

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

(повне найменування вищого навчального закладу)

Філологічний факультет

(повне найменування інституту/факультету)

Кафедра прикладної лінгвістики

(повна назва кафедри)

Д и п л о м н а р о б о т а

«Лінгвопрагматичні особливості іміджу політичного лідера (на матеріалі промов політиків України і США)»

«Linguopragmatic features of the image of the political leader
(based on the speeches of the politicians of Ukraine and the USA)»

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: студентка денної форми навчання
спеціальності 035 Філологія
035.10 Прикладна лінгвістика

Копусь Ілона Олександрівна

Науковий керівник:

к. філол. н., доц. Корпусова М.С. _____

Рецензент:

д. філол. н., проф. Кондратенко Н.В. _____

Рекомендовано до захисту:

Протокол засідання кафедри

№ ____ від _____ 2018 р.

Захищено на засіданні ЕК № ____

протокол № __ від _____ 2018 р.

Оцінка _____ / _____ / _____
(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Завідувач кафедри

Голова ЕК

_____ проф. Кондратенко Н.В.
(підпис)

_____ проф. Кондратенко Н.В.
(підпис)

Одеса – 2018

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Теоретичні засади вивчення засобів формування іміджу політичного лідера.....	8
1.1. Імідж політичного діяча як об’єкт лінгвістичних досліджень.....	8
1.2. Поняття і типологія іміджу.....	12
1.3. Політичний дискурс як сфера функціонування іміджу політичного лідера.....	17
Розділ 2. Лінгвопрагматичні засоби об’єктивації іміджу керівника держави.....	22
2.1. Рольовий аналіз політичного мовлення президентів.....	22
2.1. Комунікативна роль Лідер-що-єднає.....	29
2.2. Комунікативна роль Компетентний керівник.....	32
2.3. Комунікативна роль Демократ.....	36
2.4. Комунікативна роль Керівник.....	38
2.5. Комунікативна роль Патріот.....	40
2.6. Комунікативна роль Віруючий.....	44
2.7. Комунікативна роль Захисник.....	46
2.8. Комунікативна роль Відповідальний.....	49
2.9. Комунікативна роль Сім’янин.....	50
Розділ 3. Стратегічний аспект дослідження іміджу політичного лідера.....	54
3.1. Поняття комунікативних стратегій у політичному дискурсі.....	54
3.2. Комунікативні стратегії апелювання до базових потреб й апелювання до сімейних цінностей.....	59
3.3. Комунікативні стратегії підвищення статусу адресата й героїзації нації.....	60
3.4. Комунікативні стратегії перелічування досягнень, нагромадження проблем, окреслення плану майбутніх змін.....	61
3.5. Комунікативні стратегії Ми-інклюзивного, єднання, усупільнення відповідальності, інтертекстуальності.....	64

3.6. Комунікативна стратегія підвищення власного статусу.....	67
Розділ 4. Іntenційні особливості мовленнєвих актів у виступах політичних лідерів.....	69
4.1. Типи мовленнєвих актів у політичному дискурсі.....	69
4.2. Комунікативні інтенції репрезентативів.....	72
4.3. Комунікативні інтенції комісивів.....	75
4.4. Комунікативні інтенції експресивів.....	77
4.5. Комунікативні інтенції директивів.....	80
4.6. Комунікативні інтенції декларативів.....	81
Висновки.....	83
Список використаних джерел.....	87
Додатки.....	97

ВСТУП

Лінгвістика доби третього тисячоліття не стоїть осторонь процесів переформатування суспільних відносин, змінюючи свої позиції із дослідження мови як структури до вивчення її динамічних аспектів – мовлення, дискурсу, комунікації, а також взаємодії мови й різних соціальних інститутів, з-поміж яких для нашого дослідження важливою є взаємодія мови, суспільства й влади. «Системно-структурний опис (і вивчення) мов поступається місцем антропоорієнтованому, функціонально-комунікативному та когнітивному» [4, с. 5], тобто основним стає не дослідження мови як системи, а вивчення людини в мові, особливостей реалізації особистісно-суб'єктивного в мовній динаміці – того, що формує широке поле предмету комунікативної лінгвістики. Такий інтегративний характер розвитку сучасної науки про мову та необхідність «лінгвістичного осмислення результатів, отриманих у суміжних галузях знань» [83, с. 5], перемістили у фокус лінгвістичних досліджень політичний дискурс – сферу соціальної комунікації, де чи не найяскравіше реалізується взаємодія мови, влади, особистості й суспільства.

Політичний дискурс у працях багатьох учених досліджується як маніпулятивний (Г. Почепцов, О. Іссерс, О. Шейгал, О. Михальова, В. Красних, Р. Лакофф, Дж. Ліч та ін.), що зумовлено двома його основними рисами: агональністю, спрямованістю на заволодіння й утримання влади, і вербальною основою політичного керівництва, адже управління людьми завжди має своєю основою комунікацію. Лінгвістичні дослідження політичної комунікації та мовленнєвого впливу наразі зосереджуються на вивченні проявів мовленнєвої особистості в дискурсі, особливостей концептуального і метафоричного конструювання дійсності в політиці, засобів і способів здійснення вербального впливу, інших складниках політичного комунікативного процесу (комунікативної компетенції учасників дискурсу, окремих аспектів їх комунікативної поведінки тощо).

Дискурс політики, або політичний дискурс, вивчався на матеріалі різних мов і з різних позицій. Західні лінгвісти досліджували загальні особливості політичного дискурсу (Т. ван Дейк, Г. Кук, Р. Гудін), особливості політичної метафорики у структуруванні моделі світу (Е. Самсон, Дж. Чартеріс–Блек, Дж. Фокуньєр), специфіку політичної аргументації та риторики (Ф. ван Емерен, І. Хачбі, Х. Грубер), роль мовленнєвого фактора у формуванні іміджу політичного діяча (Дж. Лакофф, Е. Бернард, Д. Бурстін, К. Каффі).

В українському мовознавстві політичне мовлення стало предметом дослідження у працях Г. Почепцова, Ф. Бацевича, Т. Ковалевської, Н. Кондратенко, Н. Петлюченко, Л. Славової, В. Демецької, А. Башук, М. Бабак, К. Кантура, Я. Бондаренко, О. Зернецької, П. Зернецького, Г. Джинджолії. На матеріалі російської мови дослідження здійснювалися такими вченими, як В. Карасик, В. Красних, О. Шейгал, О. Семенюк, Ю. Караулов, А. Чудінов, О. Іссєрс, Т. Романова, М. Гаврилова, О. Михальова, С. Єрьоміна, Е. Будаєв, Т. Дорожкіна, О. Ворожцова. Вітчизняними і російськими мовознавцями було розглянуто питання побудови моделі мовної особистості, методик аналізу політичного дискурсу, структури іміджу політика, автоіміджу мовця, мовленнєвих стратегій і тактик створення іміджу, психологічних прийомів побудови іміджу.

Поняття «імідж» є відносно молодим об'єктом мовознавчих досліджень: у сучасному розумінні вперше було застосоване в економічній науці в США у 80-х рр. ХХ століття [84, с. 6]. Активне лінгвістичне дослідження іміджу як узагальненого символічного образу було започатковане американськими вченими в 70-80-х роках минулого століття (Дж. Лакофф, Г. Ліч), хоча перші лінгвістичні розвідки щодо того, як образ політика впливає на вибір електорату з'явилися раніше – у працях У. Ліппмана, П. Лазарсфельда, Г. Лассвелла.

Актуальність нашої роботи зумовлена, по-перше, загальним станом розвитку суспільства й необхідністю лінгвістичного осмислення нових

соціальних феноменів; по-друге, зростанням ваги комунікативного компонента іміджу політичного лідера у процесі здійснення вибору пересічним членом суспільства, котрий отримує інформацію про політика та формує ставлення до нього, спираючись, переважно, на репрезентацію мовлення цього діяча у ЗМІ (промови, звернення, інтерв'ю тощо).

Мета дослідження – виокремити й схарактеризувати лінгвокомунікативні та лінгвопрагматичні мовні засоби формування іміджу сучасного політичного лідера шляхом аналізу зразків новітнього політичного дискурсу.

Для досягнення зазначеної мети необхідно вирішити такі **завдання**:

1) узагальнити досягнення лінгвістичної науки в галузі дослідження іміджу політика-мовця; укласти методичку вивчення цього феномену на матеріалі політичних промов та інтерв'ю;

2) здійснити класифікацію комунікативних ролей, стратегій та інтенцій як структурних компонентів політичного іміджу, схарактеризувати типи мовленнєвих актів;

3) виокремити й проаналізувати комунікативні ролі та комунікативні стратегії, які формують імідж політичного лідера;

4) визначити й схарактеризувати парадигму комунікативних інтенцій, представлених в обраних зразках політичного дискурсу;

5) виокремити й проаналізувати вербальні засоби створення політичного іміджу президента України та США.

Об'єктом дослідження в магістерській роботі виступає імідж політичних лідерів України та США, а **предметом** – лінгвокомунікативні й лінгвопрагматичні засоби його формування.

Методи дослідження обрані зважаючи на мету, завдання, матеріал та теоретичну спрямованість наукової розвідки. *Загальнонаукові* методи *індукції, аналізу та синтезу* було використано для укладання теоретичної основи дослідження та характеристики компонентів комунікативного іміджу сучасного політичного лідера. Серед *спеціальних лінгвістичних методів* було

застосовано такі: *дескриптивний* – для опису ключових понять дослідження, *метод критичного дискурс-аналізу* – для характеристики комунікативних ролей та їх маніпулятивної специфіки; метод *інтеннт-аналізу* – для виокремлення комунікативних стратегій, встановлення типу мовленнєвого акту та реалізованої в ньому комунікативної інтенції.

Матеріал дослідження складають 45 текстів промов й інтерв'ю президентів України (Л. Кучми, В. Ющенко, В. Януковича, П. Порошенка) та США (Дж. Буша, Б. Обама, Д. Трампа) як зразки новітнього політичного дискурсу.

Наукова новизна магістерської роботи полягає в тому, що вперше: здійснено характеристику феномену політичного іміджу представників різних лінгвокультур; описано комунікативно-рольовий портрет сучасного політичного лідера на матеріалі неблизькоспоріднених мов; виокремлено і схарактеризовано лінгвокомунікативні та лінгвопрагматичні засоби експлікації компонентів комунікативного іміджу у їх взаємодії.

Теоретичне значення дослідження полягає в тому, що вивчення політичного іміджу доповнює теоретичні положення прикладного мовознавства щодо соціальних функцій мови, розширює надбання комунікативної лінгвістики, соціолінгвістики, когнітивної лінгвістики та політичної лінгвістики. Аналіз комунікативних ролей і стратегій на матеріалі політичного мовлення президента є внеском у дискурсологію, теорію мовної комунікації та теорію аргументації.

Практичне значення роботи. Отримані результати дослідження можуть бути використані в навчальному процесі вищої школи при викладанні курсів «Політична лінгвістика», «Теорія мовної комунікації», «Дискурсологія», «Лінгвістична прагматика» і «Комунікативна лінгвістика».

ВИСНОВКИ

Антропоспрямованість сучасної мовознавчої науки, тенденція до вивчення особистісно-суб'єктивного в мовній динаміці та потреба лінгвістичного осмислення нових соціальних феноменів (демократичних політичних реалій) перемістили у фокус мовознавчих студій вивчення індивідуальних рис людини, що проявляються в комунікації. У сучасних умовах основою спілкування в суспільно-важливих сферах, зокрема політиці, виступають не індивідуальні характеристики людини, а її символічний образ–замінник, котрий підвищує ефективність комунікації та забезпечує досягнення мовцем прагматичних, позамовних цілей. Такий генералізований ідеальний образ – імідж, що має декілька сфер реалізації (поведінкову, візуальну, комунікативну) – набуває особливої ваги в політиці, оскільки більшість громадян не мали і не матимуть можливості особистісного спілкування з політичними лідерами, а відповідно їх вибір зумовлений ефективністю іміджу політика, котрий (образ) формується в масовій свідомості внаслідок роботи політтехнологів і тиражування в ЗМІ.

Імідж політичного лідера в комунікації, або комунікативний імідж, розглядаємо як єдність вербальних стереотипів поведінки (ролей), механізмів і засобів їх реалізації (стратегій), що використовуються комунікантом, наділеним високим соціальним та професійним статусом, з метою (вираженою в інтенціях) формування у свідомості слухачів / співрозмовників узагальненого образу своєї особистості. Комунікативний імідж політика високого рангу, зазвичай, є позитивним, необхідним, модельованим і штучно сформованим.

Названий феномен має трикомпонентну структуру: 1) базовим, основоположним компонентом КІ виступають комунікативні ролі, які реалізуються в 2) комунікативних стратегіях, а комунікативні стратегії «вибудовуються» на основі 3) комунікативних інтенцій.

Комунікативною роллю називаємо узагальнений ментальний образ, який мовець прагне створити у свідомості слухачів у процесі комунікації за допомогою мовних і комунікативних ресурсів, тобто образ, з позицій котрого політик звертається до адресата. Комунікативні ролі поділяємо за рівнем унормованості на стандартні (суспільно очікувані, прийнятні) та ініціативні (свідомо обрані), за займаною психологічною позицією – на КР Дорослого, Батька та Дитини.

Комунікативна стратегія є компонентом евристичної інтенційної програми планування і здійснення комунікації мовцем, що реалізується у способі організації його вербальної поведінки, використанні мовних засобів, загальному структуруванні висловлювання й аргументації з метою досягнення визначеної комунікативної інтенції. Укладена нами класифікація комунікативних стратегій передбачає їх поділ на типи і види: за метою використання виокремлюємо КС кооперативного (спрямовані на кооперацію з адресатом), конфліктогенного (створення прямого чи опосередкованого конфлікту) й дистанціювального (ухиляння від однозначної відповіді) типу; за змістом поділяємо на інформативні (передача умовно нейтральної інформації) та маніпулятивні (зміна окремих аспектів світогляду адресата у вигідному адресантові напрямі).

Комунікативну інтенцію тлумачимо як конкретно-комунікативний смисл висловлювання або суб'єктивне значення, яке свідомо чи інтуїтивно кодує адресант для вирішення певного мовленнєвого завдання спілкування. Інтенції комуніканта мають внутрішню ієрархію: виокремлюємо рівень мегаінтенцій (загальна спрямованість дискурсу; для політичного дискурсу нею є боротьба за владу), макроінтенцій (мета конкретного виступу чи інтерв'ю) і мікроінтенцій (спрямованість окремого мовленнєвого акту).

Мікроінтенції реалізуються в мовленнєвих актах – мінімальних, відносно самостійних відрізках комунікативної діяльності; МА поділяються на репрезентативи (повідомлення інформації), комісиви (взяття

відповідальності), експресиви (висловлення емоцій), директиви (накладання обов'язку) та декларативи (зміна соціального стану адресата).

Процесу вибору і використання президентами комунікативних ролей властива й національна специфіка. Українські лідери надають перевагу КР, що актуалізують їх професійні компетенції та соціальні характеристики (Компетентний керівник, Лідер-що-єднає, Реформатор, Демократ, Патріот). Очільники американської держави роблять більший акцент на особистісних рисах лідера (Керівник, Свій хлопець, Захисник, Лідер-що-єднає, Сім'янин, Демократ, Компетентний керівник, Патріот), певно прагнучи бути керованим не лише компетентним політиком, а й людиною високої моралі.

Домінантними комунікативними стратегіями мовлення президента виступають КС маніпулятивного та кооперативного типів. Комунікативні стратегії апелювання до базових потреб та апелювання до сімейних цінностей звертаються до екзистенціальної сфери життя людини й оперують цінностями життя, здоров'я, безпеки, миру, дітей, майбутнього. Стратегії підвищення статусу адресата та героїзації нації апелюють до внутрішнього «Я» адресата, до потреби в повазі і самореалізації та використовуються з метою досягнення емпатії зі слухачами шляхом визнання важливості їх статусу, шанованості нації, до якої вони належать, возвеличення співвітчизників. Вибір та використання комунікативних стратегій президентами має багато типових рис; проведений аналіз вказує на те, що функціонування КС у мовленні політичних лідерів можна вважати крос-культурним, інтернаціональним феноменом. Типовими мовленнєвими актами політичного мовлення лідерів країн виступають репрезентативи та комісиви.

Відзначимо, що не існує прямої залежності та взаємозумовленості між виконуваною політиком 1) комунікативною роллю, обраною ним 2) стратегією для реалізації визначеної (конкретної) 3) інтенції.

Отже, типовий імідж політичного лідера сучасності представляє політика компетентним демократичним керівником, здатним взяти на себе відповідальність за долю країни та її народу, вжити необхідних заходів для забезпечення суспільного добробуту. Президент прагне видаватися для виборців «своїм», підкреслюючи, що вони (адресат і адресант) зіштовхуються з однаковими проблемами, є спільними в поглядах на основні принципи суспільних відносин, сформованих спільною історією, культурою і релігією як основою світогляду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апалат Г. П. Структура, семантика і прагматика текстів-інтерв'ю (на матеріалі сучасної англомовної преси): дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04 / Г. П. Апалат. – К. , 2003. – 268 с.
2. Бакумова Е. В. Ролевая структура политического дискурса : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.19 / Е. В. Бакумова. – Волгоград, 2002. – 200 с.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Флорій Сергійович Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 342 с.
4. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики : монографія / Флорій Сергійович Бацевич. – Львів : ПАІС, 2010. – 336 с.
5. Башук А. І. Комунікативно-стратегічний аналіз політичного тексту / А. І. Башук // Ученые записки Таврического национального университета им. В. Вернадского. Серия: Филология. – 2006. – Т. 19 (58). – № 2. – С. 167–171.
6. Будаев Э. В. Современная политическая лингвистика [Електронний ресурс] / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Режим доступу до книги : <http://www.philology.ru/linguistics1/budaev-chudinov-06a.htm>.
7. Весельська Л. Особливості впливу політичної реклами на формування громадської думки в період підготовки та проведення виборчих кампаній / Л. Весельська // Вісник Книжкової палати. – 2008. – № 10. – С. 45–48.
8. Гаврилова М. В. Лингвокогнитивный анализ русского политического дискурса : автореф. дис. на соискание уч. степени докт. філол. наук : 10.02.01 «Русский язык» / М. В. Гаврилова.– СПб, 2005. – 38 с.
9. Гнатковська О. М. Комунікативні інтенції «Я-висловлень» у сучасному англомовному дискурсі : лінгвокогнітивний та прагматичний аспекти : автореф. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. М. Гнатковська. – Чернівці, 2009. – 30 с.

10. Данильченко Н. И. Коммуникативная стратегия убеждения : тактики лидера / Н. И. Данильченко, М. М. Харитоновна // Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету. – Ізмаїл, 2002. – Вип. 12. – С. 110–113.
11. Даулетова В. А. Вербальные средства создания автоимиджа в политическом дискурсе (на материале русской и английской биографической прозы) : автореф. дис. на соискание уч. степени. канд. филол. наук : спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / В. А. Даулетова. – Волгоград, 2004. – 22 с.
12. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Теун А. ван Дейк. – Благовещенск : ЗАО «Типографкомплекс», 2000. – 308 с.
13. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В. З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс : история и современные исследования. – М., 2002. – № 3. – С. 32–43.
14. Джинджолия Г. П. Речевые стратегии современного политического дискурса / Г. П. Джинджолия // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2010. – № 20 (207). – Ч. II. – С. 17–23.
15. Діденко М. О. Політичний виступ як тип тексту (на матеріалі виступів німецьких політичних діячів кінця 20 століття) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. – Одеса, 2001. – 19 с.
16. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англійській комунікації (на матеріалі друкованих та інтернет-видань 2000–2005 років) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. В. Дмитрук. – К., 2006. – 19 с.
17. Дорожжина Т. Н. Речевой имидж политического лидера / Т. Н. Дорожжина // Социс. – 1997. – №8. – С. 30–36.

18. Еремина С. А. Речевой портрет политика / С. А. Еремина // Современная политическая лингвистика : материалы международной научной конференции (Екатеринбург, октябрь 2003 г.). – Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2003. – С. 195–198.
19. Еремина С. А. Языковая личность уральского политика. Прагматический аспект / С. А. Еремина // Риторика и лингвокультурология : материалы межвузовской научной конференции (Екатеринбург, 25–26 ноября 2005 г.). – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2005. – С. 36–42.
20. Зарецкая Е. Н. Риторика : Теория и практика речевой коммуникации / Елена Наумовна Зарецкая. – 4-е изд. – М. : Дело, 2002. – 480 с.
21. Зернецька О. PR-маніпуляційний вплив. Комуникативна теорія і практика [Електронний ресурс] / О. Зернецька, П. Зернецький // Політичний менеджмент. – 2003. – № 3. – Режим доступу до статті : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=17&c=154>.
22. Зернецький П. Сміслова модель маніпуляційного впливу в політичному дискурсі / П. Зернецький // Наукові записки. – 2003. – Том 22. – Част. I. – С. 58–60.
23. Зигманн Ж. В. Структура современного политического дискурса : речевые жанры и речевые стратегии : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.01 / Жанна Вадимовна Зигманн. – М. , 2003. – 239 с.
24. Зяцькова Л. Я. Суб'єктивна модальність політичного дискурса (на матеріалі російських, британських і американських печатних СМІ) : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.20 / Лариса Яковлевна Зяцькова. – Тюмень, 2003. – 234 с.
25. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / Оксана Сергеевна Иссерс. – 5-е изд. – М. : Флинта-Наука, 2011. – 224 с.
26. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / Оксана Сергеевна Иссерс. – 2-е изд. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.

27. Кантур К. О. Створення позитивного іміджу : прагматична спрямованість функціонування евфемізмів / К. О. Кантур // Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка. – Випуск 49: Філологічні науки. – Житомир : вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. – С. 141–144.
28. Карасик В.И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / Владимир Ильич Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
29. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Юрий Николаевич Караулов. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 264 с.
30. Качинська Н. Політичний імідж держави : структурні та комунікаційні компоненти феномену / Н. Качинська // Віче. – 2009. – № 22. – С. 10–12.
31. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: [монографія]. Одеса: Астропринт, 2008. 324 с.
32. Ковалевська Т. Ю. Психолінгвістичні особливості політичного дискурсу // Вісник Харківського національного університету імені В. Каразіна. Харків : ХНУ, 2001. Вип. 33. С. 237–242.
33. Кондратенко Н. В. Політичний дискурс: сутність, типологія, специфіка функціонування / Н. В. Кондратенко // Реклама та PR у масовоінформаційному просторі : [монографія] ; за заг. ред. О. В. Александрова. – Одеса : Астропринт, 2009. – С. 21–26.
34. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс : текстуалізація реальності : [монографія] / Н. В. Кондратенко. – Одеса : Чорномор'я, 2007. – 156 с.
35. Королько В. Г. Основы публичных отношений / Валентин Григорьевич Королько. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 528 с.
36. Котюк І. І. Основи правознавства : підручник. – К. : Генеза, 2003. – 320 с.
37. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / Виктория Владимировна Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.

- 38.Кутуза Н. В. Комуникативна сугестія в рекламному дискурсі: психолінгвістичний аспект: [монографія]. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. 736 с.
- 39.Кутуза Н. В. Рекламний та PR-дискурс : аспекти впливу: [зб. наук. статей]. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2015. 288 с.
- 40.Лассвелл Г. Д. Язык власти / Гарольд Д. Лассвелл // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. – Вып. 20. – С. 264–279.
- 41.Лисовский С. Ф. Политическая реклама. Структура политического имиджа [Электронный ресурс] / С. Ф. Лисовский. – Режим доступа до статті : http://polbu.ru/lisovsky_politadvert/ch07_all.html.
- 42.Луньова О.В. Мовна особистість в політичному дискурсі / О. В. Луньова. // Новітня філологія. – Миколаїв : ЧДУ ім. Петра Могили, 2010 – № 16 (36).– С. 165–170.
- 43.Макарова И. Г. Речевой портрет вождя [Электронный ресурс] / И. Г. Макарова, К. А. Андреева. – Режим доступа до статті : <http://frgf.utmn.ru/last/No5/text12.htm>.
- 44.Маслова В. А. Политический дискурс : языковые игры или игры в слова? / В. А. Маслова // Политическая лингвистика / гл.ред. А. П. Чудинов. – Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», – 2008. – Вып. 1 (24). – С. 43–48.
- 45.Матыгина Е. Б. Метафорические системы в американском внешнеполитическом дискурсе / Е. Б. Матыгина // Политическая лингвистика / гл.ред. А. П. Чудинов. – Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», –2009. – Вып. (2) 28. – С. 76–91.
- 46.Михалева О. Л. Политический дискурс : Специфика манипулятивного воздействия / Ольга Леонидовна Михалева. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 256 с.
- 47.Мороз А. Міфологізація політичних цінностей у контексті президентської кампанії 2010 року / А. Мороз // Віче. – 2010. – № 2. – С. 23–25.

48. Мякотина О. В. Имидж политического лидера : тенденции становления и изменения : автореф. дис. на соискание уч. степени. канд. полит. наук: спец. 23.00.02 «Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии» / О. В. Мякотина – Москва, 2008. – 28 с.
49. Осетрова Е.В. Речевой имидж : Учеб. пособие / Елена Валерьевна Осетрова. – Красноярск : Краснояр. гос. ун-т, 2004. – 219 с.
50. Осетрова Е.В. Речевой портрет политического деятеля: содержательные и коммуникативные основания // Лингвистический ежегодник Сибири / Под ред. Т. М. Григорьевой. – Красноярск, 1999. – Вып. 1. – С. 58–67.
51. Переверзев Е. В. Политический дискурс : многопараметральная модель / Е. В. Переверзев, Е. А. Кожемякин // Вестник ВГУ. – Серия : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – № 2. – С. 74–79.
52. Петлюченко Н. В. Харизматична особистість політичного лідера в просторі німецького та українського апелятивних дискурсів : зіставний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.17 «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство» / Н. В. Петлюченко. – Київ : КНЛУ, 2010. – 32 с.
53. Порогова Ю.К. Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений) / Ю. К. Порогова // Проблемы прикладной лингвистики. – М., 2001. – С. 209–227.
54. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Георгий Георгиевич Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 768 с.
55. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Георгий Георгиевич Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 576 с.

- 56.Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Георгий Георгиевич Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер. – 1999. – 352 с.
- 57.Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер / Георгий Георгиевич Почепцов. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : Алетейя, 2001. – 256 с.
- 58.Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Георгий Георгиевич Почепцов. – Спб : «Печатный двор» Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, 2001. – 652 с.
- 59.Почепцов О. Г. Языковая ментальность : способ представления мира / О. Г. Почепцов // Вопросы языкознания. – 1990. – № 6. – С. 110–122.
- 60.Романов А. А. Политическая лингвистика : функциональный подход / А. А. Романов. – М. : ИЯ РАН ; Тверь : ТвГУ, 2002. – 191 с.
- 61.Романова Т. В. Интент-анализ политического дискурса / Т. В. Романова // Язык. Текст. Дискурс : научный альманах Ставропольского отделения РАЛК. – 2007. – № 5. – С. 177–189.
- 62.Романова Т. В. Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика / Т. В. Романова // Политическая лингвистика / гл.ред. А. П. Чудинов. – Екатеринбург : ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2009. – Вып. (1) 27. – С. 109–117 .
- 63.Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с.
- 64.Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
- 65.Семенюк О. А. Вплив на суспільство під час виборчих кампаній та його нейтралізація в українському мовленнєвому просторі / О. А. Семенюк // Культура народів Причорномор'я. – Симферополь, 2009. – № 173.–С.104–106.
- 66.Семенюк О. А. Комунікативний імідж українського президента (порівняльний діахронічний аспект) / О. А. Семенюк, О. О. Чорна // Вісник Одеського національного університету. Серія: Філологія. –

- Одеса : Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2012.
– Випуск 4. – Том 17. – С. 107–114.
- 67.Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. А Семенюк, В. Ю. Парашук. – К. : Ін Юре, 2009. – 276 с.
- 68.Сергієнко Н. О. Психологічні прийоми в політиці / Наталія Сергієнко. – Київ : Вид-во МАУП, 2006. – 112 с.
- 69.Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – 1986. – Вып. XVII. – С. 170–194.
- 70.Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – 1986. – Вып. XVII. – С. 151–169.
- 71.Скворцов О. Г. Риторическое направление в исследовании семантической сферы «LIGHT / DARKNESS» (по материалам политической коммуникации) [Электронный ресурс] / О. Г. Скворцов // Режим доступа: http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling28/ling_28_04.pdf.
- 72.Славова Л. Л. Мовна особистість лідера у дзеркалі політичної лінгвоперсонології : США – Україна : [монографія] / Л. Л. Славова. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. – 360 с.
- 73.Славова Л. Л. Мовна особистість політика: когнітивно-дискурсивний аспект : [монографія] / Л. Л. Славова. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. – 358 с.
- 74.Соколовская Т. Б. Языковая личность политического лидера (на материале газет новейшего времени) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Т. Б. Соколовская. – Спб, 2002. – 18 с.
- 75.Стернин И. А. Введение в речевое воздествие / Иосиф Абрамович Стернин. – Воронеж : Полиграф, 2001. – 252 с.
- 76.Федоров И. А. Индивидуальный имидж как сторона духовной жизни общества : дис. ... доктора социол. наук : 22.00.06 / Игорь Алексеевич Федоров. – Тамбов, 1998. – 345 с.

- 77.Холод О. М. Імідж : мовлення політиків : У 2-х частинах : [монографія] / О. М. Холод. – Ч. 1. – К. : Київський національний університет ім. Т. Шевченка, 2008. – 142 с.
- 78.Чорна О. О. Комунікативний імідж сучасного американського політика: парадигма ролей (на матеріалі промов Барака Обама) / О. О. Чорна // Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство) : у 5 ч. –Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. – Випуск 89 (5), Ч. 5.– С. 375–379.
- 79.Чорна О. О. Мовний імідж політика як об'єкт лінгвістичних досліджень / О. О. Чорна // Нова філологія : [зб. наук. праць]. – Запоріжжя : ЗНУ, 2011. – № 44. – С. 171–174.
- 80.Чудинов А. П. Политическая лингвистика : [учеб. пособие] / А. П. Чудинов. – М. : Флинта : Наука, 2008. – 256 с.
- 81.Чудинов А. П. Современная политическая коммуникация : [учебн. пос.] / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Уральский гос. пед. ун-т, 2009. – 292 с.
- 82.Шапочкин Д. Языковая личность в политическом дискурсе [Электронный ресурс] / Д. Шапочкин. – Режим доступа до статті : <http://www.russian.slavica.org/printout1906.html>.
- 83.Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ... докт. филол. наук : 10.02.20 / Елена Иосифовна Шейгал. – Волгоград, 2000. – 432 с.
- 84.Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравится людям / Виктор Максимович Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 576 с.
- 85.Шестопал Е. Б. Политическая психология / Елена Борисовна Шестопал. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 304 с.
- 86.Яцунська О. Антиреклама на дострокових парламентських виборах як засіб маніпулювання суспільною свідомістю (Частина 1) / О. Яцунська // Віче. –2009. – № 23. – С. 10–12.
- 87.Austin J. L. How to Do Things with Words / John Austin. – Oxford : Clarendon Press, 1962. – 168 p.

88. Black S. The Essentials of Public Relations / Sam Black. – London : Kogan Page Ltd, 1993. – 192 p.
89. Carnegie D. How To Win Friends And Influence People [Электронный ресурс] / Dale Carnegie. – Режим доступа к книге : http://erudition.mohit.tripod.com/_Influence_People.pdf.
90. Cottam M. Introduction to Political Psychology / M. Cottam, B. Dietz-Uhler, E. Mastors, T. Preston . – London : Lawrence Erlbaum Associates Inc. , 2004. – 343 p.
91. Dijk T. A. van. Strategies of Discourse Comprehension / T. A. van Dijk, W. Kintsch. – New York : Academic Press, Inc. , 1983. – 389 p.
92. Dijk T. A. van. What is Political Discourse Analysis? [Электронный ресурс] / T. A. van Dijk // Political linguistics. – 1998. – Режим доступа:
<http://www.discourses.org/OldArticles/What%20is%20Political%20Discourse%20Analysis.pdf>.
93. Kolln M. Rhetorical Grammar : grammatical choices, rhetorical effects / Martha Kolln. – 5-th. ed. – Boston : Allyn and Bacon, 2006. – 260 p.
94. Maslow A. A Theory of Human Motivation [Электронный ресурс] / Abraham H. Maslow // Psychological Review. – 1943. – Vol. 50. – № 4. – P. 370–396. – Режим доступа: <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>.
95. Searle J. R. A Theory of Speech Act / John R. Searle. – London : Cambridge University Press & Bentley House, 1969. – 203 p.
96. The LONGMAN Dictionary of Contemporary English / Managing edit. Ch. Fox. – 5-th edition. – Italy : La Tipografica Varese, 2006. – 1950 p.