden-plan-to-combat-covid-19-speech-transcript-october-23>