МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ПЛЮТА НАТАЛІЯ ЛЕОНІДІВНА

УДК 811.111'42:32(043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ
СПЕЦИФІКА МОВЛЕННЯ АДРЕСАНТА-РЕТРАНСЛЯТОРА В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

035 – Філологія
03 – Гуманітарні науки

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Н. Л. Плюта

(підпис) (ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник: Алексєєва Ольга Миколаївна, кандидат філологічних наук, доцент

Київ – 2026

АНОТАЦІЯ

Плюта Н. Л. Специфіка мовлення адресанта-ретранслятора в сучасному англомовному політичному дискурсі. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 035 Філологія. – Український державний університет імені Михайла Драгоманова, Київ, 2026.

Зміст анотації

Дисертацію присвячено вивченню специфіки мовлення адресанта-ретранслятора в сучасному англомовному політичному дискурсі на прикладі мовлення прессекретарів Білого дому США під час проведення ними пресбрифінгів. У роботі *розглянуто*: теоретичні положення та терміни, які функціонують в інституційному політичному дискурсі; підходи до аналізу дискурсу та основні положення статистичного методу обробки результатів експерименту, вплив способу формування підвибірок на результат обчислення частоти слововживання мовних одиниць та оцінено мінімальний розмір вибірки, необхідний для забезпечення репрезентативності результатів; комунікативні тактики, які використовують прессекретарі Білого дому США та президенти США під час проведення пресбрифінгів та пресконференцій відповідно; специфіку функціонування особових займенників у мовленні прессекретарів; фактори впливу на мовлення прессекретаря, як індивідуальної мовної особистості.

Підкреслено, що політичний дискурс є завжди інституційним, а його учасниками є: владні структури (перш за все політична гілка); політичні партії та рухи, які претендують на владу; засоби масової інформації; політично активні громадяни та аполітичний прошарок суспільства. Головною метою інституційного політичного дискурсу є боротьба за завоювання влади, її утримання та використання. Безпосередніми учасниками інституційного політичного дискурсу у межах пресбрифінгу є прессекретар як представник

владної інституції (адресант-ретранслятор) і репортери як представники засобів масової інформації (адресати-ретранслятори). Кінцевим реципієнтом є громадянське суспільство, перш за все виборчий електорат. Присутність владних структур в інституційному політичному дискурсі призводить до нерівноправності його учасників. У той же час в умовах пресбрифінгу відносини між учасниками комунікації є складнішими. Прессекретар, як службовець адміністрації президента США, отримує повідомлення від адміністрації президента і доносить його до репортерів. Він не може відступити від траєкторії політичного дискурсу, визначеної президентом і його адміністрацією, оскільки веде політичну боротьбу не на свою користь, а на користь президента та адміністрації. Однак за певних умов, враховуючи, що його мовлення є усним і здійснюється експромтом, йому доводиться приймати рішення одноосібно і говорити як самостійний політик, адресант. Репортери, з одного боку, беруть участь у дискурсі як адресати-ретранслятори – отримують повідомлення від прессекретаря і доносять його до широкої аудиторії. При цьому вони можуть передавати повідомлення у власній інтерпретації. З іншого боку, репортери є працівниками засобів масової інформації і вимушені інтерпретувати повідомлення з урахуванням статусно-рольових обмежень, котрі діють у рамках конкретного інституту.

Зауважено, що мовна особистість (адресант) бере участь у політичній комунікації як особистість з усіма властивими їй рисами, притаманними як одноперсонологійному виміру, так і поліперсонологійному. Мовлення індивідуальної мовної особистості, її ідіолект, зумовлюється історією її соціалізації, вродженими здібностями, місцем проживання, віком, приналежністю до певних соціальних груп, освітою, професією тощо.

Сформовано набір комунікативних тактик, якими користуються прессекретарі і президенти США під час проведення пресбрифінгів та пресконференцій відповідно. Досліджено відмінності у використанні тактик прессекретарями і президентами. *Підкреслено*, що комунікативні тактики не є універсальними. Вибір і ефективність їх застосування залежить

від багатьох факторів і перш за все визначається політичною доцільністю, конкретикою мовленнєвого акту, умовами та обставинами комунікації.

Встановлено, що вибір комунікативних стратегій і тактик прессекретарями Білого дому США визначається інституційним тиском (тобто політикою президента і його адміністрації), статусно-рольовими обмеженнями та політичною доцільністю. Вибір лексичних засобів визначається в першу чергу особистісними рисами мовця. Нижчий, порівняно з президентом, статус прессекретаря зобов'язує його більш ретельно добирати мовні засоби для пом'якшення категоричності висловлювань і надання мовленню дипломатичного відтінку.

Методами контент-аналізу і порівняльного аналізу *досліджено* специфіку використання особових займенників у мовленні прессекретарів Білого дому США шляхом порівняння їх мовлення з мовленням президентів США під час пресконференцій. *Показано*, що найбільш суттєві відмінності у їх мовленні спостерігаються у використанні особового займенника першої особи однини *I*. На відміну від президентів, прессекретарі не використовують займенник *I* для створення або захисту власного іміджу, оскільки головним завданням прессекретаря є робота на імідж президента. З цієї ж причини прессекретарі не використовують займенник *I* для демонстрації своєї рішучості, лідерства чи унікальності своєї позиції. Суттєвої різниці у використанні займенників *WE*, *THEY* та дихотомії *WE – THEY* для конструювання комунікативних тактик не спостерігається. Тим не менш, прессекретарі звертаються до дихотомії *WE – THEY* рідше за президентів. *Відзначено*, що особові займенники *I*, *WE*, *THEY*, іменник *PRESIDENT* та дієслівні конструкції з займенником *I* відіграють важливу роль у реконструкції мовної особистості прессекретаря. Як прессекретарі, так і президенти найчастіше використовують займенник *I* з дієсловами *think*, *say*, *believe*, *know*. Особовий займенник третьої особи однини *HE* для виконання функції персуазивності у мовленні прессекретарів практично не використовується.

Відзначено, що індивідуальна мовна особистість прессекретаря, його ідіолект, формуються під впливом ряду факторів, вирішальними з яких є генний рівень, історія соціалізації, практичний досвід, а також достатній рівень сили волі, здатність і готовність робити свою мову більш прийнятною для партнерів по комунікації. При цьому більший вплив на формування мовної особистості індивіда має більш ранній досвід. Ці висновки було отримано шляхом зіставлення мовленнєвих портретів кожного з обраних прессекретарів з історією їх соціалізації, практичним досвідом та медійною репутацією.

На прикладі прессекретаря Д.Д. Майєрс за каденції президента Б. Клінтона *продемонстровано*, що суттєвий вплив на мовлення прессекретаря як індивідуальної мовної особистості можуть мати умови та обставини комунікації. Несприятливі умови комунікації можуть занижувати самооцінку індивіда, робити його невпевненим в собі, проявляти слабку позицію та зосереджуватися на власному стані.

Доведено, що у мовленні прессекретарів як індивідуальних мовних особистостей проявляються гендерні відмінності. Аналіз частотності займенників у мовленні прессекретарів Білого дому показав, що для мовлення жінок характерна підвищена частотність вживання займенників.

Порівняльний аналіз мовленнєвих портретів прессекретарів Білого дому США *засвідчив*, що результат формування індивідуальної мовної особистості прессекретаря, його ідіолекту, буде більш якісним і успішним, якщо вплив соціального середовища буде доповнюватися відповідним бажанням та волею індивіда, а його соціалізація та набуття практичного досвіду відбуватимуться в рамках однієї соціальної групи.

Показано, що частотний розподіл дейктиків *I* та *PRESIDENT*, побудований на основі даних корпусів мовлення прессекретарів, близький до рівномірного. У той же час графіки частотного розподілу решти обраних дейктиків (*YOU*, *HE*, *WE*, *THEY*, *AMERICANS*) близькі до *t*-розподілу Стьюдента. Рівномірний частотний розподіл означає, що всі значення частоти вживання дейктиків *I* і *PRESIDENT*, в межах діапазону їх значень, мають

приблизно однакові ймовірності їх появи (у межах похибки). Тоді як частотні розподіли займенників *WE*, *YOU*, *THEY*, *HE* мають виражені максимуми і, відповідно, найбільш вірогідні значення частоти їх вживання. Це може бути свідченням того, що вживання дейктиків *I* і *PRESIDENT* є системним, і їх можна вважати ключовими словами. На наш погляд, така специфіка вживання дейктиків *I* і *PRESIDENT* пов'язана з інституційним тиском та політичною доцільністю.

Базуючись на аналізі експериментальних даних, *показано*, що розмір підвибірок та спосіб їх формування не впливають на точність визначення частоти слововживання мовних одиниць. В експериментах порівнювалися частоти слововживання мовних одиниць, розраховані для підвибірок однакового розміру та підвибірок випадкового розміру. Різниця отриманих значень частот слововживання обраної мовної одиниці, незалежно від способу формування підвибірок, не перевищувала розміру довірчого інтервалу. Відзначено також, що в окремих випадках, коли немає потреби оцінювати розмір довірчого інтервалу, частоту слововживання мовної одиниці можна обчислювати для корпусу в цілому, без розбивки його на підвибірки.

Експериментально *доведено*, що для забезпечення вимірювання (обчислення) значення частот досліджуваних мовних одиниць з довірчою ймовірністю $P = 0{,}95$ мінімальний розмір корпусу повинен бути не менше, ніж 200 тисяч слів. Це означає, що 95% значень вимірювань (обчислень) частоти досліджуваних мовних одиниць не будуть відрізнятися від середнього значення частоти цієї мовної одиниці більше, ніж на подвоєне значення модуля довірчого інтервалу. Для довірчої ймовірності $P = 0{,}68$ розмір корпусу повинен становити не менш як 250 тисяч слів. При цьому абсолютне значення різниці між середнім значенням частоти досліджуваної мовної одиниці і значенням конкретного вимірювання в 68% вимірювань не перевищуватиме значення модуля довірчого інтервалу.

Перспективу подальших наукових досліджень пов'язуємо з поглибленим аналізом ролі різноманітних мовних одиниць у вияві

індивідуальних рис мовця як індивідуальної мовної особистості, відображенні його характеру й намірів, а також взаємозв'язку частотного розподілу мовної одиниці з її функцією у тексті.

Ключові слова: англомовний політичний дискурс, інституційний політичний дискурс, політична комунікація, адресант-ретранслятор, прессекретар, мовна особистість, ідіолект, мовленнєвий портрет, картина світу, вербалізація, вербально-семантичний рівень, лінгвокогнітивний рівень, прагматичний рівень, статусно-рольові обмеження, інституційний тиск, комунікативні стратегії і тактики, особові займенники, дейксис, дейктичні одиниці, дихотомія, когнітивний аналіз, корпусний аналіз, контент-аналіз, експеримент, статистичний метод.

ABSTRACT

Pliuta N. L. Specificity of the speech of addressor-retransmitter in the contemporary English-language political discourse. – Qualifying academic paper. Manuscript.

Thesis for the degree of higher education of Doctor of Philosophy, Speciality 035 Philology – Dragomanov Ukrainian State University, Kyiv, 2026.

Abstract content

The thesis examines the specific features of the speech of the addressor-retransmitter in contemporary English-language political discourse, using the press briefings of US White House press secretaries as a case study. The paper considers the following: theoretical concepts and terminology functioning in institutional political discourse; approaches to discourse analysis, and the main principles of the statistical method for analyzing experimental results, the influence of the method of forming subsamples on the result of calculating the frequency of word usage, and an assessment of the minimum sample size required to ensure the representativeness of the results; communicative tactics and techniques used by US White House press secretaries and US presidents during press briefings and press conferences respectively; the specific features of the use of personal pronouns in the speech of press secretaries; factors influencing the speech of the press secretary as an individual linguistic personality.

At the same time, in the context of a press briefing, the relationships between those involved in the communication are more complex. The press secretary, as an official of the US presidential administration, receives messages from the presidential administration and conveys them to reporters. He cannot deviate from the trajectory of political discourse set by the president and his administration, as he is engaged in a political struggle not for his own benefit, but for that of the president and the administration. However, under certain conditions, given that his speech is oral and delivered extemporaneously, he has to make decisions

independently and speak as an autonomous politician, an addressor. Reporters, on one hand, participate in the discourse as addressee-retransmitters – they receive messages from the press secretary and convey them to a wide audience. In doing so, they may convey the message according to their own interpretation. On the other hand, reporters are media professionals and are compelled to interpret the message, taking into account the status-role constraints that operate within a specific institution.

It has been noted that the linguistic personality (the addressor) participates in political communication as an individual with all the characteristics inherent to them, concerning both monopersonological and polypersonological dimensions. The speech of an individual linguistic personality, their idiolect, is determined by the history of their socialization, innate abilities, place of residence, age, membership of certain social groups, education, profession, and other factors.

A set of communication tactics employed by US press secretaries and presidents during press briefings and press conferences, respectively, has been identified. The differences in the use of these tactics by press secretaries and presidents have been examined. It is emphasized that communication tactics are not universal. Their selection and effectiveness depend on many factors and are primarily determined by political expediency, the specifics of the speech act, and the conditions and circumstances of the communication.

It has been established that the choice of communication strategies and tactics by US White House press secretaries is determined by institutional pressure (i.e., the policies of the president and his administration), status- and role-related constraints, and political expediency. The choice of lexical means is determined primarily by the speaker's personal characteristics. The press secretary's lower status, compared to that of the president, obliges them to choose their words more carefully in order to soften the possible categorical tone of their statement and lend their speech a more diplomatic note.

Using content and comparative analysis, this study examines specific patterns of personal pronoun usage in the speech of US White House press secretaries

by comparing their press briefings with the press conference remarks of US presidents. It has been shown that the most significant differences in their speech are observed in the use of the first-person singular pronoun *I*. Unlike presidents, press secretaries do not use the pronoun *I* to create or defend their own image, as the main task of a press secretary is to work on the president's image. For the same reason, press secretaries do not use the pronoun *I* to demonstrate their determination, leadership or the uniqueness of their stance. No significant difference is observed in the use of the pronouns *WE*, *THEY*, and the *WE–THEY* dichotomy for constructing communicative tactics. Nevertheless, press secretaries resort to the *WE–THEY* dichotomy less frequently than the presidents. It has been noted that the personal pronouns *I*, *WE*, *THEY*, and the noun *PRESIDENT*, and verbal constructions with the pronoun *I,* play an important role in reconstructing the linguistic personality of the press secretary. Both press secretaries and presidents most frequently use the pronoun *I* with the verbs *think*, *say*, *believe*, and *know*. The third-person singular pronoun *HE* is almost never used to perform a persuasive function in the speech of press secretaries.

It has been noted that a press secretary's individual linguistic personality and idiolect are shaped by a number of factors, the most decisive of which are genetic predisposition, history of socialization, practical experience, as well as a sufficient degree of ability and willingness to make one's speech more acceptable to the communication partners. At the same time, earlier experiences have a greater influence on the formation of an individual's linguistic personality. These conclusions were reached by comparing the linguistic portraits of each of the selected press secretaries with their socialization history, professional experience and media reputation.

The example of press secretary Dee Dee Myers during President B. Clinton's tenure demonstrates that the conditions and circumstances of communication can significantly impact the speech of a press secretary as an individual linguistic personality. Unfavourable communication conditions can lower an individual's self-

esteem, make them feel less secure, cause them to adopt a weak stance, and lead them to focus on their own state of mind.

It has been demonstrated that gender differences are evident in the speech of press secretaries as individual linguistic personalities. An analysis of the frequency of pronouns in the speech of White House press secretaries has shown that women's speech is characterized by a higher frequency of pronoun use.

A comparative analysis of the language portraits of US White House press secretaries has shown that the development of a press secretary's individual linguistic identity – their idiolect – should be of a higher quality and more successful if the influence of the social environment is complemented by the individual's own desire and will, and their socialization and acquisition of practical experience take place within a single social group.

It has been shown that the frequency distribution of the deictics *I* and *PRESIDENT*, plotted on the basis of the data obtained from the press secretary's speech corpora, is close to a uniform distribution. At the same time, the frequency distribution graphs for the remaining selected deictics (*YOU*, *HE*, *WE*, *THEY*, *AMERICANS*) are close to the Student's t-distribution. A uniform frequency distribution means that all frequency values for the deictics *I* and *PRESIDENT*, within their range of values, have approximately equal probabilities of occurrence (within the margin of error). Whereas the frequency distributions of the pronouns *WE*, *YOU*, *THEY*, *HE* have distinct peaks and, accordingly, the most probable frequency values. This may indicate that the use of the deictics *I* and *PRESIDENT* is systematic, and they can be considered the keywords in this case. In our view, this specific pattern of use of the deictics *I* and *PRESIDENT* is linked to institutional pressure and political expediency.

Based on an analysis of experimental data, it has been shown that the size of the subsamples and the method used to form them do not affect the accuracy of determining the frequency of word usage. The experiments compared the frequencies of linguistic units calculated for subsamples of equal size

and subsamples of random size. The difference between the obtained frequencies of the selected linguistic units, regardless of the method of subsample formation, did not exceed the width of the confidence interval. It was also noted that in certain cases, where there is no need to estimate the width of the confidence interval, the frequency of a linguistic unit can be calculated for the corpus sample as a whole, without dividing it into subsamples.

It has been experimentally demonstrated that, in order to measure (calculate) the frequency of the linguistic units under investigation with a confidence level of $P = 0{,}95$, the minimum corpus size must be at least 200,000 tokens. This means that 95% of the measured frequencies of the linguistic units under study will not differ from the mean frequency of that linguistic unit by more than twice the width of the confidence interval. For a confidence level of $P = 0{,}68$, the corpus size must be at least 250,000 tokens. In this case, the absolute value of the difference between the mean frequency of the linguistic units under study and the value of a specific measurement will not exceed the absolute value of the confidence interval in 68% of the measurements.

The prospects for future research lie in an in-depth analysis of the role of various linguistic units in revealing the individual characteristics of the speaker as a linguistic personality and in reflecting their character and intentions.

Keywords: English-language political discourse, institutional political discourse, political communication, addressor-retransmitter, press secretary, linguistic personality, idiolect, speech portrait, language picture of the world, verbalization, verbal-semantic level, linguistic-cognitive level, pragmatic level, status-role restrictions, institutional pressure, communicative strategies and tactics, personal pronouns, deictics, deictic units, dichotomy, cognitive analysis, corpus analysis, content analysis, experiment, statistical method.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковано
основні наукові результати дисертації

1. Pliuta, N. (2024). Comparative analysis of the use of methods of communicative influence on the audience by the addresser and the addresser-retransmitter in the American political discourse. *Scientific Journal of Mykhailo Dragomanov State University of Ukraine. Series 9. Current Trends in Language Development*, 28, 67–78. https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series9.2024.28.06

2. Плюта, Н. (2025). Експериментальне дослідження впливу способу формування корпусної вибірки на репрезентативність результатів. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 88(2), 214–220. https://doi.org/10.24919/2308-4863/88-2-29

3. Pliuta, N. (2026). Pragmatics of personal pronouns in the discourse of the press secretary of the white house. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія»*, 6, 94–106. https://doi.org/10.24919/2522-4565.2026.65.11

4. Pliuta, N. (2026). Factors influencing the formation of the individual linguistic personality of the US White House press secretary. *«Вісник науки та освіти»*: журнал, 3(45), 195–214. https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-3(45)-195-214

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

5. Плюта, Н. Л. (2023). The estimation of the corpus size in the corpus-based analysis of the white house press secretary discourse. *Актуальні проблеми романо-германської філології*: *матеріали IV Міжнародної наукової конференції*. Київ: УДУ імені Михайла Драгоманова, 123–126.

6. Плюта, Н. Л. (2023). До питання стратегії формування та роботи з корпусними вибірками при аналізі політичного дискурсу. *Світ мови – світ у*

мові: матеріали VII Міжнародної наукової конференції (м. Київ, 27 жовтня 2023 р.; Український державний університет імені Михайла Драгоманова): тези доповідей / уклад. І. В. Воловенко, Т. В. Слива; за заг. ред. Ю. В. Кравцової. Київ: Вид-во УДУ імені Михайла Драгоманова, 221–224.

7. Плюта, Н. Л. (2024). Certain features of the pragmatics of the White House press secretary's speech. *Освіта і наука – 2024. Зб. Наукових праць*. К.: УДУ імені Михайла Драгоманова, 700–702.

8. Плюта, Н. Л. (2025). Деякі аспекти мовлення адресанта-ретранслятора в англійськомовному політичному дискурсі. *Програма і матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Філософія мови та нові тенденції в перекладознавстві й лінгвістиці» (28 березня 2025 р.)*. Київ: УДУ імені Михайла Драгоманова, 214–215.

9. Плюта, Н. (2026). Фактори впливу на формування індивідуальної мовної особистості прессекретаря Білого дому. *Програма і матеріали V Міжнародної науково-прикладної інтернет-конференції «Корпусна лінгвістика в науці й освіті» (27 березня 2026 р.)* / упоряд., ред.: С. А. Матвєєва, О. В. Довгань, Н. М. Сафонова; Міністерство освіти і науки України; Український державний університет імені Михайла Драгоманова. Київ: УДУ імені Михайла Драгоманова, 50–51.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ 2

ABSTRACT 8

ВСТУП 18

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВЛЕННЄВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ 32

1.1. Визначення термінів *політичне спілкування*, *політична комунікація*, *дискурс* та їх роль у суспільстві 33

1.2. Політичний дискурс як процес передачі та обміну політичною інформацією з метою впливу на реципієнта 38

1.3. Мовна особистість та її реконструкція 43

1.4. Комунікативні стратегії і тактики у політичному дискурсі 48

Висновки до розділу 1 51

РОЗДІЛ 2. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВЛЕННЯ УЧАСНИКІВ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ 53

2.1. Основні підходи до аналізу сучасного політичного дискурсу 53

2.2. Елементи статистичного методу обробки експериментальних даних 61

2.3. Експериментальне дослідження впливу організації вибірки на репрезентативність результатів 67

2.4. Етапи дослідження політичного дискурсу прессекретарів Білого дому США 80

Висновки до розділу 2 82

РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ МОВЛЕННЯ ПРЕССЕКРЕТАРІВ БІЛОГО ДОМУ США 84

3.1. Статусно-рольові характеристики учасників пресбрифінгу як жанру політичного дискурсу 85

3.2. Порівняльний аналіз комунікативних стратегій і тактик у мовленні президентів США та прессекретарів Білого дому 87

3.3. Аналіз мовлення прессекретаря Білого дому у поліперсонологійному вимірі мовної особистості 102

3.3.1 Мовні одиниці та засоби виконання функції персуазивності у політичному дискурсі 102

3.3.2. Роль займенників у дискурсі прессекретаря Білого дому..... 106

Висновки до розділу 3 122

РОЗДІЛ 4. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ПРЕССЕКРЕТАРЯ БІЛОГО ДОМУ США 125

4.1. Прессекретар Білого дому США Маргарет «Ді Ді» Майєрс 126

4.1.1. Біографічні дані та медійна репутація Д.Д. Майєрс..... 126

4.1.2. Мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому Д.Д. Майєрс 127

4.2. Прессекретар Білого дому США Джейк Сіверт..... 131

4.2.1. Біографічні дані та медійна репутація Дж. Сіверта..... 131

4.2.2. Мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому Дж. Сіверта 132

4.3. Прессекретар Білого дому США Арі Флейшер 135

4.3.1 Біографічні дані та медійна репутація А. Флейшера 135

4.3.2. Мовний портрет прессекретаря Білого дому А. Флейшера..... 137

4.4. Прессекретар Білого дому США Дана Періно..... 139

4.4.1. Біографічні дані та медійна репутація Д. Періно 139

4.4.2. Мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому Д. Періно 140

4.5. Прессекретар Білого дому США Шон Спайсер..... 147

4.5.1. Біографічні дані та медійна репутація Ш. Спайсера. 147

4.5.2. Мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому Ш. Спайсера..... 149

4.6. Прессекретар Білого дому США Кейлі МакЕнані..... 153

4.6.1. Біографічні дані та медійна репутація К. МакЕнані..... 154
4.6.2. Мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому К. МакЕнані 155
4.7. Вплив особистісних рис та соціального статусу адресанта-ретранслятора на його мовлення на прикладі прессекретарів Білого дому 158
Висновки до розділу 4 172
ВИСНОВКИ..... 174
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 177
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ..... 204
ДОДАТКИ..... 212

ВСТУП

Дисертацію присвячено вивченню специфіки мовленнєвої поведінки адресанта-ретранслятора в сучасному англомовному політичному дискурсі на матеріалі мовлення прессекретарів Білого дому США під час проведення пресбрифінгів у 1993–2021 роках.

Політичний дискурс як предмет наукового аналізу розглядають через притаманні йому риси, серед яких виокремлюють особливу мету спілкування, учасників комунікації, функції, жанри, стратегії і тактики. На сьогодні в науковій спільноті циркулюють різноманітні означення поняття «політичний дискурс» (Буканов, 2025; Вусик, Антонюк, 2020; Голубовська, Орлова, 2017; Ковалевська, 2008; Лукіна, 2021; Окулова, 2011; Осипенко, 2022; Проноза, 2021; Чепіль, 2011; Шевчук, 2013; Al-Majali, 2015; Alinezhad & Nemati, 2019; Baker & McEnery, 2015; Bengtsson, 2023; Carreon & Svetanant, 2017; Charteris-Black, 2006; Chilton, 2004; Cutting, 2002; van Dijk, 1993, 1997, 2003, 2015). Однак більшість науковців зауважує, що політичний дискурс виникає та функціонує лише в процесі політичної комунікації. «Найважливішою функцією політичного дискурсу є функція політичної пропаганди, переконання та впливу» (Алексєєва, 2017, с. 252).

Зважаючи на сучасні інформаційні технології, значення політичної комунікації в житті суспільства важко переоцінити. Вона стала одним із наріжних каменів політичного процесу, який політики використовують для завоювання, утримання та використання політичної влади. Аналіз політичної комунікації, її учасників та мети висвітлено в наукових розвідках Акайомової (2011), Бацевича (2009), Болкарьової (2020), Буканова (2025), Внучко (2025), Воробйової, Цьокан (2024), Вусик (2020), Голубовської, Орлової (2017), Горохової (2024), Дяченко, Халін (2019), Дячук (2018), Ільєнко, Шумейко (2021), Каліщук, Лазуки (2015), Калитюк, Іщук (2018), Климанської (2007), Кондратенко (2015), Кондратенко, Стрій, Билінської (2019), Кривенко (2014), Лукіної (2021), Лосєвої (2016), Лупаїн (2022), Мозер (2020), Мужеляк (2025),

Ницполь (2023), Одінцової (2017), Окулової (2021), Осипенко (2022), Остапенко (2012), Павлуцької (2008), Петренко (2000), Піддеми (2015), Пронози (2021), Романюк & Заяць (2012), Рудої (2012), Савчук, Марченко (2019), Семенюк, Паращук (2010), Славової (2010; 2017), Солодкої, Мороз (2024), Соловйової (2022), Стрій (2015), Сумкіної, Карпенко (2021), Тимофєєва (2021), Федорової (2022), Фрасинюк (2020), Харитонової (2018), Чепіль (2015), Шило (2018), Boyd & Pio (2009), de Fina (1995), Fraser (1996), Giles (1997, 2013, 2016), Hamdaoui (2015), Popovych & Marakin (2024), van Dijk (2003, 2017).

До числа учасників політичної комунікації дослідники (Акайомова, 2011; Остапенко, 2011; Романченко, 2019) зараховують: владу (перш за все, перших осіб); політичні партії та рухи, які претендують на владу; засоби масової інформації; політично активний прошарок населення; аполітичні прошарки населення.

Дослідники політичного дискурсу відзначають також його інституційність та статусну орієнтованість. Присутність владних інститутів у ньому призводить до нерівноправності учасників комунікації, домінування представників влади (адресантів) і дискримінації реципієнтів (адресатів) (Акайомова, 2011; Болкарьова, 2020; Ковалевська, 2008; Elmer, Cornwell, 1960).

На сьогодні науковці здебільшого фокусують свою увагу на аналізі мовлення лідерів політичної влади, а також партій і рухів (Батранчук, 2020; Воробйова, Цьокан, 2020; Голубовська, Орлова, 2017; Горохова, Додар, 2024; Каліщук, 2018; Лосєва, 2016; Ницполь, 2023; Шило, 2018; Якимчук, 2022; Alinezhad, Nemati, 2019).

У той же час учасники політичної комунікації з боку влади можуть знаходитися на різних щаблях політичної ієрархії і мати різні повноваження. Прикладом такого політика, на наш погляд, може бути прессекретар Білого дому США, класифікований нами як адресант-ретранслятор (Pliuta, 2024). Під час брифінгу його мовлення є усним і значною мірою ведеться

експромтом, оскільки він не може передбачити всі можливі запитання репортерів. За певних умов він вимушений брати на себе відповідальність і діяти як самостійний політик.

Актуальність теми дисертаційної роботи обумовлена тим, що на сьогодні мовлення політиків у процесі політичної комунікації, класифікованих як адресанти-ретранслятори, залишається мало дослідженим. Зокрема, нам невідомі розвідки, присвячені аналізу мовлення прессекретарів Білого дому США як типових представників адресантів-ретрансляторів.

Дослідження сфокусоване на вивченні впливу на мовлення адресанта-ретранслятора статусно-рольових обмежень, обставин та ситуації з одного боку та особистісних рис мовця як індивідуальної мовної особистості з іншого боку.

Актуальність дослідження пов'язана також з широким використанням англомовного політичного дискурсу політиками усього світу з метою маніпулювання свідомістю адресатів, прагнучи переконати їх оцінювати і діяти в потрібному політикам руслі.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційне дослідження виконане на кафедрі прикладної лінгвістики та перекладознавства Українського державного університету імені Михайла Драгоманова в контексті науково-дослідної роботи кафедри прикладної лінгвістики та перекладознавства Українського державного університету імені Михайла Драгоманова «Корпусні лінгвістичні дослідження у зіставному та прикладному аспектах» (номер державної реєстрації 0120U101670 від 18.03.2020 р.). Тема дисертації затверджена Вченою радою Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, протокол №5 від 24 листопада 2022 р.

Метою дослідження є визначення типових рис мовлення адресанта-ретранслятора у сучасному англомовному політичному дискурсі.

Об'єкт дослідження – сучасний англомовний політичний дискурс в умовах пресбрифінгів прессекретарів Білого дому США та пресконференцій президентів США.

Предмет дослідження – мовлення адресантів-ретрансляторів в англомовному політичному дискурсі прессекретарів Білого дому США під час проведення ними пресбрифінгів.

Мета дисертації полягає у дослідженні особливостей мовлення адресанта-ретранслятора в сучасному англомовному політичному дискурсі. Дослідження проводилося на матеріалі мовлення прессекретарів Білого дому США як типових адресантів-ретрансляторів.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

1) критично проаналізувати наукову літературу, опрацювати основні теоретичні положення та визначатися з термінами, які функціонують в інституційному політичному дискурсі, окреслити основні підходи до аналізу дискурсу, а також основні положення статистичного методу обробки результатів експерименту;

2) дослідити вплив організації вибірок на репрезентативність корпусних методів у лінгвістиці та оцінити мінімальний розмір корпусу, необхідний для забезпечення репрезентативності результатів;

3) розглянути специфіку використання комунікативних стратегій і тактик прессекретарями Білого дому США шляхом порівняння їх мовлення з мовленням президентів США в умовах пресконференції, проаналізувати умови та охарактеризувати учасників політичної комунікації під час проведення пресбрифінгу;

4) виявити використання окремих мовних одиниць та засобів для виконання функції персуазивності в інституційному політичному дискурсі в умовах пресбрифінгу прессекретарями Білого дому США та президентами США;

5) встановити фактори, які впливають на формування індивідуальної мовної особистості адресанта-ретранслятора та його мовлення у процесі

політичної комунікації на матеріалі мовлення прессекретарів Білого дому США під час проведення пресбрифінгів.

Джерельна база дослідження. Джерельною базою для вивчення мовлення прессекретарів в умовах пресбрифінгів та мовлення президентів США під час проведення пресконференцій слугували такі ресурси: The American Presidency Project (https://surli.cc/petylh), веб-сайт адміністрації президента Б. Клінтона (https://clintonwhitehouse4.archives.gov/index.html), веб-сайт адміністрації президента Дж. Буша-молодшого (https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/index.html), веб-сайт адміністрації президента Д. Трампа (перша каденція) (https://trumpwhitehouse.archives.gov/).

Джерелами інформації щодо біографічних даних та медійної репутації прессекретарів, крім веб-сайтів відповідних президентських адміністрацій, були веб-сторінки англомовних новинних видань: ABC News (https://abcnews.com/), AP News (https://apnews.com/), CBS News (https://www.cbsnews.com/), CNN (https://edition.cnn.com/), International Business Times (https://www.ibtimes.com/), Fox News (https://www.foxnews.com/), The Guardian (https://www.theguardian.com/), The Hill (https://thehill.com/), The Times (https://www.thetimes.com/), The Washington Post (https://www.washingtonpost.com/).

Фактичний матеріал дослідження становлять офіційні записи пресбрифінгів, проведених прессекретарями за період перебування відповідних прессекретарів на посадах (1993–2021 рр.). Пресбрифінги було обрано методом суцільної вибірки або випадкової вибірки (відповідно до визначеного мінімального розміру корпусу 200–250 тис. слів) з урахуванням необхідності рівномірного представлення мовлення прессекретаря за термін його перебування на посаді.

У такий спосіб було відібрано 60 пресбрифінгів прессекретаря Ді Ді Майєрс (на посаді з 20.01.1993 р. по 22.12.1994 р.), загальним обсягом 262 136 токенів: 27.01.1993; 28.01.1993; 03.02.1993; 08.02.1993; 17.02.1993; 25.02.1993; 05.03.1993; 15.03.1993; 28.03.1993; 06.04.1993; 15.04.1993;

23.04.1993; 26.04.1993; 03.05.1993; 12.05.1993; 20.05.1993; 07.06.1993; 11.06.1993; 28.06.1993; 19.07.1993; 29.07.1993; 03.08.1993; 25.08.1993; 16.09.1993; 28.09.1993; 12.10.1993; 18.10.1993; 22.10.1993; 01.11.1993; 08.11.1993; 17.11.1993; 07.12.1993; 14.12.1993; 17.01.1994; 25.01.1994; 31.01.1994; 02.02.1994; 17.02.1994; 22.02.1994; 01.03.1994; 23.03.1994; 11.04.1994; 15.04.1994; 02.05.1994; 11.05.1994; 24.05.1994; 13.06.1994; 23.06.1994; 28.06.1994; 14.07.1994; 27.07.1994; 04.08.1994; 15.08.1994; 22.08.1994; 15.09.1994; 29.09.1994; 04.10.1994; 13.10.1994; 15.12.1994; 22.12.1994.

Суцільна вибірка пресбрифінгів прессекретаря Джейка Сіверта (на посаді з 30.09.2000 р. по 20.01.2001 р.) становила 49 брифінгів, загальним обсягом 251 145 токенів: 02.07.1999; 17.08.1999; 18.08.1999; 31.08.1999; 02.09.1999; 01.02.2000; 04.02.2000; 17.02.2000; 31.03.2000; 04.04.2000; 06.04.2000; 11.05.2000; 26.05.2000; 15.06.2000; 07.07.2000; 24.08.2000; 12.09.2000; 02.10.2000; 06.10.2000; 10.10.2000; 12.10.2000; 13.10.2000; 19.10.2000; 06.11.2000; 09.11.2000; 15.11.2000; 16.11.2000; 21.11.2000;. 22.11.2000; 27.11.2000; 28.11.2000; 29.11.2000; 30.11.2000; 01.12.2000; 04.12.2000; 05.12.2000; 06.12.2000; 07.12.2000; 18.12.2000; 19.12.2000; 21.12.2000; 22.12.2000; 29.12.2000; 02.01.2001; 03.01.2001; 05.01.2001; 10.01.2001; 16.01.2001; 18.01.2001.

Суцільна вибірка пресбрифінгів прессекретаря Арі Флейшера (на посаді з 20.01.2001 р. по 15.07.2003 р.) склала 359 пресбрифінгів загальним обсягом 1 343 719 токенів. Вибірку було розбито на п’ять підвибірок таким обсягом: підвибірка №1 – 276 770 слів; підвибірка №2 – 273 351 слів; підвибірка №3 – 279 341 слів; підвибірка №4 – 243 490 слів; підвибірка №5 – 270 767 слів.

Вибірка пресбрифінгів прессекретаря Дани Періно (на посаді з 14.09.2007 р. по 20.01.2009 р.) становила 56 пресбрифінгів загальним обсягом 263 475 токенів: 26.03.2007; 30.03.2007; 10.04.2007; 26.04.2007; 04.05.2007; 22.06.2007; 25.06.2007; 18.09.2007; 21.09.2007; 27.09.2007; 04.10.2007; 11.10.2007; 26.10.2007; 01.11.2007; 15.11.2007; 29.11.2007;

07.12.2007; 19.12.2007; 02.01.2008; 16.01.2008; 23.01.2008; 05.02.2008; 25.02.2008; 05.03.2008; 10.03.2008; 20.03.2008; 08.04.2008; 14.04.2008; 15.04.2008; 30.04.2008; 12.05.2008; 20.05.2008; 23.05.2008; 30.05.2008; 06.06.2008; 24.06.2008; 03.07.2008; 16.07.2008; 21.07.2008; 13.08.2008; 14.08.2008; 29.08.2008; 02.09.2008; 18.09.2008; 26.09.2008; 16.10.2008; 23.10.2008; 03.11.2008; 14.11.2008; 17.11.2008; 01.12.2008; 08.12.2008; 16.12.2008; 07.01.2009; 14.01.2009; 16.01.2009.

Вибірка пресбрифінгів прессекретаря Шона Спайсера (на посаді з 20.01.2017 р. по 21.07.2017 р.) становила 58 пресбрифінгів загальним обсягом 296 688 токенів: 21.01.2017; 23.01.2017; 31.01.2017; 01.02.2017; 02.02.2017; 03.02.2017; 06.02.2017; 07.02.2017; 08.02.2017; 14.02.2017; 21.02.2017; 22.02.2017; 23.02.2017; 24.02.2017; 27.02.2017; 01.03.2017; 02.03.2017; 06.03.2017; 07.03.2017; 08.03.2017; 09.03.2017; 13.03.2017; 14.03.2017; 16.03.2017; 20.03.2017; 21.03.2017; 22.03.2017; 23.03.2017; 24.03.2017; 27.03.2017; 28.03.2017; 29.03.2017; 30.03.2017; 31.03.2017; 03.04.2017; 04.04.2017; 05.04.2017; 06.04.2017; 07.04.2017; 10.04.2017; 11.04.2017; 13.04.2017; 17.04.2017; 25.04.2017; 27.04.2017; 28.04.2017; 01.05.2017; 03.05.2017; 08.05.2017; 09.05.2017; 12.05.2017; 16.05.2017; 02.06.2017; 19.06.2017; 20.06.2017; 23.06.2017; 26.06.2017; 17.06.2017.

Суцільна вибірка пресбрифінгів прессекретаря Кейлі МакЕнані (на посаді з 07.04.2020 р. по 20.01.2021 р.) становила 45 пресбрифінгів загальним обсягом 230 135 токенів: 01.05.2020; 06.05.2020; 08.05.2020; 12.05.2020; 15.05.2020; 20.05.2020; 22.05.2020; 26.05.2020; 28.05.2020; 01.06.2020; 03.06.2020; 08.06.2020; 10.06.2020; 17.06.2020; 19.06.2020; 22.06.2020; 23.06.2020; 29.06.2020; 30.06.2020; 01.07.2020; 06.07.2020; 09.07.2020 (1); 09.07.2020 (2); 13.07.2020; 16.07.2020; 21.07.2020; 24.07.2020; 31.07.2020; 04.08.2020; 10.08.2020; 13.08.2020; 19.08.2020; 31.08.2020; 03.09.2020; 04.09.2020; 09.09.2020; 16.09.2020; 22.09.2020; 24.09.2020; 01.10.2020; 30.10.2020; 20.11.2020; 02.12.2020; 16.12.2020; 07.01.2020.

Методи дослідження. Наукові результати дисертаційної роботи були одержані за допомогою лінгвістично орієнтованих, психологічно орієнтованих та соціолінгвістичних підходів. У роботі було представлено комплексну методологію, яку було реалізовано із застосуванням шести методів:

– *метод контент-аналізу* (або кількісний метод) використовувався для дослідження мовлення прессекретарів та президентів США шляхом аналізу великих корпусів тексту, що дало можливість отримати кількісні характеристики їх мовлення та вивчити його семантичні особливості;

– *метод критичного дискурс-аналізу* зосереджується на вивченні мовних засобів, за допомогою яких влада здійснює своє панування у суспільстві. В нашому дослідженні використовувався для виокремлення мовленнєвих стратегій і тактик, застосовуваних прессекретарями Білого дому США та президентами США;

– *метод інтент-аналізу* використовувався для розкриття маніпулятивного потенціалу мовлення прессекретарів;

– *психографологічний аналіз* мовлення прессекретарів дозволив отримати дані щодо середнього розміру речень, коефіцієнтів лексичної різноманітності, коефіцієнтів дієслівності/агресивності, коефіцієнтів логічної зв'язності та коефіцієнтів емболії;

– *соціолінгвістичний підхід* дозволив проаналізувати вплив соціальних факторів на мовну ідентичність прессекретаря, функціонування його ідіолекту;

– *статистичний метод* використовувався для обробки експериментальних даних щодо частотності вживання мовних одиниць (зокрема, для оцінки середнього значення частоти слововживання, довірчого інтервалу, абсолютної та відносної похибок та іншого).

Наукова новизна отриманих результатів.

Вперше досліджено мовлення прессекретарів Білого дому як учасників політичного дискурсу у межах пресбрифінгу.

Сформовано набір комунікативних тактик, якими користуються президенти США і прессекретарі Білого дому США під час проведення пресконференцій та пресбрифінгів. Досліджено відмінності їх використання прессекретарями і президентами. Відзначено, що комунікативні тактики не є універсальними. Їх вибір і ефективність залежить від багатьох факторів і визначається в першу чергу конкретикою мовленнєвого акту, умовами та обставинами спілкування.

Встановлено, що ключову роль у репрезентації індивідуальної мовної особистості прессекретаря відіграють особові займенники *I*, *WE*, *YOU*, *THEY* та іменник *PRESIDENT*, а також дієслівні конструкції з займенником *I* (наприклад*, I think*, *I know*, *I say*, *I believe*).

Експериментально *з'ясовано*, що частотний розподіл слововживання дейктиків *I* та *PRESIDENT*, побудований для корпусів мовлення прессекретарів і президентів, близький до рівномірного. Це свідчить про системність вживання цих дейктиків прессекретарями та президентами, а самі дейктики можна вважати ключовими словами.

Визначено фактори впливу на формування індивідуальної мовної особистості мовця. На матеріалі мовлення прессекретарів продемонстровано суттєвий вплив на формування індивідуальної мовної особистості індивіда, історії його соціалізації і практичного досвіду. Підкреслено важливість наявності у індивіда достатнього рівня сили волі та готовності робити свою мову більш прийнятною для партнерів по комунікації.

Продемонстровано, що на мовлення людини як індивідуальної мовної особистості можуть суттєво впливати умови та обставини комунікації.

Показано, що у мовленні прессекретарів Білого дому США як індивідуальних мовних особистостей проявляються гендерні відмінності. Мовлення жінок характеризується підвищеною частотністю вживання особових займенників.

Доведено, що розмір підвибірок та спосіб їх формування не впливають на точність визначення частот слововживання. В експериментах

порівнювалися частоти, розраховані для підвибірок однакового розміру та підвибірок випадкових розмірів. Різниця отриманих значень частот слововживань не перевищувала розміру похибки.

Статистично *обґрунтовано* мінімальний розмір корпусу, який забезпечує надійну репрезентативність результатів. Показано, що для забезпечення довірчої ймовірності отриманих даних P=0,95, розмір корпусу повинен перевищувати 200 тис. слів, а для забезпечення довірчої ймовірності P=0,68 це значення становить не менше 250 тис. слів. Відзначено, що різниця між частотами слововживань, отриманими з розбивкою корпусу на підвибірки і без розбивки, не буде виходити за межі довірчого інтервалу.

Апробація результатів дослідження. Результати дисертаційного дослідження апробовані на ***4 міжнародних*** конференціях: IV Міжнародна наукова конференція «Актуальні проблеми романо-германської філології» (11–12 травня 2023 р., УДУ імені Михайла Драгоманова); VII Міжнародна наукова конференція «Світ мови – світ у мові» (м. Київ, 27 жовтня 2023 р.; Український державний університет імені Михайла Драгоманова); V Міжнародна науково-практична конференція «Філософія мови та нові тенденції в перекладознавстві й лінгвістиці» (УДУ імені Михайла Драгоманова, м. Київ, 28 березня 2025 р.); V Міжнародна науково-прикладна інтернет-конференція «Корпусна лінгвістика в науці й освіті» (27 березня 2026 р., Київ, УДУ імені Михайла Драгоманова), а також ***3 звітно-наукових*** конференціях: Звітно-наукова конференція “Єдність навчання і наукових досліджень – головний принцип університету” (22–26 травня 2023 р., УДУ імені Михайла Драгоманова); Звітно-наукова конференція «Єдність навчання і наукових досліджень – головний принцип університету» за підсумками наукових досліджень викладачів, докторантів та аспірантів УДУ імені Михайла Драгоманова в 2024 році, м. Київ, 20-24 травня 2024 р.; Звітно-наукова конференція “Єдність навчання і наукових досліджень – головний принцип університету” за підсумками наукових досліджень

викладачів, докторантів та аспірантів УДУ імені Михайла Драгоманова в 2025 році, м. Київ, 19-23 травня 2025 р.

Публікації. Теоретичні й практичні результати дисертації викладено у 9 публікаціях автора: у 4 статтях у фахових виданнях України категорії Б, а також у 5 матеріалах міжнародних конференцій. Основні положення та висновки дисертаційного дослідження розроблені автором особисто.

Практичне значення дисертаційного дослідження полягає у тому, що проведений аналіз мовлення прессекретарів Білого дому США як характерних представників групи адресантів-ретрансляторів сприятиме поглибленню знань щодо особливостей англомовного інституційного політичного дискурсу, статусно-рольових відносин його учасників та специфіки їх мовлення.

Крім того, результати дослідження впливу різних способів формування корпусної вибірки, у тому числі її розміру, матимуть практичне значення при вивченні політичного дискурсу кількісними методами (корпусними методами).

Результати дисертаційного дослідження також можна використовувати при викладанні таких дисциплін, як «Дискурсивні студії», «Соціолінгвістика», «Психолінгвістика», «Теорія комунікації», «Теорія мовного впливу».

Структура і обсяг роботи. Дисертація складається з анотацій двома мовами, списку опублікованих праць автора, вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаної літератури (224 позиції, з них 111 іноземними мовами), списку джерел фактичного матеріалу (71 позиція), 10 додатків. Повний обсяг дисертації – 222 сторінки. Основний зміст викладено на 176 сторінках.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, сформульовано мету дослідження та визначено його завдання, об’єкт та предмет, відзначено наукову новизну та практичне значення одержаних результатів, описано методи дослідження і фактичний матеріал, наведено дані про апробацію результатів дисертації і структуру роботи.

У **першому розділі** «Теоретичні засади дослідження мовленнєвої діяльності в англомовному політичному дискурсі» розглянуто сутність термінів *політичне спілкування*, *політична комунікація*, *дискурс* та їх роль у суспільстві. Охарактеризовано термін *політичний дискурс* як конкретний прояв політичної комунікації, як процес передачі та обміну політичною інформацією з метою впливу на реципієнта. Досліджено поняття *мовна особистість* та основні підходи до її реконструкції. Підкреслено, що мовна особистість має два основні концептуальні виміри – *одноперсонологійний* і *поліперсонологійний* (за А. Загнітком). Проаналізовано комунікативні стратегії і тактики, якими користуються прессекретарі та президенти під час проведення пресбрифінгів та пресконференцій відповідно. Відзначено, що присутність в інституційному політичному дискурсі владних структур призводить до нерівноправності його учасників.

У **другому розділі** «Методи дослідження мовлення учасників політичного дискурсу» розглянуто основні напрями, методи та підходи до вивчення політичного дискурсу. Детально проаналізовано сукупність лінгвістично орієнтованих підходів до аналізу політичного дискурсу, зокрема:

- критичний дискурс-аналіз;
- лінгвокогнітивний підхід;
- кількісний підхід (метод контент-аналізу, корпусний метод);
- порівняльний та описовий підходи;
- інтент-аналіз.

Також розглянуто сукупність методів дослідження політичного дискурсу та зауваження дослідників (Дячук, 2018; Жуковська, 2013; Засєкіна, Засєкін, 2008; Калмикова, 2008; Коваль, 2021; Космеда, 2012; Куранова, 2023; Мойсеєнко, 2009; Ницполь, 2023; Окулова, 2021; Почепцов, 1999; Соловей, 2015; Юлінецька, Бабій, 2022) щодо напрямів і тенденцій дослідження політичного дискурсу. Відзначено, що процес вивчення політичного дискурсу відбувається за багатьма напрямами, зокрема: лінгвістичними, лінгвопрагматичними, антропоцентричними,

соціолінгвістичними та іншими. Друга частина розділу присвячена аналізу основних положень статистичного методу обробки експериментальних даних та дослідженню впливу організації вибірки (способу формування корпусу текстів) на репрезентативність результатів, зокрема точність визначення частоти слововживань. Обґрунтовано значення мінімального розміру корпусу, достатнього для отримання статистично надійних висновків.

У **третьому розділі** «Комунікативно-прагматичні характеристики мовлення прессекретарів Білого дому США» розглянуто статусно-рольові характеристики учасників пресбрифінгу як жанру політичного дискурсу, проведено аналіз використання комунікативних стратегій і тактик у мовленні президентів США та прессекретарів Білого дому США. Виокремлено 16 тактик комунікативного впливу на адресатів, якими користуються під час пресконференцій та пресбрифінгів президенти та прессекретарі. Розглянуто мовні одиниці та засоби виконання функції персуазивності, які використовують у політичному дискурсі в умовах пресбрифінгу прессекретарі Білого дому США. На основі експериментальних даних проаналізовано роль особових займенників у дискурсі прессекретаря Білого дому США крізь призму поліперсонологійного виміру мовної особистості.

У **четвертому розділі** «Фактори впливу на формування індивідуальної мовної особистості прессекретаря Білого дому США» розглянуто біографічні дані та медійну репутацію шести прессекретарів Білого дому США та реконструйовано їх мовленнєві портрети. Надано результати експериментального дослідження індивідуальної мовної особистості прессекретарів Білого дому США, які були отримані методами контент-аналізу, психографологічного аналізу та порівняльного аналізу. Відзначено фактори, які впливають на формування індивідуальної мовної особистості прессекретаря. Підкреслено роль особових займенників *I*, *WE*, *THEY*, іменника *PRESIDENT* та дієслівних конструкцій з займенником *I* у реконструкції індивідуальної мовної особистості прессекретаря. Продемонстровано, що умови та обставини комунікації можуть мати суттєвий вплив на мовлення

прессекретаря. Також виокремлено інші фактори, які впливають на мовлення прессекретаря як індивідуальної мовної особистості.

У **висновках** представлено основні результати роботи і окреслено перспективи подальших наукових розвідок. Підкреслено, що політичний дискурс завжди є інституційним, оскільки однією стороною комунікації є представники влади, що робить його нерівноправним, однобічним, зорієнтованим на маніпулювання свідомістю реципієнтів. Відзначено, що вживання дейктиків *I* і *PRESIDENT* є системним, і їх можна вважати ключовими словами у мовленні прессекретарів. Вказано, що мінімальний розмір корпусу, який забезпечує репрезентативність результатів, повинен становити не менше 200–250 тис. слів, а спосіб формування підвибірок не впливає на точність результатів. Доведено, що мовлення прессекретаря Білого дому США як адресанта-ретранслятора визначається в першу чергу трьома основними факторами: статусно-рольовими обмеженнями, політичною доцільністю та особистісними рисами мовця. Окреслено фактори впливу на формування індивідуальної мовної особистості прессекретаря.

Перспективу подальших наукових досліджень пов’язуємо з поглибленим аналізом ролі різноманітних мовних одиниць у вияві індивідуальних рис мовця як індивідуальної мовної особистості, відображенні його характеру й намірів, а також взаємозв’язку частотного розподілу мовної одиниці з її функцією у тексті.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВЛЕННЄВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

В останні десятиліття вибуховий розвиток інтернет-технологій різко змінив і розширив роль комунікації в суспільстві, у першу чергу політичної, призвів до глобалізації інформаційного простору. Сьогодні мова стає інструментом «інтеграції у світовий і культурний простір» (Овчиннікова та ін., 2025). Враховуючи це, для здійснення впливу на суспільство влада замість механізмів примусу все частіше використовує різноманітні механізми досягнення інформаційно-маніпулятивного ефекту. Боротьба за владу та її використання є головною метою і рушійною силою політичної комунікації. У зв'язку з цим у політиці як мистецтві керування державою важливе значення мають риторичні вміння та комунікативні компетенції політиків. Досконале володіння комунікативними тактиками та прийомами значно посилює ефективність впливу на електорат. Отже, вивчення ролі мовних засобів у досягненні комунікативної ефективності видається важливим складником наукових розвідок відповідно спрямування (Blynova et al, 2024). Механізми тиску політиків на виборців та громадянське суспільство в цілому і з метою їх удосконалення та підвищення ефективності досліджують у політичному дискурсі як конкретному вияві політичної комунікації. Боротьба за владу в рамках політичного дискурсу здійснюється за допомогою мови, яка є надважливим інструментом зв'язку індивіда з суспільством. У зв'язку з цим лінгвістичні дослідження мовлення учасників політичної комунікації та її конкретного вияву – політичного дискурсу – сьогодні є актуальними в академічній спільноті.

1.1. Визначення термінів *політичне спілкування*, *політична комунікація*, *дискурс* та їх роль у суспільстві

Сучасний постіндустріальний світ характеризується високим рівнем розвитку інформаційних технологій. Це, перш за все, інтернет з усіма його комунікаційними технологіями, телебачення, радіо, друковані засоби масової інформації та інше. Завдяки ним політична комунікація стала одним із наріжних каменів формування політики загалом (Gryshchenko, 2025). У цих умовах «влада у відносинах з суспільством, з іншими державами замінює прямий тиск і насильство технологіями маніпулятивного впливу» (Остапенко, 2012, с. 140). Учасниками політичної комунікації у суспільстві є представники владних інститутів, у тому числі їх лідери, політичні партії та рухи, які претендують на владу, засоби масової інформації, громадянське суспільство, перш за все виборчий електорат, громадські організації. Питання політичної комунікації, політичного дискурсу досліджувалися багатьма науковцями, серед яких Акайомова (2011), Внучко (2025), Остапенко (2012), Bengtsson (2023), Bourdieu (1991), Boyd & Pio (2009), van Dijk (1993, 1997, 2003, 2015), Carreon & Svetanant (1995), Charteris-Black (2006), Chilton (2004).

Важливу роль та значення політичної комунікації у житті громадянського суспільства відзначає ряд науковців: Акайомова (2011), Внучко (2025), Остапенко (2012). Зокрема, С. Внучко підкреслює, що «політична комунікація є фундаментальною складовою політичного процесу, що проявляється у здатності влади формувати, транслювати й легітимізувати політичні рішення через мовні акти» (Внучко, 2025, с. 186).

М. Остапенко наголошує, що «значення політичної комунікації важко переоцінити, адже вона має підтримувати цілісність суспільства, забезпечувати постійний зв’язок між владними структурами, політичними партіями, громадськими організаціями, об’єднаннями, лобістськими угрупуваннями, засобами масової інформації і громадянами з приводу

актуальних проблем громадсько-політичного і соціально-економічного життя» (Остапенко, 2012, с. 139).

А. Акайомова зауважує, що «тільки завдяки каналам політичної комунікації можна обнародувати і роз’яснити свої рішення, звернутися за політичною підтримкою, відзвітувати, створити імідж» (Акайомова, 2011, с. 90). Аналізуючи політичну комунікацію як соціальне явище, дослідники звертають увагу на її роль як інструмента, користуючись яким політики формують громадську думку, тим самим змушуючи громадян думати і діяти в потрібному політикам напрямі, що вимагає певного рівня дедуктивних здібностей для кодування і розкодування прихованих комунікативних намірів (Blynova et al., 2026, с. 287). Отже політична комунікація для них є перш за все інструментом маніпуляції.

Цієї думки дотримується і М. Остапенко: «Сучасна політична картина світу багато в чому визначається не самими політичними процесами та явищами, а інформацією про них, точніше, інтерпретацією цієї інформації учасниками комунікації». При цьому вихідна інформація може бути не стільки фактичною, «скільки штучно створеною моделлю події чи процесу, що складається з образів та символів, уявлень про них, а не реальних подій та фактів» (Остапенко, 2011, с. 578).

З цим твердженням погоджується також С. Внучко, зауважуючи, що «політична комунікація не лише обслуговує політичну систему, а й формує її, впливаючи на громадську думку, поведінку виборців і стиль політичної взаємодії» (Внучко, 2025, с. 186).

Важливе значення для розуміння ролі політичної комунікації у суспільстві має зауваження І. Пронози про те, що «політична комунікація <…> завжди була пов'язана з інститутами політичної влади» (Проноза, 2021, с. 75). Політична комунікація, як і її конкретний прояв у вигляді політичного дискурсу, є інституційною. Влада використовує усі свої можливості та переваги для впливу на результати комунікації задля досягнення своєї основної мети утримання і використання політичної влади.

Розглянемо визначення поняття *політична комунікація*.

На сьогодні в науковій спільноті відсутнє загальновизнане розуміння поняття *політична комунікація*. Кваліфікуючи цей термін, науковці звертають увагу на різні аспекти цього явища. Так, І. Проноза під поняттям *політична комунікація* розуміє трирівневу модель: «по-перше, усі форми комунікації, здійснювані політиками для досягнення конкретних цілей; по-друге, комунікація, адресована цим політикам іншими людьми – наприклад, виборцями, журналістами; і, по-третє, комунікація про них та їх діяльність у ЗМІ» (Проноза, 2021, с. 77).

М. Попович і В. Маракін наводять інше визначення: «політична комунікація – це комунікативний процес взаємообміну політичною інформацією і трансляції політичного дискурсу серед політичних суб'єктів, органів державного управління, громадянського суспільства, спрямований на досягнення консенсусу в прийнятті політичних і управлінських рішень, легітимізацію влади і підтримку стабільності демократичної політичної системи через засоби масової комунікації, соціальні мережі інтернету, неформальні контакти тощо» (Popovych, Marakin, 2024).

У *Політологічному енциклопедичному словнику* (Бацевич, 1997, с. 162) термін *політична комунікація* «визнають як процес передачі, обміну політичною інформацією, який структурує політичну діяльність та надає їй нового значення, формує громадську думку і політичну соціалізацію громадян з урахуванням їхніх потреб та інтересів». Це визначення, на наш погляд, найбільш повно відображає суть терміна *політична комунікація* і в подальшому ми будемо спиратися на нього.

Розглянемо сутність поняття *дискурс*. Слід відзначити, що на сьогодні серед наукової спільноти відсутній єдиний підхід щодо визначення і розуміння цього терміна. Неоднозначність розуміння цього поняття, його амбівалентність пояснюється історією формування дискурсивної теорії, в якій існували різноманітні підходи та відповідні тлумачення терміна *дискурс*, а також відсутністю єдиної позиції щодо місця дискурсу в системі категорій

мови (Кравцова та ін., 2025). Ряд науковців, зокрема В. Осипенко, пов'язують складнощі з визначенням поняття дискурсу з тим, що «воно опинилося на перетині цілого ряду наукових дисциплін» (Осипенко, 2022, с. 300). До цих дисциплін відносять лінгвістику, психолінгвістику, соціолінгвістику, філософію, соціологію, антропологію, етнографію, когнітивну психологію, літературознавство та інші.

Поняття *дискурс* характеризується рядом ознак і критеріїв, зокрема:

1. *Учасники дискурсу*. Їх повинно бути принаймні два: мовець і реципієнт, адресант і адресат, політик і журналіст, політик і громадяни і т.п. Комунікація між ними може бути як рівноправною, так і нерівноправною. За соціальним розшаруванням учасники дискурсу можуть перебувати як на одних ступенях соціальних сходів, так і на різних. Вони можуть комунікувати як безпосередньо, так і опосередковано. Слід зауважити, що ряд дослідників, наприклад, А. Строс, розглядають учасників комунікації як членів соціальних груп та організацій. На його переконання, дві особи у спілкуванні ніколи не є просто особами, але є представниками певних груп, соціальних класів, вікових категорій і т. п. Особа, яка уособлює певний статус, повинна володіти одним або кількома атрибутами, такими як навички, сертифікати, або навіть певний вік (Strauss, 1977).

2. *Контекст дискурсу*. Зокрема місце та умови комунікації, час та тематика дискурсу. Дискурс може відбуватися як в офіційних установах (наприклад, в університетській аудиторії, в залі засідань установи, у Верховній раді України і т.п.), так і в інших місцях (наприклад під час мітингів, на різноманітних інтернет-майданчиках). Значним розмаїттям характеризуються і умови спілкування. Комунікація може відбуватися в умовах виборчої кампанії, на науковій конференції або виробничій нараді, на пресконференції або під час виголошення інавгураційної промови президента, між користувачами інтернет-ресурсів і т.п. На дискурс накладає відбиток і час. Це може бути дискурс стосовно минулих (історичних) подій, дискурс під час війни і т.п. Суттєвий вплив має тематика дискурсу,

що проявляється в різноманітті його жанрів (науковий дискурс, медійний дискурс, політичний дискурс і т.п.).

3. *Мета дискурсу* взаємопов'язана з його жанром. Наприклад, для наукового дискурсу – це встановлення істинності та закономірностей. Для рекламного дискурсу – це просування товару, стилю життя і т.п. Для політичного дискурсу – захоплення і утримання влади та її використання.

4. *Система мовних засобів і характеристик*, до якої відноситься зв'язний текст в усній чи письмовій формі, діалогічність мовлення, пов'язане за змістом висловлювання та інше.

З урахуванням наведених вище та інших ознак дискурсу, науковці по-різному визначають зміст цього поняття. Так, О. Чепіль зауважує, що «дискурс є складним і багатоаспектним феноменом. Дискурс – це комунікативна подія, що обумовлюється взаємозв'язком між мовцем та слухачем і передбачається мовленнєвою поведінкою останніх» (Чепіль, 2011, с. 215). Головним у дискурсі, на думку О. Чепіль, є взаємозв'язок між мовцем та слухачем.

В. Осипенко вважає, що «дискурс – це 1) зв'язний текст, пов'язаний мовною ситуацією; 2) цілісна комунікативна (мовна) одиниця; 3) усний чи письмовий вид тексту, адресований до слухача/читача; 4) монолог – діалог; 5) адресоване повідомлення; 6) семантично зв'язана послідовність висловлювань (реплік). Це поняття також можна розуміти як комунікативну діяльність з урахуванням прагматичних аспектів та як сукупність текстів, звичаїв, правил, норм певної мови і культури» (Осипенко, 2022, с. 303). Тобто В. Осипенко пов'язує поняття *дискурс* з усіма аспектами його проявів та підкреслює важливість прагматичного аспекту.

А. Романченко розуміє «дискурс як здійснювану в умовах соціокультурного контексту мисленнєвокомунікативну діяльність, що синтезує мовленнєву комунікацію та її результат (процес і продукт – текст)» (Романченко, 2019, с. 186).

Доречно зауважити, що українські науковці досить часто посилаються на розуміння поняття *дискурс* Ф. Бацевича, який розглядає дискурс як вид комунікативної діяльності з урахуванням усіх можливих його проявів. Зокрема, він розглядає дискурс як тривалий у часі процес, як інтерактивне явище, утілене у значній кількості повідомлень, як мовленнєвий потік в усній, писемній, друкованій та інших формах вияву, і регулюється стратегіями і тактиками учасників дискурсу. Він підкреслює також, що дискурс є складною комбінацією когнітивних, мовних, соціальних, психічних, психологічних аспектів, використання яких визначається темою спілкування і призводить до формування певного виду жанру дискурсу (Бацевич, 2007, с. 42–43).

У нашій розвідці ми будемо спиратися на розуміння дискурсу Ф. Бацевичем.

1.2. Політичний дискурс як процес передачі та обміну політичною інформацією з метою впливу на реципієнта

Політичний дискурс, як один із жанрів дискурсу, має ряд специфічних ознак (Кондратенко, 2007). Перш за все науковці відзначають його інституційність та статусну орієнтованість, які є наслідком участі в ньому представників влади (перш за все її політичної гілки) та політичних партій і рухів, які претендують на владу (van Dijk, 2003, Bengtsson, 2023). Присутність владних структур у ньому призводить до специфічної взаємодії учасників комунікації, зокрема їх нерівноправності – домінування, дискримінації і т.п. На це звертають увагу Т. Ковалевська та Т. Бурдьє, зауважуючи, що враховуючи основну мету політичного дискурсу (захоплення і утримання влади), він є скоріше однобічним, орієнтованим на односторонній вплив, а не на рівноправну взаємодію між учасниками комунікації. Політики прагнуть маніпулювати свідомістю адресата, щоб переконати його свідомо або

підсвідомо інтерпретувати, оцінювати, діяти в потрібному політику руслі (Ковалевська, 2008; Bourdieu, 1991).

Т. Соловйова, проаналізувавши жанри українськомовного політичного дискурсу за суб'єктно-об'єктними відношеннями, виокремила такі його «підвиди: власне політичний, медійно-політичний, культурно-політичний, юридично-політичний» та окреслила коло його учасників. Згідно з її класифікацією, *власне політичний* підвид політичного дискурсу передбачає суб'єктну роль політика (президента, депутата, лідера партії тощо) або політичний інститут (парламент, політична партія, уряд та ін.). Роль засобів масової інформації при цьому зводиться до інструмента зв'язку – ретранслятора. У якості прикладів жанрів такого підвиду Т. Соловйова називає партійні та передвиборчі програми, інавгураційні промови, публічні виступи на зібраннях, мітингах та інше (Соловйова, 2022, с. 40–41).

Конкретизуємо поняття *жанр* та його взаємозв'язок з терміном *дискурс*. І. Блинова вважає, що мовленнєвий жанр є набором структурно, тематично і стилістично організованих у структури текстів чи висловлювань. У її розумінні дискурс є родовим концептом відносно жанру, способом «актуалізації тексту у певних ментальних і прагматичних умовах» (Blynova, 2021; Blynova, 2022).

Медійно-політичний підвид політичного дискурсу, відповідно до класифікації Т. Соловйової, може проявлятися у двох ракурсах, в залежності від взаємовідносин між учасниками комунікації (політиків і засобів масової інформації, від імені яких виступають журналісти, громадські діячі і т.п.). З огляду на те, хто із названої пари учасників має перевагу як суб'єкт, Т. Соловйова вирізняє власне медійно-політичний різновид, до якого відносить жанри, де активними агентами є представники ЗМІ або неполітичні учасники. Сюди вона відносить «політичні ток-шоу, круглі столи, журналістські політичні розслідування за участю політиків» і т.п. Другий, *політично-медійний* різновид політичного дискурсу, відповідно до цієї класифікації, включає жанри, у яких найважливішу роль відіграють політики,

хоча в них беруть участь і представники ЗМІ. Сюди дослідниця відносить діалогічні інтерв'ю, дебати, політичну рекламу тощо (Соловйова, 2022, с. 40–41).

Для нашої розвідки актуальним є політико-медійний різновид політичного дискурсу, оскільки учасниками пресбрифінгів є прессекретарі Білого дому США (політики), з одного боку, і засоби масової інформації (журналісти), з іншого боку.

З такою характеристикою політичного дискурсу погоджуються також і Г. Вусик та О. Антонюк, підкреслюючи, що «основною ознакою політичного дискурсу є його інституційність, а важливою рисою є його опосередкованість ЗМІ» (Вусик, Антонюк, 2020, с. 215). При цьому вони характеризують політичний дискурс як багатопланове явище, основними компонентами якого є текст, мета, обставини, ситуація, спосіб та час реалізації, наявність взаємодіючих адресата і адресанта (Вусик, Антонюк, 2020, с. 215). Проблему інституційності у політичному дискурсі досліджували і інші науковці, зокрема, Е. Елмер та А. Майр (Elmer, 1960; Mayr, 2008).

Слід відзначити, що на сьогодні в науковій спільноті немає загальновизнаного трактування терміна *політичний дискурс* (так, як і терміна *дискурс*). На це звертає увагу і Л. Окулова, відзначаючи, що поняття *політичний дискурс* є дискусійним та пов'язує це з розмаїттям критеріїв, на які спираються лінгвісти у спробі його дефініціювати (Окулова, 2021, с. 141).

На наш погляд, тут варто враховувати точку зору С. Матвєєвої та М. Торговець, які пропонують розглядати будь-який термін як «слово або фразу, яка репрезентує фрагмент професійного світогляду через вербалізацію когнітивної термінологічної структури» у професійному дискурсі (Matvieieva, Torgovets, 2022).

Досліджуючи політику як сферу людської діяльності, наріжним каменем якої є завоювання, утримання та використання політичної влади, Л. Лукіна визначає політичний дискурс як «форму політичної діяльності, яка орієнтується на питання державного керівництва суспільством, визначення

форм, завдань і змісту діяльності органів влади» (Лукіна, 2021, с. 76). У той же час, вона характеризує політичний дискурс як різновид рефлексивної мовної комунікації у політиці, направлений на досягнення головної його мети (Лукіна, 2021. с. 76). Рефлексивність мовної комунікації означає її здатність до аналізу й глибокого усвідомлення змісту інформації, що передається.

Л. Лукіна розуміє під поняттям політичний дискурс завершене повідомлення, яке містить виразно окреслену прагматичну установку й поєднує дистинктивні ознаки усного та письмового мовлення з комплексом паралінгвістичних і екстралінгвістичних засобів. Вона відзначає, що політичний дискурс ґрунтується на демократичних принципах, але за правилами інституційної ієрархії. При цьому дослідниця наголошує, що «найголовнішим засобом політика у боротьбі за владу та збереження кола своїх прибічників є мова» (Лукіна, 2021, с. 77).

У кінцевому підсумку, підкреслюючи, що «дискурс є лише символічною реальністю, яка виникає в процесі комунікації, а не самою комунікацією», Л. Лукіна доходить висновку про те, що «політичний дискурс – це сукупність політичних текстів, що циркулюють у соціумі, продукуючи та закріплюючи значення за політично значущими символами й концептами, які стають критеріями правильності чи неправильності дій у межах певного соціуму. Цю текстуальну реальність, з одного боку, створюють політичні суб’єкти, а з іншого боку, вона створює їх» (Лукіна, 2021, с. 79).

Натомість Т. Видайчук, Т. Плеханова і О. Грищенко визначають політичний дискурс як «сукупність текстів, що стосуються політичної проблематики й функціонують у соціальному просторі» (Видайчук, Плеханова, Грищенко, 2023)

Роль індивіда підкреслює О. Селіванова, яка зауважує, що «з одного боку, людина є творцем мови, одним з регуляторів мовних змін і мовного розвитку, користувачем мови в комунікації, з іншого, мова у вигляді численних дискурсивних практик конструює різні світи людської життєдіяльності, створюючи реальний світ, і визначає вчинки й оцінки

людини та мовної спільноти» (Селіванова, 2017, с. 45). Роль мови в житті суспільства, у тому числі в політичному житті, досліджували також Д. Блок (2017), П. Райлі (2007), С. Обен (1997), Р. Водак (1989) та інші.

У свою чергу, Н. Шевчук, дослідивши специфічні риси політичного дискурсу, зробила висновок про те, що «політичний дискурс є багатокомпонентним явищем, що може розглядатися як система взаємопов'язаних рис, функціональних особливостей та специфіки їх реалізації. Йому притаманна наявність широкого інструментарію функцій та жанрового втілення, за допомогою яких досягається головна мета – отримання політичної влади та реалізація політичних інтересів учасниками політичного процесу» (Шевчук, 2013, с. 267).

На прагматичний аспект дискурсу звертає увагу і О. Алексєєва, яка відзначає, що «дискурс – це суттєва складова соціокультурної взаємодії, характерними рисами якої є інтереси, цілі, стилі і формування такої суспільної думки, що потрібна для автора дискурсу» (Алексєєва, 2017, с. 253).

Основною метою політичної комунікації і політичного дискурсу, зокрема, є боротьба за захоплення, утримання і використання політичної влади. В цьому контексті, як зауважує О. Одінцова, «головним завданням політичного дискурсу є дослідження системи складних зв'язків у трикутнику мова, влада, суспільство» (Одінцова, 2017, с. 31). Цього погляду на завдання політичного дискурсу дотримуються і інші науковці.

На ще один важливий аспект політичного дискурсу звертають увагу Д. Каліщук і О. Лазука, підкреслюючи, що за своєю сутністю він зорієнтований на вплив і переконання широкої аудиторії – передусім виборців та громадянського суспільства в цілому (Каліщук, Лазука, 2015, с. 38).

Дослідивши погляди науковців щодо питання визначення та характеристики політичного дискурсу можна дійти таких висновків:

1. Політичний дискурс є складним, багатокомпонентним явищем, яке варто розглядати як систему взаємопов'язаних рис, функціональних особливостей та специфіки їх реалізації.

2. Політичний дискурс є інституційним, статусно-орієнтованим, часто нерівноправним та однобічним, орієнтованим на односторонній вплив, а не на рівноправну взаємодію учасників комунікації.

3. За своєю сутністю політичний дискурс є маніпулятивним, спрямованим на вплив і переконання широкої аудиторії – перш за все виборців та громадянського суспільства.

4. Вагомою рисою політичного дискурсу є його опосередкованість засобами масової інформації.

5. Суттєвий вплив на мовлення учасників політичного дискурсу, перш за все адресантів, має екстралінгвальний контекст – мета, обставини, ситуація, спосіб та час реалізації.

1.3. Мовна особистість та її реконструкція

Політичне спілкування, яке здійснюється в рамках політичної системи і є двостороннім процесом взаємодії влади і суспільства, сьогодні стало однією з базових основ сучасного суспільства. Безпосередніми учасниками політичного спілкування на думку А. Акайомової є: 1) суб'єкти, котрі здійснюють владу; 2) суб'єкти, котрі претендують на владу; 3) політично активна частина суспільства; 4) аполітична частина суспільства. При цьому вона виокремлює три самостійні, але взаємопов'язані, напрями політичної комунікації: 1) комунікації для служби органам влади і управління; 2) комунікації для створення інформаційного простору діяльності партій чи рухів; 3) комунікації для звернення безпосередньо до громадської думки, масової свідомості (Акайомова, 2011, с. 89).

Для позначення мовця в дискурсології використовують терміни *мовна особистість* та *індивідуальна мовна особистість*. «Центральним поняттям в антропоцентричній парадигмі сучасних лінгвістичних студій», стверджує Д. Єнікєєв, є поняття *мовної особистості* (Єнікєєв, 2020, с. 79).

Слід відзначити, що в науковій спільноті на сьогодні циркулюють різноманітні означення терміна *мовна особистість*, залежно від того, на які риси та обставини акцентується увага (Голубовська, 2008).

На це звертає увагу і В. Папіш, стверджуючи, що «множинність розуміння, термінологічна синонімія (мовна особистість. лінгвоперсона, мовленнєва особистість, комунікативна особистість, мовленнєвий портрет, вербальна особистість, модальна особистість), наявність багатьох дефініцій, що враховують різні дослідницькі підходи, призвели до виникнення певної «розмитості» поняття «мовна особистість»» (Папіш, 2022, с. 840).

Детально проаналізувавши феномен мовної особистості, В. Ригованова відзначала, що запропонована нею парадигма людини в мові є необхідною лише в аспекті теоретичного осмислення мовної особистості, оскільки «кожна людина Homo Loquens реалізується одночасно як мовна особистість, мовленнєва особистість та комунікативна особистість» (Ригованова, 2010, с. 57).

Досліджуючи дискурс як єдність мовлення та комунікативної ситуації, І. Кондратюк дійшла висновку про те, що «у межах дискурсу завжди функціонує особистість, яку слід називати дискурсивною». При цьому вона додає, що «поняття дискурсивної особистості є набагато ширшим, ніж поняття мовної особистості» (Кондратюк, 2016).

Д. Єнікєєв трактує мовну особистість «як трирівневу систему ознак, характерних для мовлення та комунікативної поведінки індивіда» (Єнікєєв, 2020, с. 82). При цьому він підкреслює, що «у сучасному мовознавстві вчені вивчають як мовну особистість індивіда, так і колективну мовну особистість, але тільки в окремих аспектах» (Єнікєєв, 2020, с. 80).

Л. Мацько стверджує, що «мовна особистість – це особистість конкретної людини, виражена в мові і через мову в її дискурсах, текстах» та додає, що «поняття мовна особистість ніби відповідає на питання «яка людина: «людина етична», «людина естетична», «людина талановита»,

«людина вольова», «людина інтелектуальна», «людина емоційна», та інше»» (Мацько, 2014, с. 10).

О. Паньків розуміє мовну особистість як комплекс диференційних ознак певного носія мови, котрі співвідносяться з екстралінгвістичними чинниками (Паньків, 2014, с. 65). Ф. Бацевич визначає мовну особистість «як учасника спілкування, як людину, яка в комунікацію входить як особистість з усіма властивими їй рисами» (Бацевич, 2009, с.212). У нашому дослідженні ми будемо спиратися на визначення мовної особистості, запропоноване Ф. Бацевичем, як на більш загальне.

Аналіз досліджених наукових праць засвідчив також розбіжності щодо означення типології мовних особистостей, їх ознак та характеристик.

Так, А. Романченко вважає, «що типологія мовної особистості може будуватися на розумінні її як збірного образу, представника народу, його частини <...>, чи конкретного носія мови, репрезентованого не як член колективу, а як індивідуум, котрий характеризується через сукупність загальних та індивідуальних, притаманних тільки йому рис. Ці два типи мовної особистості зіставляються як типове й індивідуальне». (Романченко, 2019, с. 88). Цю думку поділяють і інші науковці, зокрема К. Андріїшина (2017), А. Загнітко (2017), І. Голубовська (2004).

А. Загнітко, визначаючи мовну особистість як «сукупність усіх мовних здібностей і реалізації особистості», наголошує, що «мовна особистість має два основних концептуальних виміри – одноперсонологійний і поліперсонологійний». Де одноперсонологійний вимір характеризує «окрему мовну індивідуальність в усьому обширі її виявів – часовому, просторовому, еволюційному, культурно-естетичному, соціумному, лінгвокультурологічному та ін.» (Загнітко, 2017, с. 1). Поліперсонологійний вимір характеризує мовну особистість як збірний образ певної соціальної спільноти, наприклад, професійної.

У дисертаційній роботі ми будемо орієнтуватися на розуміння мовної особистості як А. Романченко, так і А. Загнітка, виокремлюючи колективну

мовну особистість (поліперсонологійний вимір) та індивідуальну мовну особистість (одноперсонологійний вимір), які зіставляються як типове й індивідуальне.

Реконструюючи мовну особистість, науковці застосовують широкий спектр різноманітних підходів та методів, які дозволяють виділити та охарактеризувати притаманні індивідуальній особистості риси (Reyes, 2014, 2021, 2022; Hutchison, Bleiker, 2017). Однак, як зазначає О. Паньків, незважаючи на те, що на сьогодні «дослідниками виокремлено різноманітні структурні компоненти мовної особистості з урахуванням психологічних типів особистості, індикаторів статусу чи ролі, соціального типу, мовного та мовленнєвого оточення, використання всіх мовних засобів у мовленні в залежності від різних умов спілкування, але всі вони спираються на трирівневу модель мовної особистості» (Паньків, 2014, с. 65). Йдеться про вербально-семантичний рівень, лінгвокогнітивний (тезаурусний) рівень і мотиваційний (або прагматичний) рівень. З цим погоджується і О. Черненко, зауважуючи, що «комплексне дослідження мовної особистості ускладнюється через велику кількість чинників, що можуть впливати на дискурс: вік і гендер, соціальний статус і професійна сфера, національна приналежність» (Черненко, 2025, с. 403).

Л. Мацько вважає, що процес реконструкції мовної особистості повинен включати в себе аналіз наступних складників:

1) «мовна особистість у своєму часі і на тлі доби, її історії і політики»;

2) «мотиви, інтенції, домінанти особливості світовідчуття, сприйняття явищ, подій»;

3) «реконструкція моделі світу (або фрагменту), відображеної у свідомості мовної особистості: тезаурус, концепти і концептосфери»;

4) «характеристика семантичного рівня дискурсу, опис відмінностей у семантиці тексту»;

5) «реконструкція асоціативно-вербальної сітки (які поняття і як саме виражені цією особистістю комунікації» (Мацько, 2014, с. 10).

У свою чергу А. Романченко пропонує такий алгоритм реконструкції мовної особистості вченого-лінгвіста:

1) «мовне портретування з біографічною ретроспекцією як джерелом формування психоментальної й аксіосистемної оригінальності такої особистості»;

2) «визначення домінантних категорійних виявів наукового дискурсу в аналізованих мовленнєвих практиках»;

3) «різнорівневий аналіз специфічних особливостей використання мовних засобів» мовною особистістю «на вербально–семантичному, репрезентованому лексиконом та граматиконом <...> і лінгвокогнітивному ярусах, де вивченню останнього частково допомагатиме залучення елементів соціокультурного ярусу»;

4) «аналіз прагматичного ярусу в структурі» мовної особистості шляхом визначення набору комунікативних стратегій та тактик у полі дискурсу (Романченко, 2019, с. 104).

При цьому вона зауважує, що «описуючи мовну особистість, слід чітко розрізняти терміни на позначення рівнів її структури. Для розрізнення психологічного і лінгвістичного аспектів необхідно послідовно використовувати терміни: семантичний, тезаурусний і мотиваційний рівні для психологічного аспекту та вербально-семантичний, лінгвокогнітивний і прагматичний рівні для лінгвістичного аспекту» (Романченко, 2019, с. 97).

У нашій розвідці ми будемо орієнтуватися на алгоритм реконструкції мовної особистості, запропонований А. Романченко.

1.4. Комунікативні стратегії і тактики у політичному дискурсі

Для того, щоб політичний дискурс був ефективним засобом досягнення поставлених перед учасниками цілей, політики в процесі комунікації використовують різноманітні мовленнєві стратегії, комунікативні тактики і прийоми.

Зазвичай термін «стратегія» розуміють як довгостроковий, поетапний план, направлений на досягнення загальної мети. На відміну від стратегії як довгострокового плану, тактика – це план конкретних дій, спрямованих на вирішення поточних завдань, необхідних для реалізації стратегії. Стратегія дає відповідь на запитання «Що зробити взагалі?» для реалізації задуму. Тактика дає відповідь на запитання про те, як саме діяти в конкретній ситуації. Тактика – це сукупність дій, прийомів і методів, які використовуються для досягнення поточних завдань у певній ситуації. Іншими словами, це план реалізації стратегії у конкретних обставинах. Тактика є обов'язковою частиною будь-якої діяльності, котра направлена на втілення результату.

У науковій літературі, присвяченій проблемам політичного дискурсу, не існує загальноприйнятого визначення термінів *комунікативна стратегія* та *комунікативна тактика*. Це відзначають І. Горохова разом з А. Додар, зауважуючи, що «у сучасній прагмалінгвістиці немає єдиного підходу до проблеми класифікації комунікативних стратегій і тактик» (Горохова & Додар, 2024, с. 60).

Наприклад, С. Шило визначає термін *комунікативна стратегія* як інтегральне поняття, яке передбачає коригування мовленнєвої поведінки мовця на досягнення поставленої мети. При цьому *комунікативна тактика* розглядається як засіб реалізації стратегії за допомогою різноманітних мовних засобів, стилістичних прийомів та фігур. Комунікативна стратегія, на думку С. Шило, є комплексом заходів, спрямованих на досягнення ефективного впливу на адресата. Стратегії виражаються через комунікативні тактики, які

є конкретними етапами реалізації комунікативних стратегій (Шило, 2018, с. 160).

М. Мозер визначає «стратегію мовленнєву (комунікативну стратегію – автор.) у політиці – як насамперед ментальний процес, застосовуваний політиком у контексті досягнення успіху в робочому процесі; план, зумовлений певною метою, який здійснюється поетапно у формі алгоритму», а комунікативну тактику як «сукупність практичних ходів у реальному процесі мовленнєвої взаємодії» (Мозер, 2020, с. 144).

І. Горохова разом з А. Додар вважають, що «комунікативні стратегії – це узагальнені сценарії комунікативної поведінки, що використовуються для досягнення мети впливу на поведінку та ставлення аудиторії. Вони містять загальні концепції побудови дискурсів та аргументів», а комунікативні тактики науковці трактують як «конкретні методи, які використовує оратор для реалізації комунікативної стратегії» (Горохова & Додар, 2024, с. 60). На нашу думку, визначення понять *комунікативна стратегія* і *комунікативна тактика*, сформульоване І. Гороховою разом з А. Додар, є досить узагальненим і придатним для характеристики політичного дискурсу. У дисертаційній роботі ми будемо спиратися на це визначення.

На відміну від С. Шило, М. Мозер, І. Горохової з А. Додар, погляди О. Чепіль на суть термінів *комунікативна стратегія* і *комунікативна тактика* дещо інші. Зокрема, О. Чепіль наголошує, що «мовну комунікацію можливо вважати стратегічним процесом, який реалізується через конкретні комунікативні стратегії». При цьому комунікативна стратегія розглядається «як когнітивний процес, націлений на спосіб досягнення поставленої мети, прогнозування кінцевого результату та обумовлений вибором мовних засобів». Комунікативна тактика, з точки зору дослідника, це «конкретні мовленнєві дії для реалізації поставлених завдань з метою здійснення впливу на адресата» (Чепіль, 2015, с. 275).

Як приклад О. Чепіль (Чепіль, 2015, с. 275–276) наводить комунікативні стратегії і тактики, до яких вдавався Б. Обама під час передвиборчої кампанії 2004 року на з'їзді партії демократів у Бостоні. Дослідниця дає такий перелік:

1) стратегія самопрезентації, котра реалізовувалася за допомогою тактики солідаризації з адресатом;

2) ціннісно-орієнтована стратегія була реалізована за допомогою тактик ціннісних орієнтацій адресанта та апелювання до загальнолюдських цінностей;

3) стратегію формування емоційного настрою було реалізовано з використанням тактик порівняння, проведення аналогії та єднання;

4) агітаційна стратегія була реалізована за допомогою тактик надання оціночних значень, застереження проти поділу за етнічною чи расовою ознакою, спонукання до єднання, апелювання до моральних цінностей суспільства.

У свою чергу І. Горохова разом з А. Додар відзначають такі приклади використання комунікативних стратегій і тактик американськими політиками К. Гарріс та Д. Трампом:

1) стратегія самопрезентації, котра була реалізована за допомогою тактик солідаризації, виправдовування та апелювання до авторитету;

2) стратегія дискредитації опонента, втілена за допомогою тактик звинувачення та «навішування ярликів»;

3) стратегія аргументації, яка реалізовувалася з використанням тактик обґрунтування оцінки, зіставного аналізу, вказівки на перспективу;

4) стратегія агітації, котра реалізується через тактики обіцянки та заклику;

5) маніпулятивна стратегія, котра була втілена за допомогою тактик гіперболізації, підстановки фактів, підміни понять, апеляції до почуттів (Горохова & Додар, 2024, с. 60–61).

Аналіз наукових публікацій за темою дисертаційного дослідження засвідчив, що для ефективної реалізації комунікативних тактик політики

використовують широкий набір різноманітних прийомів (комунікативних ходів), найбільш розповсюдженими з яких є:

1) анафори та\або повтори використовуються з метою акцентування уваги адресата;

2) риторичні запитання застосовуються з метою «підштовхування» адресата до самостійного висновку (свідомого чи несвідомого), потрібного адресанту;

3) задля створення яскравих образів використовується метафоризація;

4) за допомогою евфемізмів може відбуватися маскування негативної інформації;

5) прийом створення міфів та стереотипів використовують з метою навіювання реципієнтам спрощених уявлень про дійсність.

У подальшому дослідженні ми будемо враховувати і використовувати запропоновані О. Чепіль та І. Гороховою разом з А. Додар приклади комунікативних стратегій і тактик, виокремлених ними під час аналізу мовлення Б. Обами, Д. Трампа та К. Гарріс.

Висновки до розділу 1

1. Політичний дискурс завжди є інституційним. Його учасниками є:

– влада (в першу чергу політична гілка);

– політичні партії та рухи, які претендують на владу;

– засоби масової інформації;

– політично активні громадяни;

– аполітичний прошарок суспільства.

2. Присутність владних структур в інституційному політичному дискурсі призводить до нерівноправності його учасників. Він є однобічним, орієнтованим на односторонній вплив, оскільки політики прагнуть

маніпулювати свідомістю реципієнтів, переконати реципієнта оцінювати ситуацію і діяти у потрібному політику руслі.

3. Мовна особистість як учасник спілкування входить в комунікацію з усіма властивими їй рисами. Це стосується рис, притаманних мовній особистості як в одноперсонологійному вимірі, так і рис, котрі можуть виявлятися у поліперсонологійному вимірі, домінуючому в конкретному комунікативному полі .

4. Комунікативні стратегії і тактики не є універсальними. Їх вибір та ефективність залежать від багатьох факторів і визначаються в першу чергу безпосередньою мовленнєвою ситуацією, умовами та обставинами спілкування.

Основні положення цього розділу відображені в таких публікаціях автора: Pliuta, 2024; Плюта, 2025a.

РОЗДІЛ 2
МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВЛЕННЯ УЧАСНИКІВ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

У боротьбі за владу, її утримання та використання політики широко застосовують різноманітні комунікативні стратегії, тактики та прийоми. У зв'язку з цим для учасників політичної комунікації (перш за все політиків-адресантів) велике значення має досконале володіння засобами мовленнєвого впливу на реципієнтів (адресатів). Механізми комунікативного впливу адресантів на реципієнтів вивчають у рамках досліджень політичного дискурсу як конкретного прояву політичної комунікації. Як зауважує Б. Нортон, основна складність для дослідження ідеологізованого мовлення полягає у тому, що не існує єдиного усталеного підходу до дослідження. Отже, рішення про те, які теми є прийнятними для дослідження, що вважати матеріалом дослідження, які методи дослідження повинні бути використані і що вважати критеріями академічної якості залишається на розсуд дослідника (Norton, 2010, с. 6). Розділ 2 присвячено аналізу основних методів дослідження мовлення учасників політичного дискурсу.

2.1. Основні підходи до аналізу сучасного політичного дискурсу

Розглянемо основні напрями, методи та підходи до вивчення політичного дискурсу. Однією з важливих проблем аналізу політичних процесів у суспільстві, на яку звертають увагу багато науковців, є відсутність загальновизнаних у науковій спільноті дефініцій термінів, якими описують політичні процеси, політичну комунікацію, дискурс і, в тому числі, політичний дискурс. Станом на сьогодні багато означених термінів, які активно циркулюють у цій сфері, є дискусійними.

С. Кривенко зазначає, що «проблема дослідження політичного дискурсу починається вже з намагання чітко дефініціювати поняття дискурс»

(Кривенко, 2014, с. 170). Л. Окулова пов’язує відсутність загальновизнаної термінології у цій сфері з великим «розмаїттям критеріїв, на які спираються лінгвісти» (Окулова, 2021, с. 141) у спробах дефініціювати основні поняття, які широко розповсюджені в політичній сфері, зокрема в процесі політичної комунікації, дискурсу, політичного дискурсу і т. п..

Природно, що все це накладає відбиток і на означення підходів, які використовуються науковою спільнотою для вивчення політичного дискурсу. Цілком слушно, С. Кривенко (2014), Р. Водак та інші (2003, 2016, 2022) стверджують, що різноманітні підходи спричиняють плутанину, що у свою чергу призводить до серйозної критики до досліджень та ще більшої кількості непорозумінь у подальшому. З цієї причини кожен внесок у обсяг досліджень має визначити суть застосування терміна у межах конкретного підходу (Кривенко, 2014, с. 170; Wodak, 2022; Wodak, Meyer, 2016; Wodak, Weiss, 2003).

У свою чергу Ю. Юлінецька разом з О. Бабій відзначають, що «серед зарубіжних і вітчизняних науковців не існує узгодженості щодо характеристик і методологічних засад аналізу політичного дискурсу» (Юлінецька & Бабій, 2022, с. 783).

Детальний аналіз «лінгвістично орієнтованих підходів до вивчення політичного дискурсу» наводить Л. Окулова (Окулова, 2021, с. 141), виділяючи при цьому такі підходи:

1) критичний дискурс-аналіз;

2) лінгвокогнітивний підхід;

3) кількісний підхід;

4) описовий підхід;

5) інтент-аналіз.

У нашій розвідці будемо орієнтуватися на ці підходи, отже, розглянемо їх детальніше у розумінні Л. Окулової.

Критичний дискурс-аналіз зосереджується на вивченні лінгвальних засобів, за допомогою яких влада здійснює панування у суспільстві. Цей метод

фокусується на вивченні взаємозв'язку між мовою, владою, соціальним статусом та ідеологією. Він дозволяє аналізувати як мовні практики підтримують владні структури та відображають соціально-культурні контексти. Його «критичність» пов'язана з тим, що він зосереджується на вивченні прихованих ідеологічних маніпуляцій. Метод критичного дискурс-аналізу розглядається і використовується в роботах вітчизняних і зарубіжних науковців (Кривенко, 2014; Ницполь, 2023; Чучвара, 2015; Chouliaraki, Fairclough, 1999; Collins, Jones, 2006; Hammersley, 1997; Jones, 2004; Jones, Collins, 2006; O'Halloran, 2003, 2007; van Leeuwen, 2013; Wang, 2010, Widdowson, 1998).

Основні положення критичного дискурс-аналізу були закладені М. Пешо, П. Серіо, Т. ван Дейком (van Dijk, 1993; 1997), Р. Водак (Wodak, 1989; 2003; 2005), Р. Брауном та Дж. Юлом (Brown, Yule, 1983).

Кількісний підхід, або *контент-аналіз* зосереджений на дослідженні політичного дискурсу шляхом аналізу великих корпусів тексту, що дає можливість отримати якісні характеристики політичної комунікації та виявити її семантичні особливості. Об'єктами для цього підходу є як великі корпуси текстів, так і окремі мовленнєві жанри політичного дискурсу (Чучвара, 2015; Krippendorff, 2019; Hunston, 2010, 2022, 2025; Partington, Duguid, Taylor, 2013). Застосування корпусного підходу, як відзначають С. Матвєєва, Н. Леміш та А. Зернецька, дає можливість дослідникові отримувати дані щодо частотності мовних одиниць, граматичних категорій та дозволяє конкретизувати різні одиниці в контексті (Matvieieva, Lemish & Zernetska, 2021, с. 474–475).

Лінгвокогнітивний аналіз політичного дискурсу вивчає, як у лінгвістичних структурах проявляються знання мовця про світ, про політичні уявлення особистості, соціальної групи або всього соціуму. Цей підхід поєднує методи лінгвістики з психологією, когнітивною наукою та філософією і включає в себе метафоричне моделювання, лінгвоідеологічний аналіз, моделювання політичного процесу і тому подібне.

Лінгвоідеологічний аналіз проводиться з метою виявлення в дискурсі політика впливу різних ідеологій. Когнітивне моделювання політики включає в себе два підходи до аналізу тексту: операційне кодування та когнітивне картування. Перший підхід пов'язаний з оцінкою політиком певних подій, наприклад, чи є світ політики конфліктним чи гармонійним, чи є цілі певного політика всебічними чи обмеженими і т. п. Когнітивне картування зосереджене на встановленні причинної структури політичного тексту.

Описовий метод зосереджений в першу чергу на використанні риторичного підходу до дослідження політичного дискурсу, що спричинено головною функцією політичного дискурсу – здійсненням мовленнєвого впливу. Основна мета цього методу – описати як саме політична подія представлена у мові. Описовий підхід застосовують для аналізу структури та семантики тексту, виявлення лінгвальних особливостей (метафори, епітети, порівняння, засоби експресивізації, що використовуються для впливу на аудиторію і т.п.). Описовий підхід застосовано у роботах ряду дослідників.

Інтент-аналіз направлений на вияв прихованого підтексту в політичному дискурсі, експлікацію латентних намірів політиків, розкриття маніпулятивного потенціалу політичного дискурсу і т. п. Основна ідея інтент-аналізу полягає у тому, щоб за явним змістом тексту виявити прихований план, вплив, який мовець хотів справити на адресата (Окулова, 2021, с. 141–144). Представники цього підходу мають активну громадянську позицію і спрямовують зусилля на пошук шляхів запобігання соціальних конфліктів.

Об'єктом досліджень тут є публічні промови політичних діячів та застосовувані ними риторичні прийоми, пов'язані з персуазивним ефектом. Сюди ж відносяться і дослідження у межах лінгвопрагматики як розділу лінгвістики, що вивчає вияви суб'єктивного чинника на всіх рівнях мови й у межах усіх аспектів її функціонування. Зокрема, описують мовленнєву поведінку політика, вивчають риторичні стратегії у політичній діяльності, реконструюють мовну особистість політика . У свою чергу в межах лінгвопрагматики Л. Окулова вирізняє ряд напрямів дослідження політичного

дискурсу, а саме: психолінгвістичний, лінгвостилістичний, семантичний, лінгвістична теорія аргументування, лінгвістична теорія управління істиною тощо.

Дун Ці (2024) для дослідження англомовного політичного дискурсу використала наступну сукупність методів:

1. «Лінгвістичний аналіз:
   - лексичний аналіз (частотність слів, словосполучень, лексичних полів);
   - синтаксичний аналіз (складність речень, типи синтаксичних конструкцій);
   - граматичний аналіз (морфологічні особливості, пунктуація).
2. Стилістичний аналіз:
   - використання стилістичних прийомів (метафори, епітети, порівняння);
   - використання риторичних фігур (анафора, епіфора, градація);
   - використання мовних засобів експресивності (інтонація, темп мови).
3. Прагматичний аналіз:
   - визначення комунікативних цілей тексту;
   - визначення стратегій мовної взаємодії;
   - визначення впливу тексту на аудиторію.
4. Когнітивний аналіз:
   - визначення когнітивних моделей, що використовуються в тексті;
   - визначення фреймів та метафор, що застосовуються в тексті;
   - визначення впливу тексту на когнітивні процеси аудиторії.
5. Аналіз даних:
   - інтерпретація результатів лінгвістичного, стилістичного, прагматичного та когнітивного аналізу;
   - виявлення стилістичних особливостей англомовного політичного дискурсу;

– узагальнення та систематизація отриманих результатів» (Дун Ці, 2024, с. 16–17).

Ю. Юлінецька разом з О. Бабій, дослідивши основні методи і підходи до вивчення англомовного політичного дискурсу, окреслили специфічні підходи до його аналізу «з урахуванням лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників за наступними характеристиками: національно-культурний параметр (мова матеріалу дослідження); жанрова спрямованість (публічні промови, дебати, інтерв'ю з політиками); концептосфера; репрезентативність метафор; лінгвальні особливості (синтаксичні, граматичні, лексичні); просодичні засоби; політична спрямованість виступу; особистісний аспект автора промови (впливовість на світову спільноту, авторитетність у політичному середовищі, посада)» (Юлінецька & Бабій, 2022, с. 785).

При цьому вони зауважують, що при доборі матеріалу для наукових розвідок «необхідно враховувати: ступінь популярності виступу <...>; ступінь загостреності соціального контексту; тематично-ідеологічні тенденції; гендерний аспект; темпоральні рамки» (Юлінецька, Бабій, 2022, с. 785).

Проаналізувавши роботи деяких зарубіжних дослідників С. Кривенко дійшла висновку, що з точки зору методології підходи до вивчення дискурсу можна розділити на дві групи: ті, які, виконані в межах когнітивного і традиційного (риторичного, семантико-стилістичного) методів і ті, які виконані на основі «методів дискурс-аналізу». При цьому вона зауважує, що «оптимальним для об'єктивного дискурс-аналізу є поєднання методів, орієнтованих на різні аспекти дослідження» (Кривенко, 2014, с. 171). Відзначаючи велику кількість різноманітних підходів щодо практичного застосування критичного дискурс-аналізу, С. Кривенко зауважує, що їх можна згрупувати за трьома основними школами:

1) когнітивний аналіз дискурсу Т. Ван Дейка (2008, 2015);

2) дискурс-аналіз Н. Ферклау (1992, 2000, 2001, 2003, 2010, 2013);

3) німецька школа критичного аналізу дискурсу: У. Маас (1988), З. Егер (2011), Ю. Лінк (2013).

Розглянувши основні тенденції та підходи до дослідження політичного дискурсу, Є. Корнєлаєва дійшла висновку про те, що «поєднання лінгвістичного та ідеологічного структурних підходів до дискурсивного аналізу конкретних текстів призводить до розуміння дискурсу як точки перетину мови та ідеології, а дискурсивного аналізу як аналізу ідеологічних аспектів використання мови та реалізації певної ідеології в мові» (Корнєлаєва, 2023, с. 190)

О. Ільєнко разом з Л. Шумейко, проаналізувавши напрями і тенденції вивчення політичного дискурсу в сучасних умовах, з'ясували, що цей процес «на сьогоднішній день відбувається багатовекторно: у чисто лінгвістичному напрямку (мова політичних висловлювань); у лінгвопрагматичному (як реалізуються функції політичного дискурсу); в антропоцентричному (політична особистість); соціолінгвістичному (реакція суспільства на політичну діяльність суб'єктів) та інше» (Ільєнко, Шумейко, 2021, с. 74). Аналізуючи публічні промови політиків та використані ними риторичні прийоми, пов'язані з персуазивним ефектом, науковці також використовують лінгвопрагматичний підхід, який вивчає вияви суб'єктивного чинника на всіх рівнях мови й у межах усіх аспектів її функціонування. Користуючись цим підходом, дослідники описують мовленнєву поведінку політика, вивчають риторичні прийоми, які він застосовує для досягнення персуазивного ефекту, реконструюють мовну особистість політика. У той же час лінгвопрагматичний підхід є багатовекторним. Наприклад, Л. Окулова в рамках лінгвопрагматики вирізняє ряд напрямів дослідження політичного дискурсу, а саме: психолінгвістиний, лінгвостилістичний, семантичний, лінгвістичну теорію аргументування, лінгвістичну теорію управління істиною тощо.

Проаналізувавши напрями соціолінгвістичних досліджень, Е. Мур, Я. Блумарт та А. Бакус зауважують, що різні мовці оперують тими самими лінгвістичними ресурсами у дещо відмінні способи, щоб утворити унікальні соціальні значення (Moore, 2004; Blommaert, Backus, 2013).

Аналіз підходів та методів авторів розглянутих наукових робіт щодо проблем вивчення політичного дискурсу свідчить про значні розбіжності у розумінні термінів які використовуються для характеристики підходів та методів аналізу політичного дискурсу. Специфічні риси розглянутих підходів та методів аналізу політичного дискурсу визначаються в першу чергу тим, які параметри (характеристики) дискурсу досліджуються, на які аспекти науковці звертають увагу.

Аналіз методик дослідження дискурсу засвідчив також, що на сьогодні вони поділяються на дві основні групи: кількісні і якісні.

Кількісні методи дослідження дискурсу опираються на встановлені факти і характеризуються високим рівнем доказовості та системності. Це передусім корпусні методи, базовані на аналізі (частотному) великих корпусів текстів (Biber, Conrad, Reppen, 1998).

Результати, отримані за допомогою кількісних методів дослідження дискурсу, характеризуються високим рівнем достовірності й системності. Як відзначає В. Жуковська, «спираючись головним чином на реальний «живий» мовний матеріал, а не на мовну інтуїцію та інтроспекцію, корпусні дослідження дозволяють абстрагуватися від суб'єктивності дослідника і наблизитися до об'єктивного вивчення мови» (Жуковська, 2013, с. 5). Це виявляється у тому, що застосування корпусів для аналізу лексичних одиниць дає можливість аналізувати їх математичними засобами (Matvieieva et al, 2022, с. 40). Таким чином можна вважати, що «корпусна лінгвістика є одним із найбільш перспективних напрямків сучасного теоретичного і практичного мовознавства» (Жуковська, 2013, с. 8). У той же час слід враховувати, що кількісні методи є досить обмеженими, оскільки ґрунтуються переважно на частоті вживання тих чи інших лексичних (мовних) одиниць. Якісним методам властива суб'єктивність, оскільки одне й те саме явище може по-різному трактуватися різними суб'єктами.

Якісні методи розглядають мову (текст/усне мовлення) у взаємозв'язку з мовцем (адресантом) і реципієнтом (адресатом) з урахуванням обставин,

ситуації і часу комунікації, а їх результати значною мірою залежать від інтуїції та творчих здібностей дослідника. У розмовах та інших формах мовленнєвої взаємодії інтерсуб'єктивність досягається і підтримується через публічно виражене розуміння, передане відповідями або реакцією на попередню комунікацію. Перший мовець може з'ясувати, що відповідь видає часткове, неправильне, або іншим чином проблемне розуміння його мовлення і може спробувати виправити своє мовлення у наступних кроках (Sidnell, 2010).

Проведений аналіз методів і підходів, які використовують науковці для дослідження проблем політичного дискурсу, показує, що у більшості наукових розвідок застосовується їх комплекс. Вибір методів і підходів визначається тим, які параметри дискурсу досліджуються, на які аспекти звертають увагу, за яких обставин, ситуацій та часових рамок здійснювався дискурс.

2.2. Елементи статистичного методу обробки експериментальних даних

Залучення корпусних методів до досліджень дискурсу, серед яких і дослідження політичного дискурсу, дає вагомі результати. Під час проведення таких досліджень виникає потреба не лише обчислювати частоту вживання мовних одиниць, а й порівнювати обраховані частоти між собою. В обох випадках коректний аналіз отриманих частот неможливий без оцінки похибок вимірювань. Задля цього у корпусних дослідженнях широко використовують статистичні методи обробки результатів вимірювання (обчислень). Без цього кроку стає неможливою достеменна інтерпретація отриманих результатів (Перебийніс, 2013).

Розглянемо основні положення статистичного методу (Васильків, 2020; Гасюк, Кайкан, 2011; Горват, Молнар, Мінькович, 2019; Камкіна та ін., 2013; Ржепецький, 2011; Baroni, Everts, 2008; Bohm, Zech, 2014;) в обсязі, достатньому для застосування у нашій роботі, котра базується на використанні корпусного методу дослідження текстів. Як відомо (Перебийніс, 2013, с. 35–

37), в процесі дослідження текстів корпусним методом у багатьох випадках доводиться визначати частоту тих чи інших лексичних одиниць, що фактично є серією вимірювань. Тому в подальшому для позначення одиничного випадку розрахунку частоти визначеної лексичної одиниці в окремо взятому підкорпусі встановленого розміру будемо користуватися терміном *вимірювання*.

Жодне вимірювання не може бути проведене з абсолютною точністю – воно обов'язково матиме похибку, спричинену певними факторами (Ржепецький, 2011, с. 8).

З метою організації процесу вимірювань (визначення частоти слововживання) досліджуваний корпус розбивається на n підвибірок. Далі розраховують частоту слововживань x_i у кожній підвибірці. Отриману вибірку значень вимірюваної величини (частоти слововживань) x_i можна записати у вигляді:

$$x = \{x_1, x_2, x_3, \dots, x_n\} \tag{2.2.1}$$

По вибірці розраховують середнє (середнє арифметичне) значення вимірюваної величини x:

$$x \geq \frac{x_1+x_2+x_3+\cdots+x_n}{n} = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} x_i \tag{2.2.2}$$

Відхилення кожного з вимірювань від отриманого середнього значення величини $x >$ називають абсолютною похибкою i-го вимірювання:

$$\delta x_i = x_i - x >, i = 1 \dots n \tag{2.2.3}$$

При цьому точність вимірювання x_i характеризують відносною похибкою:

$$\varepsilon = \frac{|\delta x_i|}{x>} \tag{2.2.4}$$

Досить часто відносну похибку вимірювань виражають у відсотках:

$$\acute{\varepsilon} = \varepsilon * 100\% \tag{2.2.5}$$

Отримані значення $x >$ і δx_i дозволяють обчислити оцінку похибки одиничного вимірювання. Для оцінки похибки серії з n вимірювань використовують середньоквадратичне відхилення s результатів вимірювань величин x_i відносно середнього по вибірці:

$$s = \sqrt{\frac{\delta x_1^2 + \delta x_2^2 + \cdots + \delta x_n^2}{n}} = \sqrt{\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} \delta x_i^2} \quad (2.2.6)$$

Як наголошує О. Демківський та співавтори: «Сучасна математична статистика базується, у великій мірі, на основних положеннях і методах теорії ймовірностей», де основними поняттями є невизначеність вимірювання і оцінка значення вимірюваної величини (Демківський та ін., 2012, с. 5).

Це пов'язано з тим, що результат будь-якого вимірювання залежить від багатьох факторів і має випадкову складову. При обчисленні (вимірюванні) частоти слововживання невизначеність буде виникати перш за все за рахунок її невизначеності в кожній з підвибірок.

Якщо досліджується кілька корпусів, сформованих на основі тексту, який належить одній особі, частотні характеристики одних і тих же мовних одиниць відрізнятимуться для кожного з корпусів і матимуть випадковий характер. Іншими словами, значення частоти одних і тих же мовних одиниць будуть випадковими величинами. При цьому хоча вимірювана величина і має випадкову складову, це не означає, що вона може набувати будь-яких довільних значень. Як правило, вимірювана величина x_i набуває значення поблизу її середнього значення $< x >$ з різними частотами.

Ймовірнісні закони, яким підкоряються випадкові величини, називаються розподілами. Кожне значення випадкової величини x можна характеризувати відповідним значенням ймовірності P_x:

$$P_x = \lim_{n\to\infty} \frac{n_x}{n}, \quad (2.2.7)$$

де: n – повне число вимірювань; n_x – кількість вимірювань із значенням x.

Розподіл неперервної випадкової величини x характеризують функцією $\omega(x)$, яку називають щільністю розподілу ймовірності:

$$\omega(x) = \frac{P(x_0, x_0 + \delta x)}{\delta x}, \quad (2.2.8)$$

де $P(x_0, x_0 + \delta x)$ – ймовірність того, що результат вимірювання величини x буде близьким до x_0 в межах інтервалу δx. Тобто ймовірність того, що величина x буде в межах інтервалу

$$x_0 - \delta x \leq x \leq x_0 + \delta x \quad (2.2.9)$$

Для наочної оцінки щільності розподілу можна побудувати графік, який прийнято називати гістограмою (Рис. 2.2.1) (Ржепецький, 2011, с. 13). На осі абсцис відкладають область значень вимірюваної величини x, розбитої на рівні малі інтервали деякого розміру b. По осі ординат відкладають частку вимірювань ω, результати яких потрапляють до відповідного інтервалу.

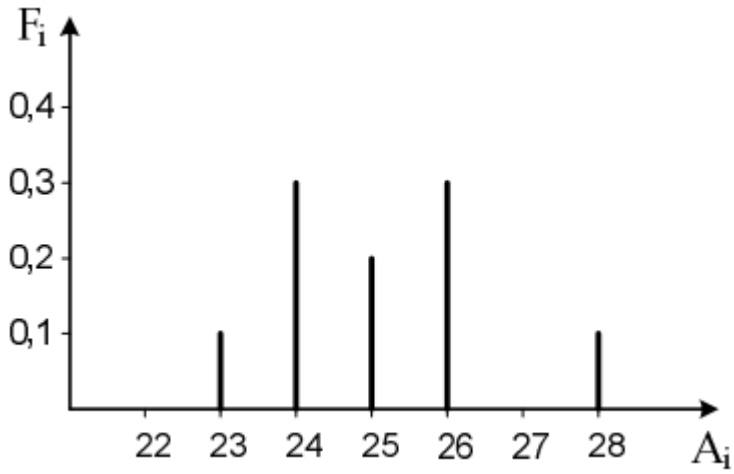

Рис. 2.2.1. Гістограма (взято з: https://elibrary.kdpu.edu.ua/handle/0564/235)

Як відомо, «згідно з центральною граничною теоремою математичної статистики, за певних умов розподіл нормованої суми n незалежних випадкових величин, розподілених за довільним законом, прагне до нормального, коли n прямує до нескінечності» (Горват, Молнар & Мількович, 2019, с. 32). На практиці, при обробці результатів вимірювань, нормальний розподіл (розподіл Гауса) (Рис. 2.2.2) (Ржепецький, 2011, с. 15) використовують при $n > 30$ вимірювань (Ржепецький, 2011, с. 11; Горват, Молнар & Мількович, 2019, с. 52). На графіку він має вигляд симетричного «дзвону», положення вершини якого відповідає значенню $\bar{x}$, яке є найбільш ймовірним значенням, тобто співпадає з максимумом $\omega(x)$.

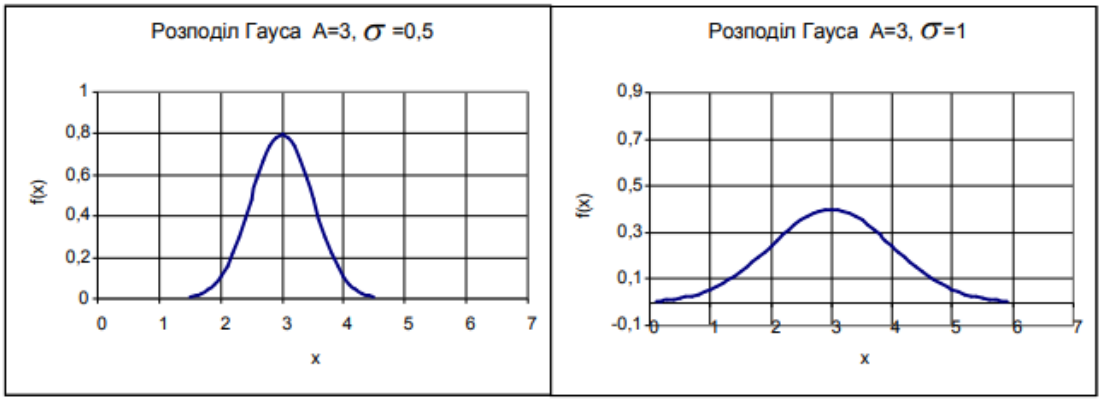

Рис. 2.2.2 Розподіл Гауса (взято з: https://elibrary.kdpu.edu.ua/handle/0564/235)

Для оцінки параметрів випадкової величини при її нормальному розподілі використовують вибіркові значення середнього $\bar{x}$ і середньоквадратичного відхилення окремого вимірювання σ_x, обрахованих згідно формул (2.2.2) – (2.2.6): $\overline{x} \approx < x >$ і $\sigma_x \approx s_x$.

Стандартне відхилення середнього обчислюється за формулою:

$$\sigma_{\overline{x}} = S = \frac{S_n}{\sqrt{n}} = \sqrt{\frac{1}{n(n-1)} \sum_{i=1}^{n} (x_i - \overline{x})^2}, \qquad (2.2.10)$$

де

$$S_n = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^{n} (x_i - \bar{x})^2} \qquad (2.2.11)$$

Величина S дає оцінку середньоквадратичної похибки визначення середнього значення $\overline{x}$ від його істинного значення.

У багатьох випадках потрібно для вибраного рівня довірчої ймовірності P розрахувати величину довірчого інтервалу δx.

Оскільки найчастіше кількість вимірювань $n < 30$, то для оцінки вибіркового значення середнього $\bar{x}$ і середньоквадратичного відхилення окремого вимірювання S використовують t-розподіл Стьюдента:

$$T = \frac{\overline{x} - x_0}{S} = \frac{\overline{x} - x_0}{S_n} \sqrt{n} \qquad (2.2.12)$$

Розподіл цієї величини відрізняється від нормального розподілу. Він подібний до нормального розподілу, але має довші «хвости». При збільшенні об’єму вибірки розподіл Стьюдента наближається до нормального розподілу і при нескінченній кількості вимірювань переходить в нього. Оскільки

кількість вимірювань n не може бути нескінченною, то на практиці вважають, що такий перехід здійснюється при достатньо великих об'ємах вибірки. Доречно відзначити, що поняття «достатньо великий об'єм вибірки» досить розмите. Існують різні оцінки величини об'єму вибірки n, коли розподіл випадкової величини можна вважати нормальним.

Розподіл Стьюдента не описується аналітичними функціями. Існують таблиці, які пов'язують між собою довірчу ймовірність P, число ступенів свободи $k(k = n - 1)$ та стандартизовану змінну (таблична величина) $t(P; k)$, яку називають коефіцієнтом Стьюдента. Обравши потрібний рівень довірчої ймовірності P (наприклад, 95%), по таблиці можна знайти величину коефіцієнта Стьюдента $t(P; k)$ і обчислити модуль довірчого інтервалу:

$$\delta x = S * t(P; k) \tag{2.2.13}$$

Фактично при цьому модуль довірчого інтервалу для отримання заданого значення довірчої імовірності збільшується у $t(P; k)$ раз.

Істинне значення величини x записують у вигляді

$$x = \overline{x} \pm \delta x \tag{2.2.14}$$

при довірчій ймовірності P.

Розглянемо процес порівняння результатів вимірювань. Нехай нам потрібно порівняти частоту вживання певної лексичної одиниці x_1, визначену з похибкою δx_1 по одному корпусу, з частотою цієї ж лексичної одиниці x_2, визначену з похибкою δx_2 по іншому корпусу. Якщо $\delta x_2 \ll \delta x_1$(наприклад, x_2 взято з довідника), то розбіжність $|x_1 - x_2|$ буде визначатися лише похибкою δx_1.Задавшись рівнем довірчої ймовірності $P = 95\%$ (обирається найчастіше і еквівалентний похибці у 5%), можна стверджувати, що розбіжність між x_1 і x_2 буде значимою, якщо $|x_1 - x_2| > 2\delta x_1$.

Якщо похибки δx_1 і δx_2 приблизно однакові, то сумарна похибка δx буде:

$$\delta x = \sqrt{\delta x_1^2 + \delta x_2^2} \tag{2.2.15}$$

У цьому випадку розбіжність між σ_1 і σ_2 буде значимою, коли

$$|x_1 - x_2| > 2\delta x \tag{2.2.16}$$

Якщо ж $|x_1 - x_2| < 2\delta x$, то це означає, що вимірювалась одна і та величина. Наприклад, частоти x_1 і x_2 обраного слововживання, визначені по двох різних корпусах слід вважати однаковими.

2.3. Експериментальне дослідження впливу організації вибірки на репрезентативність результатів

Як відомо (Жуковська, 2013; Перебийніс, 2013; de Haan, 1992), при застосуванні корпусних методів у лінгвістичних дослідженнях важливе значення має спосіб формування вибірки, її розмір та інші параметри. Згідно з P. de Haan, корпус повинен мати достатній розмір для того, щоб «забезпечити статистично надійні результати по частоті й дистрибуції» (de Haan, 1992). Разом з тим, «прийнятність вибірок залежить від конкретного дослідження, яке проводиться» (de Haan, 1992). Як відзначає В. Жуковська, «однією з вагомих проблем сучасної корпусної лінгвістики є визначення розміру корпусу, достатнього для отримання надійних висновків» (Жуковська, 2013). Це пов'язано з тим, що основою статистики є закон великих чисел: чим більший обсяг тексту (корпусу) досліджується, тим більш репрезентативними будуть отримані результати. Водночас очевидно, що дослідити нескінченно великий обсяг тексту неможливо. Тому завдання дослідника полягає у визначенні мінімального розміру корпусу, достатнього для отримання репрезентативних результатів.

Проте, як відзначає В. Жуковська, деякі «дослідники зауважують, що будь-який текст чи зібрання текстів теоретично може бути визнане корпусом <…>, а тому корпусний аналіз можливо здійснювати навіть на дуже малих за обсягом текстах» (Жуковська, 2013, с. 58).

Вплив способу формування вибірки (підвибірки) на точність отримуваних результатів був предметом досліджень багатьох науковців. Досить детально це питання розглянуто В. Перебийніс. Її робота показує, що величина відносної похибки отриманих результатів залежить від багатьох

факторів, пов'язаних з формуванням вибірки. Зокрема, це і величина вибірки, і кількість підвибірок, і абсолютні значення частот досліджуваних одиниць (Перебийніс, 2013).

Для грубої оцінки обсягу вибірки В. Перебийніс (Перебийніс, 2013, с. 29) пропонує користуватися формулою:

$$\varepsilon = \frac{1{,}96}{\sqrt{m}}, \qquad (2.3.1)$$

де ε – відносна похибка, m – кількість вживань одиниці або її абсолютна частота.

Звідси В. Перебийніс робить висновок «що величина відносної похибки буде зменшуватися зі збільшенням кількості випадків вживання досліджуваної одиниці і навпаки» (Перебийніс, 2013, с. 29). Однак, як вказує сама дослідниця, цей «спосіб оцінки точності дослідження досить грубий <…> використовувати його слід лише для першого, грубого визначення обсягу вибірки» (Перебийніс, 2013, с. 31).

З метою оцінки оптимального розміру корпусу розглянемо корпуси, сформовані на основі пресбрифінгів прессекретаря Білого дому за першої каденції президента США Д. Трампа, Ш. Спайсера, розміром 296 688 токенів, а також корпуси розміром 276 770 та 270 767 токенів відповідно, сформовані на основі брифінгів прессекретаря Білого дому за каденції Президента США Дж. Буша, А. Флейшера. До корпусів внесено усі мовленнєві конструкції, використані прессекретарями під час проведення пресбрифінгів. Мовлення представників ЗМІ або інших осіб було виключене з корпусів.

Для прикладу, приведемо всі необхідні розрахунки для корпусу Арі Флейшера №1 розміром 276 770 токенів. Розіб'ємо корпус на 24 підвибірки, довільного розміру. Для кожної з підвибірок визначимо частоту вживання обраних для дослідження дейктиків *I*, *WE*, *YOU*, *THEY*, *HE*, *PRESIDENT*, *AMERICANS (AMERICAN PEOPLE)*, обраховану на тисячу слів (див. таблицю додатка А). Крім того, підрахуємо для них абсолютні похибки δx_i та відносні похибки ε_i.Також обчислимо середнє значення частоти $\overline{x}$ для корпусу та модуль довірчого інтервалу δx для кожного дейктика.

Обрахунки будемо проводити згідно положень, викладених у попередньому підрозділі в такому порядку:

1. Знаходимо вибіркове значення середнього $\overline{x}$, яке приблизно дорівнює середньому арифметичному $< x >$:

$$\overline{x} \approx < x \geq \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} x_i, \tag{2.3.2}$$

де (для нашого прикладу) n – кількість підвибірок у корпусі, $i = 1 \dots n$;

x_i – значення частоти вживання обраного дейктика, обчислене для i-ї підвибірки;

$< x >$ – середнє (середнє арифметичне) значення частоти використання дейктика для корпусу;

$\overline{x}$ – вибіркове (для корпусу) значення середньої частоти вживання дейктика.

2. Для кожної i-тої підвибірки обчислюємо абсолютну похибку знайденого значення частоти слововживання:

$$\delta x_i = x_i - \overline{x}, \tag{2.3.3}$$

де δx_i – абсолютна похибка частоти дейктика, розрахована для i-ї підвибірки, $i = 1 \dots n$.

3. Оцінюємо відносну похибку частоти вживання вибраного дейктика в i-тій підвибірці:

$$\varepsilon_i = \frac{|\delta x_i|}{\overline{x}}, \tag{2.3.4}$$

де ε_i – відносна похибка частоти дейктика для i-ї підвибірки.

4. Обчислюємо стандартне відхилення середнього:

$$\delta_x = S = \sqrt{\frac{1}{n(n-1)}\sum_{i=1}^{n}(x_i - \overline{x})^2}, \tag{2.3.5}$$

де δ_x – стандартне відхилення середнього значення частоти дейктика.

5. Для заданої довірчої ймовірності P, числа ступенів свободи k, де $(k = n - 1)$, по таблиці знаходимо значення коефіцієнта Стьюдента $t(P; k)$ і обчислюємо модуль довірчого інтервалу:

$$\delta x = S * t(P; k) \tag{2.3.6}$$

де δ_x – модуль довірчого інтервалу частоти дейктика.

6. Істинне значення частоти слововживання записуємо у вигляді:

$$x = \overline{x} \pm \delta x, \tag{2.3.7}$$

або

$$\overline{x} - \delta x < x < \overline{x} + \delta x \tag{2.3.8}$$

де x – істинне значення частоти вживання обраного дейктика.

У таблиці 2.3.1 наведено результати обчислень для дейктика *І* на основі матеріалу корпусу Арі Флейшера №1.

Таблиця 2.3.1

Значення частот x_i для дейктика *І*, їх абсолютних похибок δx_i та відносних похибок ε_i для кожної підвибірки розміром 10 000 слововживань корпусу Арі Флейшера №1

№	N_i	x_i	δx_i	ε_i	№	N_i	x_i	δx_i	ε_i
1.	10 000	15,0000	4,3259	0,4053	15.	10 000	9,2000	1,4741	0,1381
2.	10 000	15,7000	5,0259	0,4709	16.	10 000	7,5000	3,1741	0,2974
3.	10 000	15,2000	4,5259	0,4240	17.	10 000	12,4000	1,7259	0,1617
4.	10 000	13,0000	2,3259	0,2179	18.	10 000	11,3000	0,6259	0,0586
5.	10 000	13,5000	2,8259	0,2647	19.	10 000	8,6000	2,0741	0,1943
6.	10 000	12,7000	2,0259	0,1898	20.	10 000	8,3000	2,3741	0,2224
7.	10 000	8,3000	2,3741	0,2224	21.	10 000	10,3000	0,3741	0,0350
8.	10 000	8,7000	1,9741	0,1849	22.	10 000	11,8000	1,1259	0,1055
9.	10 000	9,0000	1,6741	0,1568	23.	10 000	11,4000	0,7259	0,0680
10.	10 000	11,0000	0,3259	0,0305	24.	10 000	7,4000	3,2741	0,3067
11.	10 000	12,1000	1,4259	0,1336	25.	10 000	7,1000	3,5741	0,3348
12.	10 000	11,4000	0,7259	0,0680	26.	10 000	10,0000	0,6741	0,0632
13.	10 000	10,3000	0,3741	0,0350	27.	10 000	7,7000	2,9741	0,2786
14.	10 000	9,3000	1,3741	0,1287	_	_	_	_	_

Для коректного аналізу отриманих результатів і правомірності використання статистичного методу проводилася попередня обробка даних. Перш за все було відкинуто грубі похибки (тобто ті вимірювання (підрахунки), які значно відрізняються від інших) та обчислено вибіркове значення середнього шуканої величини. Крім того, обчислювалася дисперсія цієї величини та оцінка достовірності результатів вимірювання (підрахунків).

Також проводилася перевірка результатів вимірювання на їх відповідність нормальному закону розподілу. Необхідність цього випливає з центральної граничної теореми математичної статистики, згідно з якою «за певних умов розподіл нормованої суми n незалежних випадкових величин, розподілених за довільним законом, прагне до нормального, коли n прямує до нескінченності» (Горват, Молнар & Мількович, 2019, с. 30–31). Така перевірка є достатньо актуальною, оскільки на практиці кількість вимірювань n, як правило, досить далека від нескінченості. Якщо отримані результати вимірювання (підрахунків) не відповідали нормальному закону, то на основі графіка розподілу визначали, якому розподілу вони відповідають.

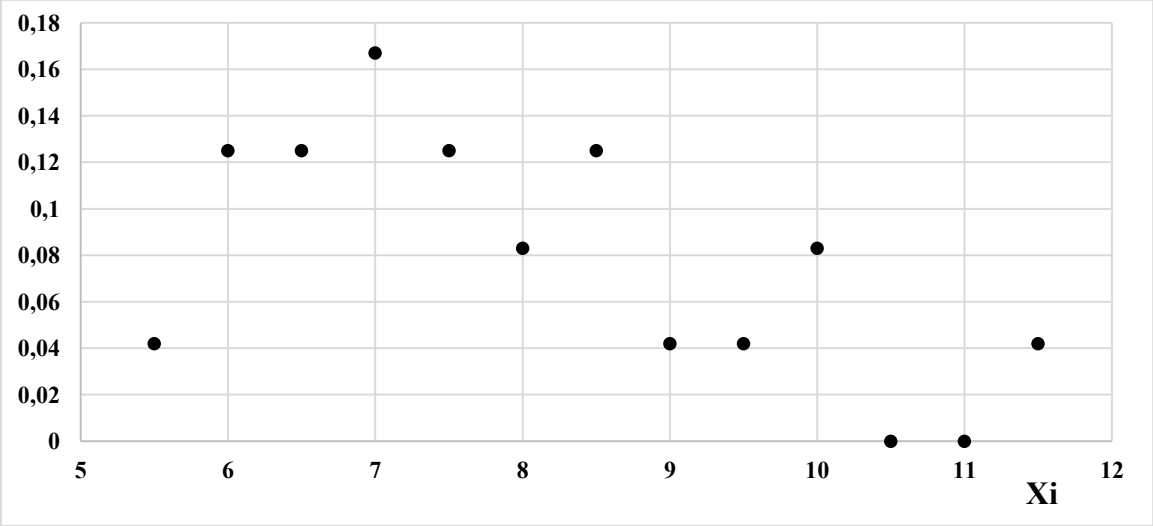

Рис. 2.3.1 Частотний розподіл дейктика YOU корпусу А. Флейшера №1

Аналіз графіків частотного розподілу обраних дейктиків показав, що для *YOU*, *HE*, *WE*, *THEY*, *AMERICANS* вони близькі до t-розподілу Стьюдента. Для прикладу на рис. 2.3.1 наведено графік частотного розподілу дейктика *YOU*, побудований на основі даних корпусу А. Флейшера №1.

У той же час для дейктиків *I* і *PRESIDENT* характерний рівномірний розподіл (рис. 2.3.2).

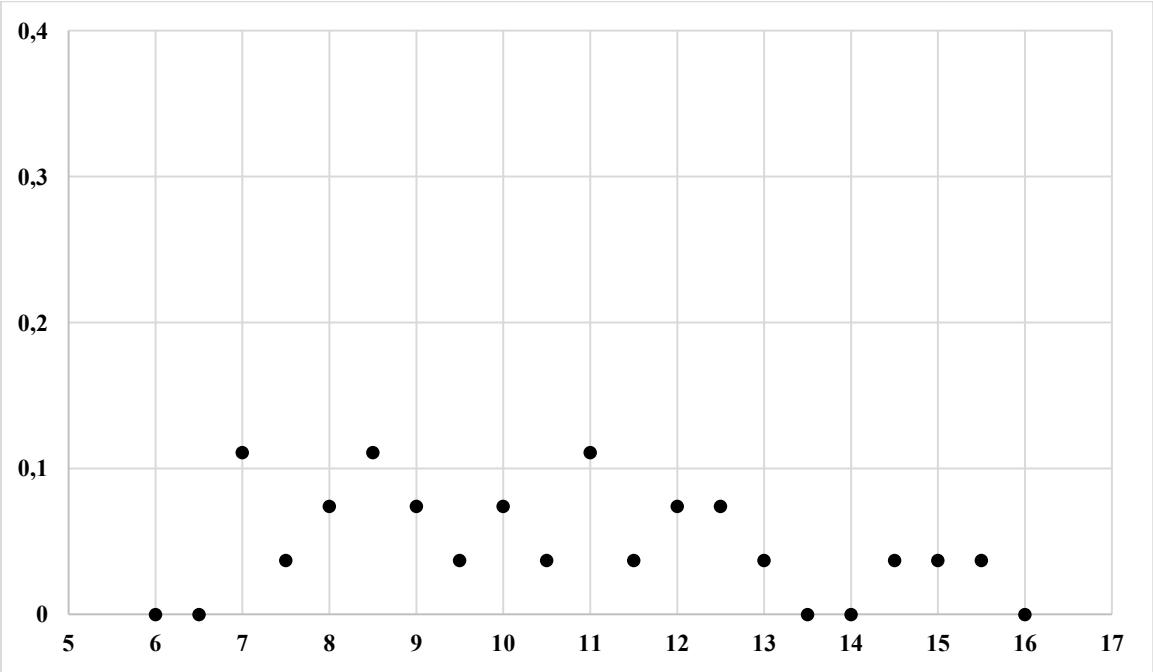

Рис. 2.3.2 Частотний розподіл дейктика PRESIDENT корпусу А. Флейшера №1

Дані таблиці 2.3.1 дозволили провести викладені нижче обчислення. Наприклад, для вибіркового значення середнього $\bar{x} = 10.674$ (частота дейктика *I*) відповідно до формули (2.3.5) було отримано значення стандартного відхилення середнього S0.476.

Згідно таблиць було встановлено значення коефіцієнтів Стьюдента для даної кількості проведених обрахунків (27 за кількістю виділених підвибірок) для довірчої ймовірності $P = 0{,}95 - t = 2{,}0555$, для довірчої ймовірності $P = 0{,}68 - t = 1{,}0138$.

Користуючись формулою (2.2.13) було отримано наступні значення модуля довірчого інтервалу.

Для довірчої ймовірності $P = 0{,}95$ модуль довірчого інтервалу становить $\delta x = 0.9791$. Для довірчої ймовірності $P = 0{,}68$ модуль довірчого інтервалу становить $\delta x = 0.4829$.

Проведені обрахунки дозволяють визначити довірчий інтервал, у межах якого знаходиться істинне значення частоти дейктика *I*. Для довірчої ймовірності $P = 0{,}95$ довірчий інтервал обмежений такими значеннями: $10.674 - 0.979 \leq x \leq 10.674 + 0.979$. Це означає, що 95% абсолютних значень

дейктика I не будуть відхилятися від вибіркового середнього значення I більше ніж на модуль довірчого інтервалу $\delta x = 0{,}9791$, тобто будуть знаходитися в межах довірчого інтервалу $10{,}674 - 0{,}979 \leq I \leq 10{,}674 + 0{,}979$. Чим менше значення модуля довірчого інтервалу δx, тим менша похибка оцінки істинного значення частоти дейктика *I*. Значення довірчої ймовірності P необхідне для визначення коефіцієнта Стьюдента $t(P,k)$, який у свою чергу використовується для обчислення модуля довірчого інтервалу δx.

Для довірчої ймовірності $P = 0{,}68$ довірчий інтервал обмежений такими значеннями:

$$10.674 - 0.483 \leq x \leq 10.674 + 0.483.$$

Аналогічні підрахунки були виконані для дейктиків *YOU*, *HE*, *WE*, *THEY*, *AMERICANS* вказаного корпусу.

Оцінимо можливий вплив розміру та способів формування підвибірок на оцінку середнього значення частоти слововживання. З цією метою досліджувані корпуси було розбито на підвибірки випадкового розміру. Виконаємо процедуру обчислень, аналогічну викладеній вище, на прикладі дейктика *I* для корпусу А. Флейшера №1 (Таблиця 2.3.2).

На основі даних таблиці 2.3.2 отримаємо значення стандартного відхилення середнього для середнього вибіркового значення $\bar{x} = 10{,}6999$, яке у цьому випадку становить $S = 0{,}5269$.

Значення коефіцієнта Стьюдента (для n=24) для довірчої ймовірності $P = 0{,}95$ становить $t = 2{,}0687$; для довірчої ймовірності $P = 0{,}68$ становить $t = 1{,}0164$.

Викладені дані дозволяють встановити, що модуль довірчого інтервалу у цьому випадку набуває таких значень.

Для довірчої ймовірності $P = 0{,}95$ значення модуля довірчого інтервалу становить $\delta x = 1{,}0900$. Для довірчої ймовірності $P = 0{,}68$ значення модуля довірчого інтервалу становить $\delta x = 0{,}5356$.

Відповідно, істинне значення частоти вживання I у разі випадкового розподілу розміру підвибірок знаходиться у таких межах.

Таблиця 2.3.2

Значення частот x_i для дейктика *I*, їх абсолютних похибок x_i та відносних похибок ε_i для кожної підвибірки випадкового розміру корпусу А. Флейшера №1

№	N_i	x_i	δx_i	ε_i	№	N_i	x_i	δx_i	ε_i
1.	11 849	14,7692	4,0693	0,3803	13.	9 606	9,7856	0,9143	0,0855
2.	11 400	16,7544	6,0545	0,5659	14.	10 921	8,7904	1,9095	0,1785
3.	9 526	13,9618	3,2619	0,3049	15.	12 457	7,3854	3,3145	0,3098
4.	12 234	11,6070	0,9071	0,0848	16.	11 386	14,5793	3,8794	0,3626
5.	11 964	12,5376	1,8378	0,1718	17.	11 356	7,7492	2,9507	0,2758
6.	10 661	12,1940	1,4941	0,1396	18.	11 861	9,3584	1,3415	0,1254
7.	11 174	7,9649	2,7349	0,2556	19.	13 467	9,5047	1,1951	0,1117
8.	10 438	8,4307	2,2691	0,2121	20.	10 739	11,5467	0,8468	0,0791
9.	9 401	10,7435	0,0437	0,0041	21.	12 548	11,2369	0,5370	0,0502
10.	10 241	11,6200	0,9201	0,0860	22.	13 008	6,2269	4,4729	0,4180
11.	11 745	10,2171	0,4827	0,0451	23.	11 967	8,8577	1,8422	0,1722
12.	11 416	11,5627	0,8629	0,0806	24.	15 405	9,4125	1,2873	0,1203

Для довірчої ймовірності $P = 0{,}95$ довірчий інтервал обмежений такими значеннями: $10{,}6999 - 1{,}0900 \leq x \leq 10{,}6999 + 1{,}0900$. Для довірчої ймовірності $P = 0{,}68$ довірчий інтервал обмежений такими значеннями: $10{,}6999 - 0{,}5356 \leq x \leq 10{,}6999 + 0{,}5356$.

Аналіз отриманих даних дозволяє зробити висновок, що значення частоти слововживань практично не залежить від способу формування підвибірок. Різниця відповідних значень частоти слововживань для одного і другого способу формування підвибірок не виходить за межі середнього довірчого інтервалу. А отже, значення отриманих частот слововживань слід вважати однаковими.

Аналогічні підрахунки були виконані для решти вибраних дейктиків корпусу А. Флейшера №1 та корпусів А. Флейшера №5 і Ш. Спайсера. Зведені дані частоти вживання всіх обраних дейктиків для кожного з цих корпусів наведено в додатках: корпус А. Флейшера №1 – додаток А, корпус А. Флейшера №5 – додаток Б, корпус Ш. Спайсера – додаток В.

З метою оцінки мінімального розміру корпусу, достатнього для отримання репрезентативних результатів, розіб'ємо досліджувані корпуси на підвибірки так, щоб кожна попередня входила в наступну. Отримані результати частоти слововживань обраних дейктиків наведені в таблицях: для корпусу А. Флейшера №1 – додаток Г, для корпусу А. Флейшера №5 – додаток Д, для корпусу Ш. Спайсера – додаток Е.

Скориставшись даними таблиці з додатку Г, побудуємо графік (Рис. 2.3.3), де по осі абсцис будемо відкладати розмір підвибірки в тисячах слововживань, а по осі ординат – частоту вживання обраного дейктика (*PRESIDENT*) на тисячу слів.

Як видно з графіка, для довірчої ймовірності $P = 0{,}95$ починаючи з розміру вибірки 180 тисяч слів, при подальшому зростанні розміру вибірки значення частоти не виходять за межі відповідного довірчого інтервалу. Для $P = 0{,}68$ нижнє значення розміру вибірки становить 230 тисяч слів.

З метою отримання більш репрезентативних результатів щодо мінімального розміру корпусу для кожного з обраних дейктиків визначимо довірчі інтервали та мінімальні й максимальні значення частоти слововживання обраного дейктика, які обмежують довірчий інтервал. Підрахунки проводимо для кожного з трьох корпусів аналогічно наведеному вище алгоритму визначення цих параметрів для дейктика *I*. Довірчі інтервали обраховувалися для двох значень ймовірності: P=0,95 і P=0,68. Для корпусу А. Флейшера №1 результати цих підрахунків наведено в таблиці 2.3.3 і таблиці 2.3.4.

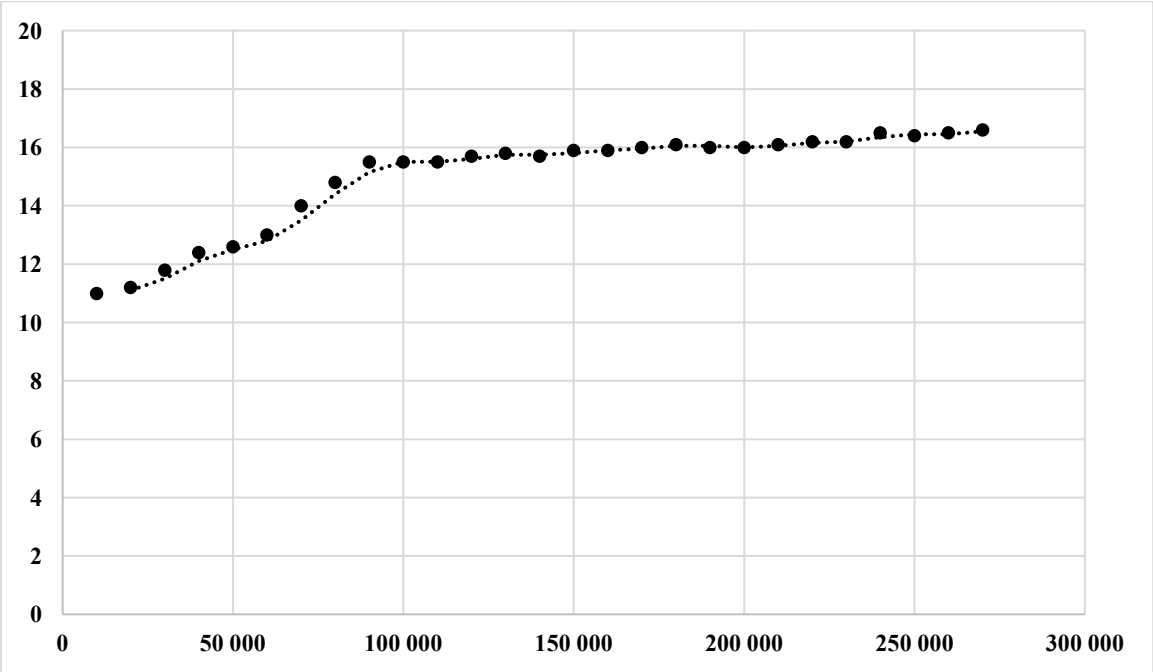

Рис. 2.3.3 Графік залежності частоти слововживання дейктика PRESIDENT від розміру вибірки

Аналіз цих таблиць показав, що для вибірок розміром понад 200 – 250 тисяч слововживань отримані значення частот співпадають у межах похибки з середніми значеннями частот вживання відповідних дейктиків, обрахованих шляхом розбивки корпусу на підвибірки однакового або випадкового розмірів. Це означає, що в окремих випадках, зокрема коли немає потреби оцінювати похибку, можна розраховувати частоту слововживання для корпусу в цілому без розбивки його на підвибірки.

Аналогічні підрахунки було зроблено для корпусу А. Флейшера №5 розміром 270 767 слів та корпусу Ш. Спайсера розміром 296 688 тис. слів. Результати підрахунків наведено у таблицях додатків Ж і З (для корпусу розміром 270 767 слів) і таблицях додатків И і І (для корпусу розміром 296 688 слів).

Таблиця 2.3.3

Довірчі інтервали обраних дейктиків для корпусу А. Флейшера №1 (P=0,95)

ЛО	max розмір вибірки	max $\bar{x}$	виб. $\bar{x}$	σx, $P = 0{,}95$	$\bar{x} \pm \sigma x, P = 0{,}95$	x_i	min розмір вибірки
I	276 770	10,6298	10,6999	1,0900	9,6099≤x≤11,7899	11,7468	141 655
We	276 770	4,0611	4,1482	1,0929	3,0553≤x≤5,2411	5,0845	176 419
You	276 770	7,9380	7,9854	0,6322	7,3532≤x≤8,6176	8,5133	108 888
They	276 770	4,3502	4,3393	0,3355	4,0038≤x≤4,6748	4,4730	11 849
He	276 770	8,5884	8,6503	1,0448	7,6055≤x≤9,6951	9,6647	165 033
President	276 770	16,3674	16,3428	1,1693	15,1735≤x≤17,5121	15,5513	120 633
Americans	276 770	1,2068	1,1961	0,1979	0,9982≤x≤1,3940	1,0036	98 647

Таблиця 2.3.4

Довірчі інтервали обраних дейктиків для корпусу А. Флейшера №1 (P=0,68)

ЛО	max розмір вибірки	max $\bar{x}$	виб. $\bar{x}$	σx, $P = 0{,}68$	$\bar{x} \pm \sigma x, P = 0{,}68$	x_i	min розмір вибірки
I	276 770	10,6298	10,6999	0,5356	10,1643≤x≤11,2355	11,2156	187 775
We	276 770	4,0611	4,1482	0,5370	3,6112≤x≤4,6852	4,5283	213 103
You	276 770	7,9380	7,9854	0,3106	7,6748≤x≤8,296	8,2777	213 103
They	276 770	4,3502	4,3393	0,1649	4,1744≤x≤4,5042	4,4730	11 849
He	276 770	8,5884	8,6503	0,5133	8,137≤x≤9,1636	9,1505	213 103
President	276 770	16,3674	16,3428	0,5745	15,7683≤x≤16,9173	15,8146	176 419
Americans	276 770	1,2068	1,1961	0,0972	1,0989≤x≤1,2933	1,1013	141 655

У кожному з трьох розглянутих корпусів обрахунки проводили для семи дейктиків: *I*, *WE*, *YOU*, *THEY*, *HE*, *PRESIDENT*, *AMERICANS (AMERICAN PEOPLE)*. Сумарно це 21 випадок. Для кожного з цих випадків було визначено довірчі інтервали та мінімальний розмір вибірки, починаючи з якого частота

вживання обраної лексичної одиниці не виходить за межі довірчого інтервалу. Скориставшись даними цих таблиць, було визначено мінімальні розміри корпусів, починаючи з яких частота вимірюваних одиниць не виходить за межі довірчого інтервалу. Отримані результати відображено в таблицях 2.3.5 – 2.3.7.

Таблиця 2.3.5

Значення мінімальних розмірів корпусу для вибраних дейктиків, обчислених за корпусом Арі Флейшера №1

	I	WE	YOU	THEY	HE	PRESIDENT	AMERICANS
P=0,95	165 033	176 419	108 888	11 849	165 033	120 633	98 647
P=0,68	249 398	213 103	213 103	11 849	213 103	165 033	141 655

Таблиця 2.3.6

Значення мінімальних розмірів корпусу для вибраних дейктиків, обчислених за корпусом Арі Флейшера №5

	I	WE	YOU	THEY	HE	PRESIDENT	AMERICANS
P=0,95	115 485	157 723	94 711	41 114	61 890	82 994	51 341
P=0,68	137 661	216 847	137 661	106 282	226 081	106 282	82 994

Таблиця 2.3.7

Значення мінімальних розмірів корпусу для вибраних дейктиків, обчислених за корпусом Шона Спайсера

	I	WE	YOU	THEY	HE	PRESIDENT	AMERICANS
P=0,95	130 000	100 000	250 000	280 000	280 000	100 000	220 000
P=0,68	160 000	140 000	250 000	280 000	290 000	220 000	260 000

Скориставшись даними таблиць 2.3.5 – 2.3.7, сформуємо таблиці 2.3.8 і 2.3.9 для $P = 0{,}95$ і $P = 0{,}68$ відповідно. При цьому у верхньому рядку таблиці

будуть значення інтервалів розмірів вибірок у тисячах слів; в середньому рядку – кількість випадків, коли значення мінімального розміру вибірки потрапляє в цей інтервал; у нижньому рядку – відсоток вибірок, які потрапили у заданий інтервал.

Аналіз результатів, наведених в таблицях 2.3.8 і 2.3.9, дозволяє стверджувати, що для довірчої ймовірності $P = 0{,}95$ мінімальний розмір корпусу для забезпечення репрезентативних результатів повинен бути не менше 200 тис. слів.

Таблиця 2.3.8

Розподіл кількості мінімальних обсягів вибірок,
що потрапляють у заданий діапазон розмірів корпусів для P=0,95

Діапазон інтервалів (тис. сл.)	0 – 50	0 – 100	0 – 150	0 – 200	0 – 250	0 – 300
К-кість випадків	3	11	17	21	21	21
Відсоток	14,27	52,38	80,95	100	100	100

Таблиця 2.3.9

Розподіл кількості мінімальних обсягів вибірок,
що потрапляють у заданий діапазон розмірів корпусів для P=0,68

Діапазон інтервалів (тис. сл.)	0 – 50	0 – 100	0 – 150	0 – 200	0 – 250	0 – 300
К-кість випадків	1	3	10	13	21	21
Відсоток	4,7	14,27	47,62	61,91	100	100

Тобто 95% вимірювань значення частоти досліджуваних одиниць будуть знаходитись в межах інтервалу $\overline{x} - 2\delta x_2 \leq x \leq \overline{x} + 2\delta x_2$, де δx_2 – довірчий інтервал за ймовірності $P = 0{,}95$. Для довірчої ймовірності $P = 0{,}68$ цей розмір становить приблизно 250 тис. слів. Отже 68% вимірювань значення частоти

досліджуваних одиниць будуть знаходитись в межах інтервалу $\overline{x} - \delta x_1 \leq x_i \leq \overline{x} + \delta x_1$, де δx_1 – довірчий інтервал за ймовірності $P = 0{,}68$.

Варто зауважити, що на практиці зазвичай обмежуються обчисленням довірчого інтервалу δx для довірчої ймовірності $P = 0{,}95$. При цьому менше 5% вимірювань (у нашому випадку підрахунку значень частоти вживання мовної одиниці) можуть виходити за межі довірчого інтервалу δx. Похибка вимірювань (обчислень) значення частоти вживання мовної одиниці характеризується величиною довірчого інтервалу δx – чим менше його значення, тим менша похибка.

2.4. Етапи дослідження політичного дискурсу прессекретарів Білого дому США

Процедура дослідження складалася з семи етапів:

– аналіз методів дослідження політичного дискурсу та відповідної термінології;

– формування джерельної бази та добір фактичного матеріалу для дослідження мовлення прессекретарів Білого дому США та президентів США;

– обґрунтування мінімального розміру корпусної вибірки мовлення прессекретаря, достатнього для забезпечення репрезентативності результатів, методами математичної статистики;

– дослідження статусно-рольових характеристик учасників пресбрифінгу як жанру політичного дискурсу;

– порівняльний аналіз використання комунікативних стратегій і тактик у мовленні прессекретарів Білого дому США та президентів США;

– аналіз мовлення прессекретарів Білого дому США у поліперсонологійному концептуальному вимірі;

– дослідження факторів впливу на формування індивідуальної мовної особистості прессекретаря Білого дому США.

Етапи дослідження зреалізовано у 15 кроках:

– опрацювання методів дослідження політичного дискурсу з метою вивчення їх можливостей;

– формування джерельної бази для дослідження мовлення прессекретарів і президентів США, а також пошук інтернет-джерел, котрі містять інформацію щодо біографії та медійної репутації прессекретарів Білого дому США;

– формування корпусних вибірок мовлення прессекретарів Білого дому США та президентів США;

– розбивка корпусів на підвибірки: різних розмірів, однакового розміру; кожна попередня підвибірка входить у наступну;

– обчислення частот вживання обраних дейктиків у мовленні прессекретарів та президентів США для кожної підвибірки та корпусу в цілому, а також обчислення абсолютних і відносних похибок та довірчих інтервалів;

– аналіз отриманих даних з метою оцінки мінімального розміру корпусної вибірки, достатнього для забезпечення надійних результатів визначення частотності вживання обраних дейктиків;

– аналіз статусно-рольових відносин учасників комунікативної ситуації пресбрифінгу;

– виокремлення комунікативних стратегій і тактик у мовленні прессекретарів Білого дому США і президентів США, застосовуваних мовцями з метою впливу на адресатів;

– порівняльний аналіз використання комунікативних стратегій і тактик у мовленні прессекретарів Білого дому США та президентів США;

– порівняння частоти та мети вживання обраних дейктиків прессекретарями Білого дому і президентами США;

– аналіз частотності та мети вживання дієслівних конструкцій з особовим займенником I у мовленні прессекретарів Білого дому та президентів США;

– дослідження біографічних даних та медійної репутації обраних прессекретарів;

– реконструкція мовленнєвих портретів обраних прессекретарів Білого дому США;

– порівняльний аналіз мовленнєвих портретів з урахуванням біографічної і медійної інформації з метою виокремлення факторів впливу на формування індивідуальної мовної особистості прессекретаря Білого дому США.

Підсумовуючи, зазначимо, що за необхідності кожен етап дослідження включав процедури інвентаризації, аналізу, таксономії, зіставлення, узагальнення.

Висновки до розділу 2

1. Вивчаючи проблеми політичного дискурсу, слід орієнтуватися на використання комплексу різновекторних методів дослідження дискурсу, зорієнтованих на аналіз різних аспектів об’єкта дослідження. Це можуть бути як кількісні методи, перш за все корпусні, котрі засновані на переважно частотному аналізі великих об’ємів тексту і характеризуються високим рівнем доказовості та системності, так і якісні методи, результати яких залежать від здібностей дослідника.

2. Методами математичної статистики доведено, що розміри підвибірок та способи їх формування не впливають (результати в межах похибки) на значення частот слововживань обраних дейктиків. При цьому розміри підвибірок можуть бути як однаковими, так і різними.

3. Доведено, що в окремих випадках, зокрема коли немає потреби оцінювати похибку вимірювань (обчислень), можна розраховувати частоту слововживань для корпусу в цілому, без розбивки його на підвибірки. Різниця між частотами, отриманими у ході підрахунків, виконаних з розбивкою

корпусу на підвибірки та без розбивки корпусу на підвибірки, не буде виходити за межі довірчого інтервалу.

4. Показано, що частотний розподіл дейктиків *I* і *PRESIDENT*, побудований для корпусів мовлення прессекретарів, близький до рівномірного. В той же час графіки частотного розподілу решти обраних дейктиків (*YOU*, *HE*, *WE*, *AMERICANS*) близькі до t-розподілу Стьюдента. Це може бути свідченням того, що вживання дейктиків *I* і *PRESIDENT* у мовленні прессекретарів є системним, а самі дейктики можна вважати ключовими словами.

5. Методом кількісного аналізу частот вживання обраних дейктиків доведено, що для забезпечення вимірювання (обрахунків) значень частот досліджуваних мовних одиниць з довірчою ймовірністю $P = 0{,}95$, мінімальний розмір корпусу повинен бути не менше 200 тисяч токенів. Для довірчої ймовірності $P = 0{,}68$ розмір корпусу повинен становити не менше 250 тисяч токенів.

Основні результати цього розділу відображені в таких публікаціях: Плюта, 2023a; Плюта, 2023b; Плюта, 2025.

РОЗДІЛ 3
КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ МОВЛЕННЯ ПРЕССЕКРЕТАРІВ БІЛОГО ДОМУ США

Традиційно учасників дискурсу поділяють на адресантів (мовців) та адресатів (реципієнтів). В інституційному політичному дискурсі, який досліджується в нашій розвідці на прикладі мовлення прессекретарів Білого дому США, учасників дискурсу ми кваліфікували як адресант-ретранслятор (прессекретар) та адресат-ретранслятор (представник ЗМІ). При цьому слід враховувати специфічний статус обох сторін комунікації. Прессекретар є службовцем інституту влади – адміністрації президента США, а представники ЗМІ – працівниками медійних організацій. Відповідно, обидві сторони комунікації проводять свою діяльність з урахуванням певних статусно-рольових обмежень. Присутність владних структур в інституційному політичному дискурсі робить його учасників, як правило, нерівноправними, а сам дискурс – значною мірою одностороннім. У процесі такої комунікації переважно діють як адресанти представники влади (політики, службовці політичних інститутів).

Під час досліджень такого дискурсу в рамках лінгвістичного підходу, адресантів зазвичай кваліфікують як мовних особистостей. Їх мовлення аналізують з двох позицій: як мовлення індивідуальної мовної особистості, конкретного індивіда – одноперсонологійний концептуальний вимір; як мовлення спільноти, об’єднаної за певними параметрами – поліперсонологійний концептуальний вимір. У нашому випадку об’єднуючим параметром є професійний. Розділ присвячено аналізу мовлення прессекретаря Білого дому США крізь призму поліперсонологійного концептуального виміру мовної особистості.

3.1. Статусно-рольові характеристики учасників пресбрифінгу як жанру політичного дискурсу

Політична комунікація «завжди пов'язана з інститутами політичної влади» (Проноза, 2021, с. 75). Учасниками політичної комунікації є влада, політичні партії та рухи, які претендують на владу; засоби масової інформації; громадянське суспільство (перш за все виборці). Оскільки всі учасники політичної комунікації є представниками певних соціальних груп і виконують у цьому процесі визначені соціальні функції, то їх взаємодію, комунікацію не можна вважати рівноправною. Б. Нортон зазначає, що відносини сили проявляються в усіх людських починаннях і є актуальними як для індивідів, так і для інститутів, які вони утворюють, утримують, кидають виклик, змінюють та реконструюють через шаблони соціальної взаємодії. Ці відносини стали особливо важливими через глобалізаційні процеси (Norton, 2010, с. 4). У цьому випадку політичну комунікацію розглядають як статусно-орієнтовану, а політичний дискурс як інституційний. Усі учасники інституційного політичного дискурсу, у тому числі і перші особи країн, наприклад, президенти, здійснюють політичне спілкування з врахуванням тих чи інших статусно-рольових відносин у межах політичного інституту. Наприклад, президенти здійснюють свої повноваження (в тому числі і політичне спілкування) в рамках конституції, законів, з врахуванням позиції парламенту та політичної партії, за підтримки якої вони обрані.

Оскільки об'єктом нашого дослідження є мовлення прессекретарів Білого дому США як представників політичного інституту – адміністрації президента США, розглянемо їх функції під час проведення пресбрифінгів з урахуванням статусно-рольових обмежень та інших обставин.

З одного боку, прессекретар зобов'язаний діяти в рамках статусно-рольових обмежень, встановлених інститутом, тобто президентом та його адміністрацією, і виконувати головне завдання цього інституту – боротися за утримання і здійснення влади та працювати на створення і захист іміджу

президента. Прессекретар не може відступати від траєкторії політичного дискурсу, визначеної інститутом, оскільки веде боротьбу за владу не на свою користь, а на користь президента і політичного інституту, агентом якого він є.

Президент є самостійним політиком і керівником інституту державної влади. Він задає траєкторію дискурсу як для себе, так і для інституту державної влади в цілому. Отже, і для адміністрації президента, і для прессекретаря Білого дому.

Нижчий статус прессекретаря порівняно з президентом зобов'язує його більш ретельно підбирати мовні засоби (Kravchenko, 2022), у тому числі для пом'якшення категоричності висловлювань і надання мовленню дипломатичного відтінку.

З іншого боку, варто враховувати, що в умовах пресбрифінгу мовлення здійснюється усно і найчастіше експромтом, оскільки прессекретар не має змоги передбачити всі запитання представників ЗМІ і, відповідно, завчасно підготувати на них відповіді. Тому в певних ситуаціях прессекретар вимушений діяти як відносно самостійний політик, одноосібно обираючи відповідні комунікативні стратегії і тактики у дискурсі для виконання своєї місії.

Враховуючи викладене вище, на наш погляд, прессекретарів можна класифікувати як адресантів-ретрансляторів. Прессекретар отримує інформацію, повідомлення в адміністрації президента США і доносить її до адресатів (представників ЗМІ та народу).

Окрім прессекретарів Білого дому як адресант-ретрансляторів, безпосередню участь у пресбрифінгу беруть представники засобів масової інформації у якості адресатів (реципієнтів). Їхнє становище теж є доволі неоднозначним, оскільки вони часто представляють особливу реальність на основі спостережень «другого порядку» (Tsapro, Gryshchenko, 2022, с. 9). З одного боку, вони отримують повідомлення безпосередньо від прессекретаря (як адресанта-ретранслятора). З іншого боку, вони через засоби масової інформації доводять отримані повідомлення до кінцевих адресатів

(громадянського суспільства, електорату і т.п.), тобто виступають у ролі адресата-ретранслятора.

Слід також відзначити, що кореспонденти (адресати) є представниками (фактично працівниками) певних засобів масової інформації як соціального інституту і виконують свої повноваження з урахуванням статусно-рольових відношень в рамках цього інституту та його директив (Pliuta, 2024).

У підсумку доходимо висновку про те, що політична комунікація в умовах пресбрифінгу є статусно-орієнтованою і переважно однобічною. Її не можна вважати рівноправною, оскільки прессекретар, на відміну від репортерів, є представником інституту влади. Дискурс в умовах пресбрифінгу є інституційним, а його учасники, зокрема прессекретарі Білого дому США, здійснюють мовлення з урахуванням статусно-рольових обмежень. Проте за певних обставин вони можуть здійснювати мовлення з позиції відносно самостійного політика. Враховуючи це, у нашому дослідженні ми кваліфікуємо прессекретарів Білого дому США як адресантів-ретрансляторів.

3.2. Порівняльний аналіз комунікативних стратегій і тактик у мовленні президентів США та прессекретарів Білого дому

З урахуванням викладеного, розглянемо комунікативні стратегії і тактики, класифіковані на матеріалі мовлення президентів США під час проведення пресконференцій та прессекретарів Білого дому під час проведення пресбрифінгів.

Такий вибір було зроблено виходячи з того, що мовлення прессекретаря під час проведення пресбрифінгу і мовлення президента під час проведення пресконференції ведеться значною мірою експромтом, оскільки вони не мають можливості передбачити і підготуватися до всіх можливих запитань репортерів. Крім того, умови та обставини, за яких проводяться пресконференції і пресбрифінги, а також ситуації, котрі виникають у ході їх проведення, є досить близькими.

Почати вважаємо доцільним з розгляду комунікативних стратегій, тактик і прийомів, типових для політичного дискурсу. Оскільки їх залучення, як відомо, визначається в першу чергу ситуацією, обставинами, то слід очікувати, що вони будуть різнитися у ситуаціях підготовленої промови і пресконференції (Van Dijk, 2003).

Особливості мовлення президентів під час виголошення промов неодноразово розглядалися в науковій літературі (Алексєєва, 2017; Алексєєва, Губань, 2019; Горохова, Додар, 2024; Мелещенко, 2021; Піддема, 2015; Требін, Чернишова, 2022; Шило, 2018; Boyd, Pio, 2009; Elmer, 1960; Kazemian, Somayyeh, 2014; Reyes, 2014, 2021; Wang, 2010). При цьому науковці виокремлюють різноманітні стратегії, тактики і прийоми, характерні для мовлення політичних лідерів.

Наприклад, І. Піддема запропонувала три стратегії політичного дискурсу: стратегія скорочення, стратегія вдосконалення, стратегія театральності. Кожна з цих стратегій реалізується через групу тактик. Стратегія скорочення включає у себе таку групу тактик: «мінус» тактика, тактика звинувачення, тактика безособового звинувачення, тактика викриття, тактика образи. Стратегія вдосконалення реалізується через такі тактики: «плюс» тактика, тактика самопрезентації, тактика прихованої самопрезентації, тактика критики, тактика самовиправдання. Стратегія театральності передбачає використання таких тактик: тактика підбурювання, тактика співпраці, тактика розмежування, тактика інформування, тактика обіцянок, тактика прогнозування, тактика запобігання, тактика іронії, тактика провокації (Піддема, 2015, с. 19).

М. Требін і Т. Чернишова пропонують виділяти дві основні дискурсивні стратегії: стратегію на підвищення і стратегію театральності. Стратегія на підвищення представлена аналізом «плюс» тактики. Стратегія театральності включає кілька тактик та прийомів: тактика співпраці, техніка створення «ми-дискурсу», техніка «транслінгвальної креативності», техніка комунікації з громадянами через соціальні мережі, техніка актуалізації

реальних потреб людей у мовленні, техніка спільної відповідальності за позитивне бачення, тактика іронії (Требін, Чернишова, 2022, с. 197–203).

Хамід Тарад Лафта розрізняє чотири дискурсивні тактики у президентському дискурсі. Це такі тактики: позитивна самопрезентація, негативна презентація іншого, риторичні засоби, прихований зміст та пресупозиції (Hamid Tarad Lafta, 2024, с. 92).

О. Алексєєва та Р. Губань класифікували мовні прийоми, які використовували президенти США Д. Трамп та Г. Клінтон у своїх промовах, а також відзначили, що «найбільш розповсюдженими мовними прийомами є прийом єдності, зв'язок з іншими словами, персоніфікація, а наймеш – прийом контрасту» (Алексєєва, Губань, 2019, с. 299).

Враховуючи викладене, виконаємо порівняльний аналіз мовлення прессекретарів Білого дому США та президентів США. Дослідження будемо проводити на матеріалі пресконференцій президентів США Дж. Буша і Б. Обами і на матеріалі пресбрифінгів їх прессекретарів, як адресантів-ретрансляторів. Для порівняльного аналізу було обрано по два прессекретарі з команди кожного з президентів.

Головним заявленим завданням як пресконференції так і пресбрифінгу є роз'яснення та донесення інформації до аудиторії. У той же час метою і пресконференції, і пресбрифінгу, як і будь-якого жанру інституційного політичного дискурсу, є боротьба за завоювання, утримання та здійснення влади. Для досягнення цієї мети політики використовують в процесі дискурсу різноманітні стратегії, тактики та прийоми комунікативного впливу на адресатів (реципієнтів), в якості яких в умовах пресконференції та пресбрифінгу виступають представники засобів масової інформації.

Дослідники відзначають відсутність загальновизнаної класифікації комунікативних стратегій і тактик. Сучасні науковці, серед яких і М. Требін, Т. Чернишова, Т. ван Дейк, Бялківська & Піддема, Хамід Тарад Лафта послуговуються різними підходами до їх систематизації та класифікації.

Основою для систематизації стають умови застосування комунікативних процесів та типів дискурсу у їх різноманітті (Якимчук, Лопатюк, 2024).

Мовна стратегія адресанта визначається метою його професійної діяльності як мовної особистості, котра прагне проявити себе у професійному полі. При цьому тактика адресанта залежить від професійного і мовного статусу адресата. Вектор мовної діяльності адресанта підпорядковується (коригується) комунікативній ситуації, яка складається у професійному дискурсі і параметри якої залежать від структурної складової професійного дискурсу (Колесникова, 2009, с. 117).

О. Мелещенко пропонує класифікувати мовленнєві стратегії комунікативного впливу у політичному дискурсі наступним чином. Глобальна дискурсивна стратегія передбачає «спричинення комунікативного впливу з метою захоплення й утримання влади». На нижчому рівні вона реалізується через дві локальні дискурсивні стратегії: 1) стратегію конструювання власного позитивного іміджу; 2) стратегію руйнування іміджу політичного опонента (Мелещенко, 2021). У випадку пресконференції, перелічені стратегії реалізуються імпліцитно, виключно на фоні роз'яснення і донесення мовцем інформації. Оскільки утворюється таке поєднання, тактики, якими користуються адресанти під час пресконференцій, мають свою специфіку.

З метою порівняння комунікативних тактик, якими користуються прессекретарі Білого дому США під час проведення пресбрифінгів та президенти США під час пресконференцій, нами було досліджено мовлення двох прессекретарів президента США Дж. Буша (А. Флейшер і С. Макклеллан) та двох прессекретарів президента США Б. Обами (Р. Гіббс і Дж. Карні), а також мовлення цих президентів під час пресконференцій.

Спираючись на надане О. Мелещенко визначення комунікативних стратегій, нами було виокремлено такі тактики комунікативного впливу:

1) інформування; 2) роз'яснення; 3) виправдання; 4) іміджева (підкреслене подання ситуації під кутом, який прикрашає ситуацію, покликана покращити імідж); 5) спонукання (вплив на аудиторію з метою зміни погляду

на ситуацію, заклику до певних дій); 6) переконання; 7) зняття статусних обмежень (вихід мовця за рамки, окреслені статусно-рольовими параметрами); 8) підкреслення статусних обмежень (навмисне акцентування уваги аудиторії на тому, що статусно-рольові обмеження мовця не дозволяють здійснювати певні (мовленнєві) дії); 9) емотивне зараження (вплив на аудиторію шляхом свідомої індукції емоційних станів та поведінкових установок для досягнення своєї мети); 10) уникання прямої відповіді (запобігання передачі певної інформації аудиторії; послаблення можливого конфлікту чи нормалізація комунікативної взаємодії за рахунок цього); 11) апелювання до авторитету (наведення мовцем на підтримку свого висловлювання тверджень, дій чи даних з джерел, які можуть вважатися авторитетними для аудиторії); 12) переключення уваги (свідоме переміщення уваги аудиторії з одного об'єкта на інший); 13) утвердження зайнятої позиції (акцентування непорушності прийнятої позиції та поглядів; підкреслена відмова змінити точку зору); 14) привернення прихильників (подання фактів, прийнятої позиції під таким кутом, щоб викликати прихильність аудиторії); 15) визнання неправоти; 16) напад на опонентів (аргументація тез мовця у такий спосіб, аби очорнити дії, погляди політичних опонентів; на цьому фоні можливе підкреслення позитивних рис мовця та/або соратників).

Окремо варто зазначити, що безпосереднє застосування цього набору тактик комунікативного впливу у дискурсі президента і прессекретаря також має певні відмінності. Президент фактично є главою політичного (і адміністративного) інституту. Його мовлення переважно будується від першої особи або з позиції очільника, лідера. Прессекретар є агентом інституту. У своєму дискурсі він представляє інтереси інституту і займає позицію члена команди, а не самостійного політика. Наприклад, під час використання тактики утвердження зайнятої позиції, президент представляє зайняту позицію у першу чергу як власну (хоча насправді це є позицією цілого інституту), тоді як прессекретар представляє зайняту позицію як позицію саме інституту, команди, залишаючи поза увагою власний погляд на ситуацію.

Нижчий статус адресанта-ретранслятора передбачає більш ретельний підбір мовних засобів, перш за все задля пом'якшення категоричності висловлювання. Прессекретар бере участь у дискурсі в рамках статусу підлеглого, відповідно, його мовлення формується під впливом ряду обмежень, встановлених інститутом. У той же час в окремих випадках він може говорити як відносно самостійний політик. На підтвердження цього наведемо приклад з пресбрифінгу прессекретаря Білого дому Дж. Карні від 04.06.2012 р.:

"Q Are the President's proposals – you mentioned the leftover elements of the Jobs Act and the "To-Do" list – in the White House's view bold enough to create the kind of jobs the country needs? Or is there anything else that this White House would seek to do this year if you could get it through Congress?

MR. CARNEY: ***I would simply say that the elements*** *of the American Jobs Act and the "To-Do" List* ***combined would help the economy grow*** *and create significant numbers of jobs.* ***There's no question about that****. And* ***had Congress done the right thing*** *and passed the American Jobs Act in its entirety last fall,* ***I think we would be in a different situation with a different employment picture today*** *than the one we're in.*

But ***you can be sure that this President is constantly tasking his economic advisers*** *and talking to folks about other policy ideas and other proposals to continue this economy – to continue having this economy grow and create jobs.* ***That is work that is never done for anybody who's been sent to Washington by the American people****.* ***A number-one task that you have here if you're elected to Congress or sent to the White House is to do the things necessary to help the economy grow*** *and to help the economy create jobs"* (The White House, Office of the Press Secretary, 2012, June 4).

Як видно, у цьому випадку прессекретар вимушений говорити від власного імені, оскільки в наведеній ситуації він не має змоги узгодити висловлювання з особами/групою, котра спрямовує інституційну політику. Він послуговується конструкціями, які виражають впевненість мовця, його

власну оцінку ситуації: *I would simply say; there's no question; had Congress done the right thing; we would be in a different situation; you can be sure*. До того ж, прессекретар дає оцінку ролі президента у вирішенні економічних питань, застосовуючи конструкції *work that is never done for anybody* та а *number-one task*. Останній абзац цитати безумовно є прикладом роботи на підвищення іміджу президента, однак мовні засоби, якими користується прессекретар, можуть трактуватися аудиторією як його особистий погляд на проблему.

Розглянемо застосування наведених тактик адресантом і адресантом-ретранслятором на прикладі пресбрифінгів президента США Дж. Буша-молодшого та двох його прессекретарів, Арі Флейшера і Скота Макклеллана, а також брифінгів президента США Б. Обами та двох його прессекретарів, Роберта Гіббса та Джея Карні.

Результати аналізу у відсотках пресбрифінгів названих прессекретарів і пресконференцій президентів США наведені в таблиці 3.2.1.

Таблиця 3.2.1

Застосування комунікативних тактик прессекретарями і президентами США у відсотковому відношенні

	А. Флейшер	С. Макклеллан	Р. Гіббс	Дж. Карні	Дж. Буш	Б. Обама
Інформування	8,12	14,06	16,88	10,42	15,09	10,46
Роз'яснення	12,16	12,50	13,75	14,58	24,53	11,11
Виправдання	0,00	1,56	6,25	3,13	0,00	9,81
Захист іміджу	10,81	1,56	5,00	7,29	13,21	9,15
Спонукання	1,35	1,56	0,63	7,29	1,89	5,23
Переконання	8,12	3,13	6,88	5,21	11,32	12,42
Зняття статусних обмежень	8,12	3,13	3,13	4,17	1,89	0,65

Продовження таблиці 3.2.1

Підкреслення статусних обмежень	6,76	9,38	1,88	1,04	1,89	1,31
Емотивне зараження	2,70	3,13	1,88	6,25	1,89	5,23
Уникання відповіді	12,16	25,00	10,00	0,00	3,77	1,96
Апелювання до авторитету	13,51	4,69	7,50	9,38	3,77	5,88
Переключення уваги	9,46	10,94	8,75	8,33	1,89	4,58
Утвердження позиції	4,05	7,81	5,00	7,29	13,21	7,84
Привернення прихильників	0,00	0,00	0,00	3,13	5,66	3,92
Визнання неправоти	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Напад на опонентів	0,00	0,00	11,25	11,46	0,00	8,50

Тактики інформування та роз'яснення є одними з найбільш уживаних у проаналізованих пресбрифінгах як прессекретарів, так і президентів. Це пов'язано з тим, що заявленою метою пресбрифінгу, як явища, є надання інформації по питаннях, на які звертає увагу адміністрація або які цікавлять пресу. Разом з тим, мовцям часто доводиться вдаватися до роз'яснення раніше наданої інформації. Крім того, значний відсоток цих тактик у мовленні спікерів пояснюється впливом ситуації.

Тактика виправдання є нечастим явищем у мовленні представників адміністрації президента Дж. Буша. У мовленні прессекретарів президента Б. Обами і самого президента ця тактика застосовується значно частіше.

Це варто віднести на рахунок впливу інституту (а також ситуації) на дискурс мовця.

Тактика захисту іміджу (іміджева) дещо частіше трапляється у брифінгах президентів. Серед прессекретарів є досить значні розбіжності у застосуванні цієї тактики. Це можна пояснити впливом особистості і ситуацією. Статус президента дозволяє більш вільно і прямо вдаватися до конструювання і покращення свого іміджу та іміджу своєї адміністрації. Більше того, оскільки президент є фігурою символічною, до певної міри це є його обов'язком. Прессекретар повинен підтримувати позитивний імідж президента і адміністрації, частиною якої він є, але це не є заявленим завданням брифінгів, які він проводить. Він може вдаватися до конструювання іміджу лише на фоні інформації, яку він надає.

Між частотами використання *тактики спонукання* немає значних відмінностей. Дещо частіше нею користуються президент Б. Обама і його прессекретар Дж. Карні. Це можна віднести частково на рахунок впливу ситуації, частково – впливу особистості мовця.

Тактика переконання є більш розповсюдженою у мовленні президентів з незначною різницею в частоті застосування. У мовленні прессекретарів вона зустрічається не так часто, але значних відмінностей також не спостерігається. Можна припустити, що вирішальним чинником під час застосування цієї тактики є ситуація.

Тактики зняття та підкреслення статусних рамок у мовленні президентів зустрічаються нечасто. Їх статус достатньо високий для того, щоб повноцінно діяти у будь-якій комунікативній ситуації, не вдаючись до застосування цих прийомів. У мовленні прессекретарів президента Дж. Буша ці тактики зустрічаються дещо частіше, ніж у прессекретарів Б. Обами. Це може говорити про помітно більший інституційний тиск на мовців, що у нетипових ситуаціях змушує їх частіше виходити за рамки статусу чи підкреслювати їх.

Тактика емотивного зараження трапляється в усіх досліджуваних брифінгах з незначними відхиленнями у частоті застосування. Враховуючи те, що маніпулювання емоціями аудиторії не є найважливішим елементом пресбрифінгу, вважаємо, що мовці користуються ним відповідно до потреби та власної манери мовленнєвої поведінки.

У середньому, президенти користуються *тактикою уникання прямої відповіді* значно рідше, ніж прессекретарі. Це можна пояснити різницею в статусах мовців. У більшості ситуацій статус президента дозволяє йому давати пряму відповідь на питання аудиторії. Прессекретарі президента Дж. Буша користуються цією тактикою значно частіше за прессекретарів президента Б. Обами. Така значна різниця може бути пояснена інституційним тиском на першу групу мовців. Комунікативна політика інституту, котрий вони представляють, не дозволяє їм поширювати певні категорії інформації.

Наведемо приклад використання мовцями *тактики уникання прямої відповіді*. Ця тактика часто використовується у ситуаціях, коли розголошення конфіденційної інформації є недопустимим:

"MR. McCLELLAN: We worked to ***make sure that we could declassify as much information as possible*** *because of how important that is. But* ***what we will not do is compromise our national security by allowing information*** *relating to sources and methods* ***to be released****, or* ***allowing information*** *about ongoing investigations relating to the September 11th terrorist attacks* ***to be released"*** (The White House, 2003, July 29).

Прессекретар наголошує, що він (разом з командою президента) розуміє позицію громадськості щодо необхідності доступу до інформації, тому адміністрація зробила все можливе для забезпечення цього доступу (*declassify as much information as possible*). Однак державний інститут вважає неприпустимим розголошення певної інформації, і прессекретар, як його частина, не має на це права. Тут мовець прямо говорить про те, що поширення інформації, яка цікавить репортерів, є забороненим (*we will not <…> compromise our national security*), однак робить це від імені адміністрації,

не беручи відповідальність на себе, за рахунок використання виключно займенника *WE*.

Іншим прикладом тактики уникання прямої відповіді є такий:

"Q Back on the topic of – following up on Ed with waterboarding and torture, with the President having, as you said, outlawed waterboarding, what is the responsibility of his administration to make sure that this latest alleged captive from the Afghan Taliban is not waterboarded or tortured? Is it the President's and the administration's responsibility – I'm not talking about him in particular – but is it their responsibility to make sure waterboarding doesn't happen by Pakistani security forces?

MR. GIBBS: Chip, ***I, for a number of reasons****, as I said,* ***I'm just not going to get into the details*** *surrounding any of these events"* (The White House, Office of the Press Secretary, 2010, February 16).

Тут прессекретар не перебирає на себе ідентичність представника адміністрації, говорячи від власного імені. Однак у цьому випадку мовець не дає жодного роз'яснення ситуації і не повідомляє причин відмови, на відміну від попереднього прикладу. Ймовірно, ця різниця пов'язана саме з відмінністю в самопозиціонуванні мовців у цих ситуаціях, котра була виражена через займенники *I* або *WE*.

Наведене стосується також *тактики переключення уваги*, оскільки отримані дані дозволяють прослідкувати схожу тенденцію застосування цієї тактики серед мовців.

Тактика апелювання до авторитету в середньому є більш поширеною у мовленні прессекретарів, в той час як президенти рідше звертаються до неї. Причиною цього є статусно-рольові відмінності між мовцями. Президент, як правило, говорить від власного імені і посилається на авторитетні джерела чи осіб лише в окремих ситуаціях. Прессекретар говорить у першу чергу від імені президента і вимушений посилатися на нього для надання валідності своїм твердженням. Як показують отримані дані, на частоту таких покликань у прессекретарів більше впливає фактор особистості мовця, а не інститут.

Тактика утвердження прийнятої позиції зустрічається в усіх мовців з незначними відмінностями. Найбільш поширеною вона є у мовленні президента Дж. Буша. Б Обама користується нею помітно рідше за Дж. Буша, але частіше за решту прессекретарів. У першу чергу на застосування цієї тактики впливає інститут і статус мовця всередині інституту, іншим вагомим фактором є ситуація комунікації. Високий статус президента дозволяє йому вести брифінг з позиції лідера, котрий чітко утверджує свою позицію з піднятих питань у будь-якій ситуації. Порівняно нижчий статус прессекретаря вказує на необхідність відповідної ситуації для застосування цієї тактики. Також варто враховувати, що на відміну від президента, прессекретар, як правило, відстоює позицію адміністрації, а не власну.

Тактика привернення прихильників не є типовою для мовлення прессекретарів. Вона зустрічається лише в одного прессекретаря Б. Обами, Дж. Карні. У мовленні президентів ця тактика є нечастим, але стабільно присутнім явищем. Це можна пояснити наступним чином. Високий владний статус президента дозволяє йому звертатися до потенційних прихильників за будь-якої нагоди. Прессекретар застосовує цю тактику лише в особливих ситуаціях. Однією з таких ситуацій є передвиборча кампанія в країні і підняття цього питання під час брифінгу.

Застосування *тактики нападу на опонентів* визначається інституційною політикою. Серед опрацьованого матеріалу випадки використання цієї тактики було зафіксовано лише у мовленні президента Б. Обами та його прессекретарів. Вони часто користуються цією тактикою у ситуаціях, коли виникає потреба виправдати невдачі адміністрації. Наприклад:

“Q Thank you, Mr. President. You said this week that Democrats wouldn’t do well in the November elections if it turns out to be a referendum on the economy. But with millions of people out of work and millions of people losing their homes, how could it not be a referendum on the economy and your handling of it, and why would you not welcome that?

MR. OBAMA: Now, ***for all the progress we've made, we're not there yet****. And that means that* ***people are frustrated*** *and that means* ***people are angry****. And* ***since I'm the President*** *and Democrats have controlled the House and the Senate,* ***it's understandable that people are saying****, what have you done.*

But *between now and November,* ***what I'm going to remind the American people of is that the policies that we have put in place have moved us in the right direction****,* ***and the policies that the Republicans are offering right now are the exact policies that got us into this mess****.* ***It's not a situation where they went and reflected****, and said to themselves, you know what, we* ***didn't do some things right*** *and so we've got a whole bunch of new ideas out here that we want to present to you that we think are going to help put us on the path of strong growth –* ***that's not what happens****. The chairman of their committee has said,* ***we would do the exact same things*** *as we did before Obama took office.* ***Well, we know where that led"*** (The White House, Office of the Press Secretary, 2010, September 10).

Тут президент визнає невдоволення громадян результатами його роботи, однак переключає увагу аудиторії на невдалі дії політичних опонентів. Він прямо протиставляє своїх однодумців і суперників, не наводячи реальних доказів щодо діяльності обох груп (*the policies that we have put in place – the policies that the Republicans are offering*), що можна кваліфікувати як маніпуляцію. Висловлення завершується риторичним твердженням, для посилення беззаперечності поданої думки.

Наведемо цитату Дж. Карні, одного з прессекретарів президента Б. Обами, де він також користується протиставленням у ході реалізації тактики нападу на опонентів:

"Q On the Clinton question – President Clinton and President Obama have had some differences on policy and tactics lately, and a lot was made of the comments President Clinton made in an interview about Governor Romney, including that Romney had a sterling business career and that that helps at least get him across the threshold to be President. Are these two former Presidents seeing life the same way right now?

MR. CARNEY: I think it's ***important to note that President Clinton****, when he left office after eight years in which we saw substantial job creation under his stewardship, he* ***handed an economy and a budget that included surpluses for as far as the eye could see****, hundreds and hundreds of* ***billions of dollars of surpluses****.* ***After eight years pursuing policies that every Republican leader*** *in Congress supported and every Republican who ran for President* ***has endorsed, President Obama came into office, was handed a $1.4 trillion deficit*** *– or over $1 trillion deficit,* ***the largest at that time in history****, and* ***an economic situation that was the worst*** *any of us had ever seen. So* ***I think the choice is clear"*** (The White House, Office of the Press Secretary, 2012, June 4).

Прессекретар вибудовує своє висловлення за схемою, подібною до показаної нами у попередньому прикладі. Він вдається до створення контрасту через опис позитивного економічного зростання за часів президентства Б. Клінтона (однопартійця президента Б. Обами) і результати негативного економічного зростання, отримані з часу адміністрації Дж. Буша (політичний опонент обох названих президентів). Мовець здійснює це, застосовуючи іменники з протилежною семантикою: *surpluses – deficit*; прикметники найвищого ступеня з негативною конотацією для характеристики опонентів: *the largest [deficit], the worst [situation]* та ідіоматичну сполуку для позитивної оцінки діяльності Б. Клінтона: *surpluses for as far as the eye could see*.

Натомість представники адміністрації Дж. Буша і сам президент підкреслено уникали відвертої критики політичних опонентів і акцентували увагу на необхідності об'єднання задля розв'язання проблем. Наприклад:

"Q And what does he say when Republicans say, well, we can't afford to cover 30 million people; we can't – you know, we simply fundamentally disagree with your goals here?

MR. GIBBS: But I think everyone will get a chance to watch and see – ***we know the problems*** *that people have.* ***We know*** *that small businesses are being crushed by these costs.* ***We know*** *that if you're a small business in this individual market, you're getting this letter that says your insurance is going up 39 percent. So*

we know what the problem is. Now the question is, what is Washington going to do working together to address that problem? And I think the President will lay out his ideas and I would expect that Republicans will and others will lay out their solutions.

Now, ***if they say****, look, we can't help the guy in the individual market whose insurance is going up 39 percent, he's on his own –* ***then you'll have the parameters of that debate"*** (The White House, Office of the Press Secretary, 2010, February 16).

Прессекретар активно підкреслює обізнаність адміністрації щодо проблеми і необхідність пошуку її вирішення. Варто додати, що на той час президент пропонував свій фінансовий законопроєкт для розв'язання ситуації, але Конгрес з цим не погодився. Однак прессекретар апелює до необхідності спільного пошуку рішень, на відміну від попереднього прикладу: *working together; the President will lay out ideas; Republicans will and others will*. Також він відмовляється давати особисту оцінку ситуації, пропонуючи аудиторії робити власні висновки: *then you'll have the parameters*.

Аналіз мовлення прессекретарів і президентів США під час проведення пресбрифінгів та пресконференцій відповідно дозволив сформувати набір комунікативних тактик, котрі часто використовуються у цих комунікативних ситуаціях. Встановлено відмінності у використанні цих тактик у мовленні прессекретарів США як адресантів-ретрансляторів і президентів США як адресантів. Показано, що прессекретарі частіше за президентів використовують тактики апелювання до авторитету, ухиляння від прямої відповіді, зняття та підкреслення рамок статусно-рольових обмежень. Президенти частіше користуються тактиками утвердження прийнятої позиції, привернення прихильників, переконання, захисту іміджу.

Відзначено, що вибір комунікативних тактик прессекретарями Білого дому США визначається такими факторами: ситуацією та обставинами, в яких відбувається комунікація; статусом мовця; інституційною політикою; тактичною метою.

3.3. Аналіз мовлення прессекретаря Білого дому у поліперсонологійному вимірі мовної особистості

У цьому підрозділі розглянуто використання прессекретарями деяких мовних одиниць та засобів, зокрема, особових займенників та дієслівних сполук з ними, для виконання функції персуазивності в умовах пресбрифінгів. Дослідження проводилося шляхом порівняння мовлення прессекретарів Білого дому США під час проведення пресбрифінгів з мовленням президентів США в умовах пресконференцій. На основі отриманих у результаті порівняння даних було зроблено висновки про типові риси мовлення прессекретаря Білого дому, котрі можна вважати характерними для прессекретаря як поліперсонологійної мовної особистості.

3.3.1 Мовні одиниці та засоби виконання функції персуазивності у політичному дискурсі. З метою досягнення основних цілей політичного дискурсу у ході здійснення політичної комунікації адресант (політик) використовує різноманітні мовні одиниці, засоби та прийоми. Такі засоби забезпечують згоду, спільність поглядів між мовцем і аудиторією (Kravchenko et al., 2023, с. 201). Ф. Бацевич підкреслює, що «дослідження сутності, природи й організації найважливішої категорії людського вербального спілкування – дискурсу – неможливе без звернення до семантичних і прагматичних особливостей слів, які формують його структуру, визначають плин і природа яких є виключно (або переважно) комунікативною» (Бацевич, 2007). На сьогодні в науковій спільноті відсутня загальновизнана класифікація таких слів. Ф. Бацевич та ряд інших українських мовознавців називають їх дискурсивними словами.

Н. Фрасинюк стверджує, що «в англомовному політичному дискурсі існує низка мовних засобів на всіх рівнях мови, які виконують функцію персуазивності в політичному дискурсі» (Фрасинюк, 2020, с. 129–130). При цьому вона відзначає, що «на морфологічному рівні персуазивний ефект

досягається за допомогою вживання займенників, дієслів та дієслівних конструкцій, прикметників тощо». Займенники, як граматичний клас слів, використовуються також з метою уникнення повтору, що робить мову більш лаконічною та зрозумілою. Займенники входять і до групи когезійних елементів – засобів досягнення зв'язності тексту. Їх вживання робить текст більш логічним та послідовним. При цьому дейктики несуть вказівку не лише на особу чи об'єкт, але і на часово-просторовий зміст усього висловлювання (Kravchenko, Vylinskyi, Yudenko, 2022).

Займенники відіграють надзвичайно важливу роль у мовленні учасників політичного дискурсу. Це спричинено тим, що «будь-яке мовлення адресоване, а одним з основних граматичних засобів реалізації адресованості є займенники» (Гнатковська, Сапожник, Суродейкіна, 2021, с. 87). Окрім того, їх вживання може суттєво впливати на тон та емоційну складову мовлення, змінювати оціночні й експресивні параметри висловлювання, бути конструктором риторичних запитань і звернень (Безгодова, 2024, с. 72).

Р. Брамлі, досліджуючи використання займенників для формування ідентичності у політичному дискурсі, розширює думку, зазначаючи, що контекст у такому трактуванні «включає лексичні та граматичні риси, котрі оточують займенник»; повний текст розмови; ситуацію, в якій відбувається розмова, фонові знання та припущення учасників, соціокультурне середовище, в якому оперують мовці. Останнє можна конкретизувати: доцільним є аналіз мовлення з урахуванням наявної та отриманої інформації про учасників, їх політичні погляди, політичну ситуацію в країні та світі (Bramley, 2001, с. 21–22).

У політичному дискурсі особові займенники однини та множини політики часто використовують для самопозиціонування, з метою взяття відповідальності за свої дії та заяви або перекладання її на інших, для створення зв'язку з аудиторією при реалізації комунікативних тактик єднання, протиставлення, контрасту та ототожнення.

Такої ж думки щодо ролі особових займенників у досягненні комунікативних цілей політичного дискурсу, акцентуванні уваги реципієнтів, надання мовленню емоційної насиченості, особистісного відтінку, модифікації оціночних і експресивних параметрів висловлювання, конструювання риторичних запитань і звернень дотримується більшість науковців.

У той же час Н. Безгодова та Л. Колесникова відзначають, що «займенники не мають постійного лексичного значення, яскравого стилістичного забарвлення та повної граматичної самостійності, смислову і синтаксичну наповненість набувають у тексті» (Безгодова, Колесникова, 2024, с. 67).

І. Ющук звертає увагу, що «займенник щоразу, залежно від мовної ситуації, певною мірою пристосовує свою граматичну форму до тих слів, замість яких його вжито» (Ющук, 2008, с. 361).

У науковій літературі питання використання особових займенників такими учасниками політичного дискурсу, як політичні лідери та перші особи країн, яких за виконуваними у комунікативній ситуації функціями можна віднести до групи адресантів, є досить дослідженим (Гнатковська та ін., 2021; Деренчук, 2018; Фрасинюк, 2020).

Так, на думку Н. Фрасинюк, використання особових займенників «першої особи однини та множини є характерним для політиків, які обіймають високу посаду»; «уживанням у мовленні займенника *I* політик показує, що лише він може змінити щось у житті суспільства, що він упевнений у своїй силі, є <…> лідером». Вживанням займенника *WE* «політики демонструють свою віру у співпрацю, взаємопорозуміння з народом, і цим переконують виборців підтримувати їхні ідеї, прямо звертаються до них і побічно представляють себе та свою програму» (Фрасинюк, 2020, с. 130–131).

Аналізуючи роль займенників у політичному дискурсі, В. Михайленко відзначає, що займенники *I*, *WE* та *YOU* використовуються у політичному

дискурсі для створення позитивного іміджу мовця, а займенник *THEY* – для створення негативного іміджу опонента (Михайленко, 2019, с. 84).

Н. Дяченко та В. Халін стверджують, що «на морфологічному рівні акцентування уваги може відбуватися за допомогою вживання особових займенників і прикметників» (Дяченко, Халін, 2019, с. 57). Вони дозволяють репрезентувати себе, підкреслити впевненість у власних силах, вказати на те, що тільки він (мовець, політик) та його команда здатні вирішити поставлене питання, змінити ситуацію на краще.

Такої ж думки дотримуються і А. Федорова та І. Дудко, підкреслюючи, що «особові займенники у формі множини та однини часто допомагають продемонструвати впевненість у власних силах, репрезентувати себе, вказати на те, що тільки певна людина чи команда здатна вирішити конкретне питання, змінити ситуацію на краще» (Федорова, Дудко, 2022, с. 67).

Т. Хорунжук, досліджуючи «взаємодію антропонім – займенник третьої особи однини в характеристиці усного мовлення політиків» зауважує, що займенник *HE* використовується в усному мовленні політиків для посилання на раніше згадане ім’я особи. Вона пропонує розглядати «номінативну трансформацію антропоніма в займенник третьої особи однини як одну з ознак усного мовлення представників політичної еліти» (Хорунжук, 2021, с. 24–26).

О. Воробйова та В. Цьокан відзначають роль особового займенника *WE* у реалізації комунікативних тактик єднання, протиставлення, контрасту та ототожнення. На їхню думку, «цей прийом створює ефект певного розмивання кордонів між політиком та аудиторією, що дозволяє маніпулювати свідомістю слухачів на користь політичної фігури оратора» (Воробйова, Цьокан, 2024, с. 104).

У свою чергу Ю. Розенгарт зауважує, що в політичному дискурсі мовцям властиве вживання дейктичних одиниць, особливо займенника *WE*, оскільки він – «маркер ідентифікації політика з конкретною групою. Така

показна належність політика до групи не є об'єктивною, а є лише частиною стратегії окреслення «своїх» і «чужих»» (Розенгарт, 2010, с. 206).

Підсумовуючи погляди науковців щодо використання учасниками політичного дискурсу різноманітних дейктичних одиниць, перш за все особових займенників, можна стверджувати, що останні відіграють надзвичайно важливу роль у політичному дискурсі і широко використовуються його учасниками. Займенники вживають з метою досягнення персуазивного ефекту, уникнення повтору, для зв'язності тексту, для самопозиціонування, взяття відповідальності за свої дії та заяви, для перекладання відповідальності на інших, для створення зв'язку з аудиторією.

3.3.2. Роль займенників у дискурсі прессекретаря Білого дому. Позаяк у фокусі нашої уваги є дослідження специфіки вживання особових займенників у брифінгах прессекретарів Білого дому США як представників політичного інституту, вважаємо доцільним порівнювати їх мовлення з мовленням президентів США як лідерів зазначеного політичного інституту.

Слід зауважити, що оскільки на мовлення значною мірою впливають обставини, ситуація, час (van Dijk, 2008), то для дослідження було відібрано пресбрифінги прессекретарів і пресконференції президентів США як зразки мовлення, найближчого за вказаними факторами впливу. Такий вибір було зроблено перш за все виходячи з того, що мовлення прессекретаря під час проведення пресбрифінгу і мовлення президента під час проведення пресконференції значною мірою ведеться експромтом.

Користуючись даними таблиць підрозділу 2.3, порівняємо вживання особових займенників прессекретарями та президентами США. Розглянемо використання особового займенника першої особи однини *I*. Слід відзначити, що прессекретарі користуються цим займенником рідше за президентів, реалізуючи при цьому інші комунікативні інтенції. Так, частота використання

займенника *I* у пресконференціях президента США Дж. Буша становить 26,1 на тисячу слів, тоді як у його прессекретарів А. Флейшера та Д. Періно аналогічна частота становить 11,3 та 18,7 відповідно. Частота використання займенника *I* у пресконференціях президента США Дж. Трампа складає 34,3 на тисячу слів, а у пресбрифінгах його прессекретарів Ш. Спайсера та К. МакЕнані – 20,9 та 12,6 відповідно.

Президенти найчастіше послуговуються займенником *I* для створення або захисту власного іміджу, а також іміджу членів своєї команди. Наприклад, президент Д. Трамп під час пресконференції від 16.02.2017 р. у вступному слові заявив:

"MR. TRUMP: ***I'm here today to update*** *the American people* ***on the incredible progress that has been made in the last four weeks since my inauguration****.* ***We*** *have* ***made incredible progress****.* ***I don't think there's ever been a president*** *elected who* ***in this short period*** *of time has* ***done what we've done"*** (CNN, 2017, February 17).

У наведеному висловлюванні перший раз займенник *I* вжито в оточенні одиниць, які вказують на часо-просторове позиціонування мовця тут і зараз. Окремо підкреслюється вказівка на мету зібрання. Президент підкреслює, що особисто прийшов до аудиторії щоб розповісти про результати своєї роботи на посаді. У такий спосіб він не лише встановлює контакт з аудиторією, але і укріплює свій імідж лідера: рішучого, зацікавленого в результативній роботі, готового йти на контакт. У двох наступних реченнях у якості актанта вказано *WE*, а не *I*. У такий спосіб президент Д. Трамп демонструє єдність зі своєю командою, підкреслюючи, що будь-які досягнення є результатом роботи всієї команди. У третьому реченні займенник *I* використано для побудови оцінної конструкції, за допомогою якої президент підкреслює власну винятковість через порівняння з попередниками, тим самим зміцнюючи свій імідж.

Крім того, займенник *I* може використовуватися президентами для демонстрації рішучості, лідерства, відповідальності; для підкреслення

унікальності своєї позиції та привернення уваги; для створення персонального зв'язку з аудиторією.

Наприклад, президент Дж. Буш під час пресконференції від 22.02.2001 р. на запитання кореспондента *"You said that your $1.6 trillion tax cut is reasonable and responsible within the outlines of the budget you're going to present. If, when that gets to Congress, things start getting layered on to it, like corporate tax cuts, capital gains, would you still support it? And if it reached your desk at a higher level, would you sign it?"* (The White House, 2001, February 22) відповів:

"MR. BUSH: ***As you know, I shy away from hypotheticals****, Pancho.* ***I'm going to resist*** *the Christmas tree effect of tax policy.* ***I don't want people putting ornaments on my plan"*** (The White House, 2001, February 22).

У першому реченні вживанням займенника *I* президент Дж. Буш позиціонує себе як унікальну харизматичну особистість. При цьому вживанням конструкції *as you know* він підкреслює особистий зв'язок з аудиторією. Вживанням займенника *I* в поєднанні з *going to resist* він демонструє свою рішучість у досягненні поставленої мети. У третьому реченні займенник *I (my)* використано для позиціонування себе як лідера.

Вважаємо, що ця відповідь демонструє лідерську позицію президента і його відповідальність за презентовані ідеї.

Під час цієї ж пресконференції президент майстерно продемонстрував уміння підтримувати персональний контакт з аудиторією, залишаючись спокійним і шанобливим у ситуації переривання його відповіді кореспондентом:

"MR. BUSH: ***I didn't get*** *to finish my answer,* ***in all due respect"*** (The White House, 2001, February 22).

Вказавши на нетактовне переривання, він повертає собі контроль над ситуацією і продовжує відповідь по суті питання.

На відміну від президента, прессекретар не може використовувати займенник *I* з метою створення чи захисту власного іміджу в силу статусно-

рольових обмежень. Його першочерговим завданням є робота на імідж президента, а не на власний. Прийомом, за допомогою якого прессекретар виконує це завдання, є подання якісної характеристики (різного ступеня повноти) президента або ж звіту про його діяльність чи виконану роботу відповідно до ситуації і від свого імені. Наприклад, прессекретар Ш. Спайсер під час пресбрифінгу від 23.01.2017 р. характеризує президента Д. Трампа у такий спосіб:

"MR.SPICER: ***I mean****, that's gonna happen.* ***I think****, look, you're seeing with respect to the other meetings, it's day one – working day one here.* ***He's gonna start with the leadership. He's gonna have a great conversation*** *with them. But then* ***I think you're gonna see a variety of meetings:*** *the Congressional Black Caucus, the Hispanic Caucus, small groups of leaders"* (CNN News, 2017, January 24).

Тут прессекретар вдається до іміджевої тактики, однак презентує цю оцінку як особисту думку, серед іншого через використання займенника *I* з дієсловами *think*, *mean*. Крім того, мовець подає характеристику президентів через прикметники й іменники з позитивною конотацією: *leadership, a great conversation, variety of meetings*. Цей спосіб застосування займенника *I* прессекретарями є найчастотнішим серед проаналізованих пресбрифінгів і становить приблизно третю частину від зафіксованих випадків. В силу цих же причин прессекретар не може використовувати займенник *I* для демонстрації своєї рішучості, лідерства чи унікальності своєї позиції.

Далі за частотою вживання займенника *I* розташовуються випадки, коли прессекретар послуговується цим займенником для:

– вирішення організаційних питань, пов'язаних з проведенням брифінгу. Наприклад, К. МакЕнані під час брифінгу від 06.05.2020 р.:

"MS. McENANY: ***I'd like to direct your attention*** *to a very encouraging graph regarding test results.* ***It'll be over my shoulder*** *and hopefully on the screen for those of you watching on television"* (The White House, 2020, May 6).

– виконання тієї частини обов'язків котра стосується інформування аудиторії. Наприклад, Дж. Сіверт під час брифінгу від 06.11.2000 р.:

“MR. SIEWERT: And, frankly, that was a little over-blown in the press. ***I made that point perfectly clear*** *to those of you who* ***I discussed that with*** *on Thursday. And* ***I don't have anything to add*** *to what we've said about that”* (The American Presidency Project, n.d.-f).

– використання етикетних формул під час взаємодії з аудиторією. Наприклад, А. Флейшер під час брифінгу від 25.07.2001 р.:

“MR. FLEISCHER: Good afternoon. For you travelers out there, welcome back. ***I hope*** *you got some rest last night”* (The White House, 2001, July 25).

– висловлення власного погляду на ситуацію. Наприклад, А. Флейшер під час брифінгу від 25.07.2001 р.:

“Q What I'm asking is, I understand what his opinion is on this, but it appears that politically at this point, that point of view is not winning in the House of Representatives.

MR. FLEISCHER: ***I disagree with that assessment****, and* ***I think*** *that's what the vote –*

Q Based on what? I mean, that's what I'm trying to get at, is what's his assessment of how likely his approach is of winning in the House?

MR. FLEISCHER: ***I think there is plenty of evidence*** *that the President's approach is* ***making good progress*** *with members of the House, Democrat and Republican alike. And the question was, when will we know, when will the ultimate test come, which, of course, is a vote. And you'll find out when the vote is, and* ***that will be the ultimate answer to your question”*** (The White House, 2001, July 25).

Досить поширеним є випадок використання займенника *I* для ухиляння від прямої відповіді та модалізації висловлювання, що дозволяє частково зняти відповідальність за певні дії чи бездіяльність з президента (від 10 до 20% випадків серед опрацьованого матеріалу). У цьому випадку прессекретар до певної міри перебирає відповідальність за ситуацію на себе, виправдовуючи президента та адміністрацію. Наприклад, К. МакЕнані під час брифінгу від 12.05.2020 р. на питання *“President Trump yesterday said the U.S. had prevailed on testing, but today we heard from senators, both Democratic and*

Republican, who say that's not the case. Senator Lamar Alexander, a Republican, says, "What our country has done so far in testing is impressive but not nearly enough." Senator Patty Murray, a Democrat, said, "We need dramatically more testing. It's unacceptable we…don't have a national strategic plan." What's the White House response?" (The White House, 2020, May 12) дала таку відповідь:

"MS. McENANY: ***I've sat in the task force meetings*** *where Admiral Giroir has talked to governors and literally pulled out his chart and said: "Governor X, here is your plan and your request for testing in order to safely reopen. I can assure you that that will be satisfied this month."*

So I have seen those meetings *take place.* ***I can assure the American people****, in line with what Dr. Fauci has said, we do have enough for phase one. By the end of the week, we'll be able to say that we've conducted 10 million tests. You know, we went from doing 150,000 tests per week to now testing about 300,000. That's an extraordinary effort, not to — also note that that's two times what other countries are doing when you look at America's testing.* ***I'd say that that's pretty impressive*** *and that's* ***a testament to the work of this administration*** *and the hard work of the private sector"* (The White House, 2020, May 12).

У цьому випадку К. МакЕнані підкреслює власну активну участь у подіях (тоді як зазвичай прессекретарі уникають подібного і говорять з позиції спостерігача або члена команди). Це відбувається через застосування конструкцій *I've sat, I have seen, I can assure, I'd say*. До того ж, кількісні результати використання дієслів прессекретарями показали, що вживання дієслів, які містять семантику дії фізичної, не є типовим для цієї категорії мовців, на відміну від дієслів на позначення вербальних чи ментальних процесів.

Значно рідше порівняно з президентами займенник *I* прессекретарі використовують з метою спонукання адресатів до певних дій. Так, прессекретар А. Флейшер під час проведення брифінгу від 24.01.2001 р. отримав питання:

“Q Ari, the fact that they even held this meeting, is that a sign that campaign finance has risen on the President's agenda? Because he hadn't mentioned it as one of his top priorities before” (The White House, 2001, January 25).

Відповідь на це містила прямий заклик звернути увагу на одне з питань, яким займався президент:

“MR. FLEISCHER: Well, ***he mentioned many issues that came up*** *in the meeting. Again, they talked about defense, they talked about energy, they talked about a variety of things. And particularly on pork barrel spending,* ***I urge you to pay some attention there*** *in the future”* (The White House, 2001, January 25).

Також займенник *I* використовується прессекретарями у ході виправдовування себе, в процесі роботи на захист іміджу команди президента, або при реалізації стратегії на зниження іміджу опонентів.

Наприклад під час брифінгу від 25.07.2001 р. прессекретарю А. Флейшеру було поставлене питання:

“Q That's what I mean. So if it's the law of the land, why can’t Congress just approve it? What's holding up Congress?” (The White House, 2001, July 25).

У своїй відповіді прессекретар не лише захищає імідж президента, але і залучає елемент стратегії на зниження іміджу політичних опонентів (у цьому випадку – Конгрес США):

“MR. FLEISCHER: ***I think that's a great question for Congress.*** *And this is* ***an issue that the President differs with Congress*** *and differs with some people in his own party.* ***The President thinks it's terribly important to be fair*** *to our Mexican friends”* (The White House, 2001, July 25).

В окремих випадках прессекретарі, як і президенти, акцентуванням на займеннику *I* намагаються привернути до себе увагу. Яскравим прикладом цього може бути цитата прессекретаря Білого дому США Ш. Спайсера, виголошена ним у вступному слові під час першого брифінгу на посаді прессекретаря від 23.01.2017 р.:

*“MR. SPICER****: I was going to start*** *with a recap of the inauguration, but* ***I think we’ve covered that*** *pretty well. By the way, just as I get started,* ***I know that***

Josh Earnest was voted the most popular press secretary *by the Press Corps, so* ***after reading – checking my Twitter feed, I shot Josh an e-mail*** *last night letting him know that* ***he can rest easy****, that* ***his title is secure for at least the next few days”*** (CBS News, 2017, January 24).

Ш. Спайсер використовує кілька конструкцій з займенником *I*. Частина з них також містить дієслова на позначення фізичної дії, що знову ж не є типовим для мовлення прессекретаря. Зміст цього висловлювання не стосується виконання робочих обов’язків посадовця. Тут мовець позиціонує себе радше як індивідуальну харизматичну особистість, а не як представника політичного інституту, оскільки центральною особою у дискурсивному просторі постає він сам.

Як було показано, у процесі конструювання висловлювань для реалізації комунікативних стратегій і тактик прессекретарі Білого дому, як і президенти США, вживають особовий займенник першої особи однини *I* разом з допоміжними та смисловими дієсловами. Частотний аналіз корпусів, сформованих з мовлення прессекретарів Білого дому Ш. Спайсера, А. Флейшера, К. МакЕнані, Д. Періно та президентів США Дж. Буша і Д.Трампа показав, що найбільш вживаними конструкціями є такі: *I think; I said (say); I believe; I know*. Зважаючи на наведені вище результати дослідження Р. Брамлі щодо доцільності аналізу мовлення з урахуванням інформації про його учасників, їх політичні погляди, політичну ситуацію в країні і світі, така частотність вживання цих конструкцій є цілком очікуваною. Політичні діячі у своєму мовленні керуються передусім настроями (преференціями) аудиторії. Суспільство найбільше турбують такі питання: політичний курс діячів у різних напрямках; оцінка ними широкого кола подій; роз’яснення дій політиків. Відповідно, часто вживаними маркерами виявилися такі конструкції: *I think; I say; I believe; I know*. Частоти вживання цих конструкцій, розраховані на тисячу слів, наведено в таблиці 3.3.2.1.

Таблиця 3.3.2.1

Частоти вживання особового займенника першої особи однини *I* з дієсловами *believe*, *know*, *think*, *say*

	I believe	I know	I think	I say
А. Флейшер	0,12	0,19	3,88	0,28
Д. Періно	0,33	0,85	5,39	0,59
Ш. Спайсер	0,22	0,86	10,41	0,31
К. МакЕнані	0,3	0,23	1,48	0,18
Дж. Буш	1,46	0,34	2,75	0,26
Д. Трамп	0,18	0,97	3,68	3,46

Як видно з таблиці 3.3.2.1, у мовленні прессекретарів та президентів найчастіше використовується конструкція *I think*. Прессекретарі використовують її дещо частіше за президентів, що пояснюється, на наш погляд, статусно-рольовими обмеженнями, які діють відносно посади прессекретаря. Його мовлення повинно бути більш «м'яким» і дипломатичним. Загалом, як показує аналіз таблиці 3.3.2.1, відмінності у частоті вживання особового займенника *I* з дієсловами пов'язані, перш за все, з впливом особистості мовця. Наприклад, Д. Трамп значно частіше за інших вживає конструкцію *I say*, демонструючи цим свою рішучість та відповідальність. Натомість його прессекретар Ш. Спайсер в рази частіше використовує зв'язку займенник-дієслово *I think*.

Важливу роль у конструюванні комунікативних стратегій і тактик відіграє особовий займенник першої особи множини *WE*, який ще називають «колективним займенником» (Воробйова, Цьокан, 2024). Його досить часто застосовують для реалізації комунікативних тактик єднання та протиставлення, контрасту та ототожнення.

Суттєвої різниці у використанні займенника *WE* президентами і прессекретарями не спостерігається. Так, частота вживання цього

займенника у мовленні президента Дж. Буша складає 12,36 одиниць на тисячу слів; у президента Д. Трампа – 9,52. У прессекретарів: Д. Періно – 17,34; К. МакЕнані – 9,92; Д.Д. Майєрс – 8,93; Дж. Сіверт – 16,92.

У частині пресконференції президента Б. Обами від 10.09.2010 р. обсягом 2183 слова особовий займенник першої особи множини *WE* вжито 46 разів, з них – 20 разів при застосуванні тактики єднання з командою, 11 разів при застосуванні тактики єднання з народом США, 4 рази – єднання зі всією владою країни, по 2 рази – єднання з аудиторією та Конгресом США.

Прессекретарі дещо частіше вживають займенник *WE*, підкреслюючи, що вони діють разом з президентом і його командою. Так, під час пресбрифінгу від 04.11.2002 р. прессекретар А. Флейшер вжив займенник *WE* 30 разів, з них 20 – з метою єднання з командою президента; 5 разів – висловлюючи єдність з командою президента і владою в цілому; 2 рази – єднання з народом США і 3 рази – з аудиторією.

Вживання цього займенника адресантом сприяє розмиванню кордонів між ним і колективним адресатом, створює ефект єднання політика з аудиторією (народ США), тим самим створюючи умови для маніпулювання свідомістю адресатів на користь політика. Прикладом цього може слугувати відповідь кореспонденту прессекретаря Дж. Карні під час брифінгу від 04.06.2012 р.:

"Q On Friday, at multiple fundraisers, the President seemed to make the case that the disappointing job numbers in May were largely due to the turmoil in Europe. If these jobs – if the jobs picture continues as it is, does this administration plan to make the case that it's Europe – it's Congress and Europe that's slowing the nation's economy?" (The White House, Office of the Press Secretary, 2012, June 4)

Відповідь прессекретаря була такою:

"MR. CARNEY: ***We have the biggest*** *economy in the world.* ***We have the most*** *dynamic workforce in the world. But* ***we cannot completely control*** *events around the globe economically; therefore,* ***we need*** *to pass every piece of legislation* ***we can*** *that helps* ***our economy*** *grow and helps it create jobs. And* ***we need*** *to take*

all the action ***we can*** *to insulate the American people from the effect of those kinds of events"* (The White House, Office of the Press Secretary, 2012, June 4).

Речник використовує конструкції з займенником *WE* 8 разів, розмиваючи у такий спосіб межі між адміністрацією, аудиторією (прес-корпус Білого дому) і американським народом. Так він об'єднує всі ці групи у дискурсивному просторі.

Крім цього, особовий займенник першої особи множини *WE* разом з особовим займенником *THEY* досить часто використовують в процесі конструювання дихотомії «*WE – THEY*». У такий спосіб використала цей займенник прессекретар Д. Періно під час проведення брифінгу від 17.11.2008 р.:

"Q On the auto industry money, you all have talked about how what you want to do is pursue changes to the DOE loan program. What are you all doing to push that forward in terms of talks on the Hill or actively out lobbying?" (The White House, 2008, November 17).

Відповідь речниці була такою:

"MS. PERINO: ***We are talking with members of the Hill.*** *Remember,* ***a lot of them haven't been in town****, but* ***they're back*** *today and I think that* ***they will be having a lot of meetings*** *both on the Republican side and Democratic side today.* ***Hopefully they're talking*** *to one another, as well.* ***We have yet to see any proposal*** *put forward by the Democrats and* ***they will be back in session*** *in just a couple of hours. So* ***we are waiting to see*** *that"* (The White House, 2008, November 17).

Тут прессекретар не здійснює напад на політичних опонентів, однак вона чітко розрізняє групи «свої» і «чужі», виражаючи це протиставленням займеників *WE – THEY*.

Особовий займенник *THEY* також може бути використаним і з метою уникнення повтору замість іменників та інших частин мови.

Особовий займенник третьої особи однини *HE* прессекретарі використовують в основному для уникнення повторень слів на позначення президента (*the President*) або імен відповідних президентів. Значно рідше,

за певної ситуації, це відбувається для позначення політичних діячів інших країн. Наприклад, під час брифінгу від 01.05.2017 р., присвяченому питанням внутрішньої політики США, прессекретар Ш. Спайсер вживав особовий займенник *HE* 24 рази, до того ж всі рази – замість словосполучення *US President*. У той же час прессекретар Д. Періно, під час брифінгу від 15.11.2007 р., займенник *HE* 12 разів використала замість словосполучення *President Bush* і 21 раз замість слів *President Musharraf*.

Для виконання функції персуазивності в політичному дискурсі особовий займенник третьої особи однини *HE* фактично не використовується. Прессекретарі вживають займенник *HE* дещо частіше за президентів. Наведемо частоту вживання особового займенника третьої особи однини *HE* прессекретарями Білого дому: Д.Д. Майєрс – 8,9 на тисячу слів; А. Флейшер – 6,86; Дж. Сіверт – 8,1; Д. Періно – 5,96; Ш. Спайсер – 7,62; К. МакЕнані – 8,2. У той час як у президента Дж. Буша – 3, у президента Д. Трампа – 6,6.

У мовленні президентів займенник третьої особи однини *HE* виконує функцію заміни іменників на позначення осіб. Зазвичай це політичні фігури національного та міжнародного рівня, залежно від ситуативного контексту. Коло іменників, які у мовленні замінюються займенником *HE*, є значно вужчим для дискурсу прессекретаря ніж для дискурсу президента, причому значну його частину становлять іменники, які позначають особу президента. Отже, можна стверджувати, що у дискурсивній площині центральними постатями для мовлення прессекретаря є дві особи: він сам і президент, якого він представляє.

Також особові займенники разом з дієсловами застосовуються при конструюванні риторичних запитань.

Аналіз частоти вживання займенників із залученням статистичних методів у мовленні як прессекретарів Білого Дому, так і президентів США під час проведення пресбрифінгів та пресконференцій засвідчив особливу роль особового займенника першої особи однини *I*. Він не лише частіше за інші займенники вживається у мовленні цих політиків, а й характеризується

іншим частотним розподілом. Для прикладу наведемо графіки частотного розподілу особових займенників *I* та *WE*, побудованих на основі аналізу корпусу мовлення прессекретаря Білого Дому Ш. Спайсера розміром 290 тис. слів. Цей корпус було розбито на 29 підвибірок по 10 тис. слів у кожній підвибірці. Для кожної підвибірки були обчислені частоти вживання займенників *I*, *WE*, *YOU*, *THEY*, *HE*, розраховані на тисячу слів. Далі діапазон отриманих значень частот вживання кожного займенника розбивався на інтервали розміром 0,5 одиниці частоти кожен. Після цього значення частоти вживання займенника по підвибірках сортували по інтервалах і підраховували скільки разів δn_i відповідні значення частоти потрапляли в той чи інший інтервал. Ймовірність ω_i потрапляння значення x_i частоти вживання займенника в i-й інтервал обраховувалась за формулою:

$$\omega_i = (\delta n_i)/n, \tag{3.3.2.1}$$

де:

i – номер інтервалу;

δn_i – кількість значень частоти вживання займенника, які потрапили в i-й інтервал;

n – кількість підвибірок (кількість вимірювань).

На рисунку 3.1 показано графік частотного розподілу особового займенника першої особи однини *I*.

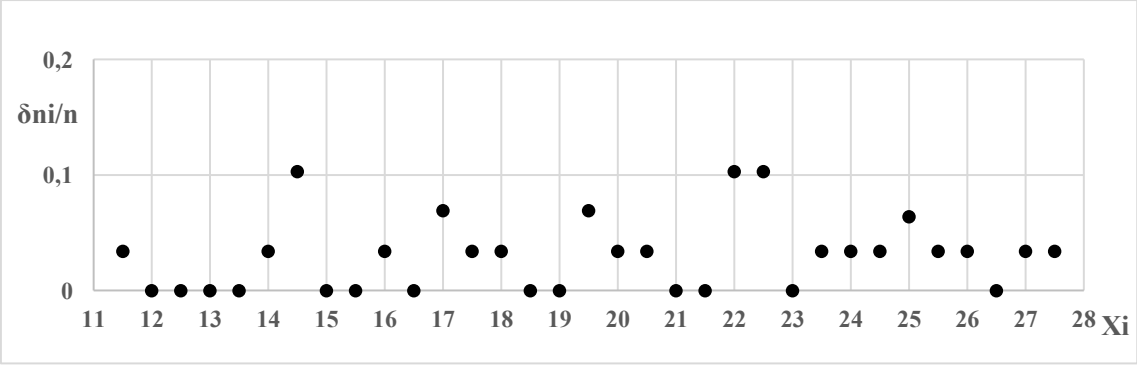

Рис. 3.3.2.1 Частотний розподіл вживання займенника *I* для корпусу розміром 290 тис. слів, сформованого з брифінгів прессекретаря Білого дому Ш. Спайсера

Для порівняння на рисунку 3.3.2.2 наведено графік частотного розподілу особового займенника *WE*, побудованого на основі цього ж корпусу.

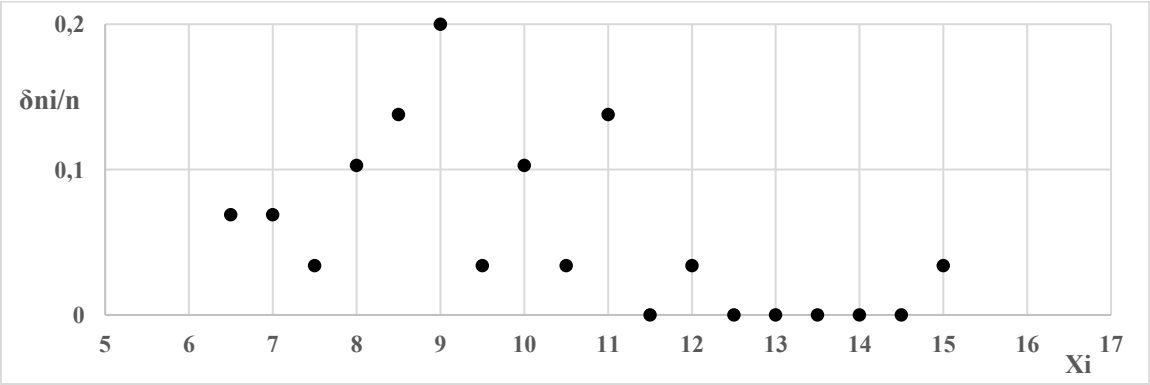

Рис. 3.3.2.2 Частотний розподіл вживання займенника *WE* для корпусу розміром 290 тис. слів, сформованого з брифінгів прессекретаря Білого дому Ш. Спайсера

Аналогічний вигляд мають і графіки частотного розподілу займенників *YOU*, *THEY*, *HE*.

У математичній статистиці частотні розподіли, подібні до розподілу займенника *I* (рис. 3.2.1), називають рівномірними розподілами (Васильків І.М., 2020, с. 61).

Графік частотного розподілу займенника *WE* є близьким до розподілу Стьюдента (t-розподілу). При великій кількості вимірювань (у цьому випадку кількості підвибірок) розподіл Стьюдента наближається до розподілу Гауса (нормального розподілу).

Порівняння частотного розподілу займенника *I* з частотними розподілами і значеннями частот вживання займенників *WE*, *YOU*, *THEY*, *HE* дозволяє стверджувати, що його використання учасниками політичного дискурсу має ряд особливостей.

Слід відзначити, що рівномірний розподіл означає, що всі значення частоти вживання займенника *I* в межах діапазону їх значень ($x_{max} - x_{min}$), мають приблизно однакові ймовірності їх появи (в межах похибки). На противагу, частотні розподіли займенників *WE*, *YOU*, *THEY*, *HE* мають

виражені максимуми і, відповідно, найбільш вірогідні значення частоти їх вживання.

З урахуванням наведеного, можна стверджувати, що при побудові мовленнєвих конструкцій з займенником *I* учасники політичного дискурсу керуються дещо іншими правилами, ніж при вживанні займенників *WE*, *YOU*, *THEY*, *HE*. Використання займенника *I* прессекретарями і президентами є системним, а сам займенник відіграє ключову роль. На наш погляд, вживання займенника *I* визначається в першу чергу інституційним тиском та політичною доцільністю.

Частотний розподіл дейктика *PRESIDENT* у мовленні прессекретарів також є рівномірним.

Порівняємо також частоти вживання займенників *I*, *WE*, *YOU*, *THEY*, *HE* прессекретарями Білого дому з частотами вживання цих займенників у розділі газетної лексики Корпусу сучасної американської англійської мови (The Corpus of Contemporary American English або COCA) (Таблиця 3.3.2.2).

Таблиця 3.3.2.2

Частоти вживання займенників *I* , *We*, *You*, *They*, *He* прессекретарями та в корпусі COCA (газетна лексика)

Мовець	I/1000	We/1000	You/1000	They/1000	He/1000
Д.Д. Майєрс	30.59	8.93	5.8	4.43	8.9
Дж. Сіверт	17.59	16.92	5.2	5.53	8.13
А. Флейшер	12.92	5.99	7.62	6.24	6.86
Д. Періно	18.76	17.34	7.85	8.76	5.96
Ш. Спайсер	20.99	9.53	8.24	4.63	7.62
К. МакЕнані	12.59	9.92	9.83	3.72	8.2
Середнє	18.88	11.44	7.42	5.55	7.61
COCA	5.56	3.26	3.19	4.06	7.16

Як видно з таблиці, середнє значення частоти вживання особового займенника *HE* прессекретарями Білого дому фактично співпадає (в межах

похибки) з його значеннями для корпусу COCA. Ймовірно, це пов'язано з тим, що в політичному дискурсі він не використовується для реалізації функції персуазивності і при його застосуванні мовці керуються тими ж правилами, що й у корпусі COCA.

У той же час середнє значення частоти вживання займенників *I*, *WE*, *YOU*, *THEY*, які широко використовуються прессекретарями для конструювання комунікативних стратегій і тактик, в рази (від 1.4 до 3.5) перевищують значення частоти вживання цих займенників у COCA, що може слугувати, на наш погляд, підтвердженням системності вживання цих займенників. Однак це питання потребує подальших досліджень.

У результаті аналізу вживання обраних дейктиків у мовленні прессекретарів Білого дому США та президентів США з'ясовано, що:

- у поліперсонологійному вимірі мовної особистості використання особових займенників та іменника *PRESIDENT* у мовленні прессекретаря Білого дому визначається переважно статусно-рольовими обмеженнями та політичною доцільністю, натомість у мовленні президента – політичною доцільністю;
- найбільш суттєві відмінності в застосуванні особових займенників та іменника *PRESIDENT* у мовленні прессекретаря та президента (поліперсонологійний вимір) виявлено у використанні займенника I і іменника *PRESIDENT*. У порівнянні з прессекретарями, президенти частіше вживають особовий займенник *I* і рідше – іменник *PRESIDENT*;
- в одноперсонологійному вимірі мовної особистості у мовленні прессекретарів спостерігаються відмінності щодо частотності вживання особових займенників та іменника *PRESIDENT*, особливо займенників *I*, *WE* та іменника *PRESIDENT*;
- відзначено, що особовий займенник *I* та іменник *PRESIDENT* характеризуються рівномірним частотним розподілом, тоді як займенники *WE*, *YOU*, *HE*, *THEY* характеризуються розподілом Стьюдента (*t*-розподілом). Це означає, що значення частот вживання

займенника I та іменника *PRESIDENT* у межах діапазону їх значень мають приблизно однакові ймовірності появи, тобто їх вживання є системним;

– прессекретарі частіше за президентів використовують дієслівну конструкцію *I think*, що, на наш погляд, є наслідком ведення ними комунікації з урахуванням статусно-рольових обмежень, котрі передбачає посада.

Висновки до розділу 3

1. У результаті аналізу мовлення президентів США і прессекретарів Білого дому США було сформовано набір комунікативних тактик, котрий застосовується в процесі комунікації під час пресконференцій та пресбрифінгів: 1) інформування; 2) роз'яснення; 3) виправдання; 4) іміджева; 5) спонукання; 6) переконання; 7) зняття статусних обмежень; 8) підкреслення статусних обмежень; 9) емотивне зараження; 10) уникання прямої відповіді; 11) апелювання до авторитету; 12) переключення уваги; 13) утвердження зайнятої позиції; 14) привернення прихильників; 15) визнання неправоти; 16) напад на опонентів. Виявлено відмінності у використанні цих тактик у мовленні прессекретарів як адресантів-ретрансляторів та президентів як адресантів. Серед головних такі: прессекретарі частіше за президентів використовують тактики апелювання до авторитету, ухиляння від прямої відповіді, зняття та підкреслення статусних обмежень. Президенти частіше користуються тактиками утвердження прийнятої позиції, привернення прихильників, переконання, іміджевою.

2. Встановлено, що вибір комунікативних тактик визначається такими факторами: ситуацією та обставинами, в яких відбувається комунікація; статусом мовця; політикою інституту влади; тактичною метою. На мовлення президента як мовної особистості більшою мірою впливають

політична доцільність та обставини комунікації. На мовлення прессекретаря впливають передусім статусно-рольові обмеження, політична доцільність та обставини. Особистісні риси прессекретаря як індивідуальної мовної особистості зазвичай мало впливають на вибір комунікативних тактик і проявляються лише в окремих випадках.

3. Аналіз впливу статусно-рольових обмежень на мовлення президента США і прессекретаря Білого дому США, як учасників інституційного політичного дискурсу, на матеріалі мовлення під час проведення пресконференцій та пресбрифінгів продемонстрував, що мовлення прессекретаря визначається перш за все інституційним тиском, статусно-рольовими обмеженнями і політичною доцільністю. На противагу цьому, мовлення президента визначається політичною доцільністю, а вже потім – інституційним тиском.

4. З'ясовано, що в інституційному політичному дискурсі використання особових займенників у мовленні прессекретарів Білого дому як адресант-ретрансляторів визначається двома основними факторами: статусно-рольовими обмеженнями та політичною доцільністю (обставини, ситуація, час). Мовлення президентів, як адресантів, визначається передусім політичною доцільністю.

5. Визначено, що найбільш суттєві відмінності в застосуванні особових займенників у мовленні прессекретарів Білого дому і президентів США у поліперсонологійному вимірі спостерігаються у використанні особового займенника першої особи однини *I* та іменника *PRESIDENT*. На відміну від президентів, прессекретарі не використовують займенник *I* для створення або захисту власного іміджу, оскільки основним завданням прессекретаря є робота на імідж президента. З цієї ж причини прессекретарі не можуть використовувати займенник *I* для демонстрації своєї рішучості, лідерства чи унікальності своєї позиції.

6. Суттєвої різниці у використанні особового займенника першої особи множини *WE*, займенника третьої особи множини *THEY* та дихотомії

WE – THEY для конструювання комунікативних стратегій і тактик прессекретарями Білого дому і президентами США не спостерігається. Тим не менш, прессекретарі звертаються до дихотомії *WE – THEY* рідше за президентів.

7. У мовленні прессекретарів в одноперсонологійному вимірі мовної особистості спостерігаються відмінності у частоті вживання особових займенників та іменника *PRESIDENT*, що пояснюється впливом особистісних рис мовців.

8. Відзначено, що особовий займенник *I* та іменник *PRESIDENT* характеризуються рівномірним частотним розподілом. Це означає, що значення частот використання цих займенників (у межах діапазону їх значень) мають приблизно однакові ймовірності їх появи, тобто їх вживання є системним.

9. Прессекретарі частіше за президентів використовують дієслівну конструкцію *I think*, оскільки їх мовлення регулюється статусно-рольовими обмеженнями, які накладає займана посада і роль всередині інституту.

10. Прессекретарі Білого дому США найчастіше послуговуються особовим займенником першої особи однини *HE* перш за все для заміни слова *PRESIDENT*. Президенти США користуються цим займенником для позначення політичних фігур національного та міжнародного рівня.

Основні положення розділу відображені в таких публікаціях автора: Pliuta, 2024; Плюта, 2024; Плюта, 2025a; Pliuta, 2026b.

РОЗДІЛ 4
ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ПРЕССЕКРЕТАРЯ БІЛОГО ДОМУ США

Великому Сократу приписують вислів з*аговори, щоб я тебе побачив*. Це є свідченням того, що в усі часи рівень володіння мовою співвідносився з рівнем загальної культури особистості. «Чим досконаліше вона володіє мовою, тим виразніше, повніше постає перед іншими членами суспільства як особистість» (Шумейко, 2019, с. 118). Багато науковців також відзначають, що високий рівень володіння мовою стає ефективним засобом впливу на аудиторію (Петренко, 2000; Романченко, 2019; Шумейко, 2019; Bauman, 2000; Block, 2017; Dunmire, 2012; Dylgjeri, 2014; Mayr, 2008; Obeng, 1997; Riley, 2007).

Цей розділ присвячено розгляду факторів, які впливають на формування індивідуальної мовної особистості, а також їх проявів у мовленні прессекретарів Білого дому як адресантів-ретрансляторів під час проведення пресбрифінгів.

Дослідження проводилося шляхом аналізу мовлення шести прессекретарів Білого дому: президент Б. Клінтон – прессекретарі Д.Д. Майєрс і Дж. Сіверт; президент Дж. Буш – прессекретарі А. Флейшер і Д. Періно; президент Д. Трамп – прессекретарі Ш. Спайсер і К. МакЕнані.

Для кожного з названих прессекретарів на основі даних інтернет-ресурсів було реконструйовано мовленнєві портрети з урахуванням біографічних даних та медійної репутації. Матеріалом для дослідження слугували мовні портрети прессекретарів як індивідуальних мовних особистостей.

Аналізуючи мовленнєві портрети, можна поділити прессекретарів на дві групи за рядом ознак: Д.Д. Майєрс і Ш. Спайсер та Дж. Сіверт, А. Флейшер, Д. Періно і К. МакЕнані. При цьому в останній групі у свою чергу можна

виділити дві підгрупи А. Флейшер і К. МакЕнані та Дж. Сіверт і Д. Періно. До прикладу, ці підгрупи вирізняються частотою вживання займенника *I*: Д.Д. Майєрс і Ш. Спайсер демонструють найвищу частотність, А. Флейшер і К. МакЕнані – найнижчу частотність, Дж. Сіверт і Д. Періно – середню частотність. Окрім цього, кожна з підгруп має ряд спільних характеристик мовлення.

4.1. Прессекретар Білого дому США Маргарет «Ді Ді» Майєрс

«Ді Ді» Майєрс перебувала на посаді прессекретаря президента США Білла Клінтона з 15.01.1993 р. по 31.12.1994 р. Вона стала першою жінкою в історії США, котра обіймала цю посаду. Користуючись інформацією інтернет-ресурсів та веб-сторінок англомовних новинних видань, наведемо її біографічні дані та відомості щодо медійної репутації, а також здійснимо спробу реконструкції її мовленнєвого портрета.

4.1.1. Біографічні дані та медійна репутація Д.Д. Майєрс. Маргарет Джейн «Ді Ді» Майєрс народилася 01.09.1961 р. в штаті Род-Айленд. У 1979 р. закінчила старшу школу імені Вільяма С. Гарта в каліфорнійському містечку Санта-Кларіта. У 1983 р. закінчила університет Санта-Клари, штат Каліфорнія, за спеціальністю «Політичні науки» (Warren, 1992).

Політичну кар'єру вона розпочала в команді кандидата на посаду президента США від Республіканської партії на виборах 1974 р. З 1984 р. по 1992 р. працювала ще в п'яти виборчих штабах. У 1992 р. приєдналася до команди кандидата на посаду президента США Білла Клінтона. На позиції штатного співробітника вона перебувала з 15.10.1992 р. по 15.01.1993 р. З 15.01.1993 р. по 31.12.1994 р. Д.Д. Майєрс обіймала посаду прессекретаря президента США Білла Клінтона (National Museum of American History, n.d.).

Як перша жінка-прессекретар президента США, вона стикалася з численними проблемами: «Сексизм – явище, з яким я зіткнулася у якості молодої жінки-прессекретаря, і це явище було частиною культури влади з самого початку» (Sani, 2021).

Становище Д.Д. Майєрс на цій посаді було досить неоднозначним. Їй не довіряли самостійно проводити пресбрифінги. Вона проводила їх під наглядом тодішнього директора служби комунікацій Джорджа Стефанопулоса. Навіть офіційно вона обіймала посаду заступника помічника президента, а не помічника президента, як її попередники. Усе це накладало відбиток на її імідж в офіційних колах та пресі (Masters, 1993).

Колишній прессекретар Марлін Фітцвотер висловився про становище Д.Д. Майєрс так: «Я не вірю, що вони надали їй ту підтримку, якої вона потребувала. Вони ніколи не надавали їй ані доступу до інформації, ні позиції всередині структури Білого дому. <…> Не думаю, що вони були достатньо впевненими у ній з самого початку» (Grove, 1994).

Таке ставлення до Д.Д. Майєрс було добре помітним і викликало чимало запитань. У той же час були і схвальні відгуки щодо її роботи. Так, Дж. Стефанопулос, з яким вона співпрацювала, визнавав, що «Майєрс має більш природний взаємозв'язок з пресою» (Masters, 1993). Консультант Б. Клінтона П. Бегала відзначав, що «вона була здатна уникати небажаних питань під час пресбрифінгів настільки вдало й невимушено, що репортери не одразу усвідомлювали, що замість відповіді на поставлені питання вони отримували жарти» (Masters, 1993).

4.1.2. Мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому Д.Д. Майєрс.

Мовлення прессекретаря Д.Д. Майєрс як індивідуальної мовної особистості на вербально-семантичному рівні характеризується такими відмінностями відносно інших прессекретарів за частотою використання особових займенників:

– найбільша частота використання особового займенника першої особи однини *I* – 30,59 од./тис. слів, тоді як середнє значення частоти використання займенника *I* становить 18,88 од./тис. слів;
– найбільша частота використання особового займенника третьої особи однини *HE* – 8,9 од./тис. слів (середнє значення використання займенника *HE* становить 7,61 од./тис. слів);
– досить незначна частота використання займенника *YOU* – 5,8 од./тис. слів (середнє значення частоти займенника *YOU*=7,42 од./тис. слів) та займенника *WE* – 8,93 од./тис. слів (середнє значення частоти займенника *WE* =11,44 од./тис. слів).

Найбільша частота використання займенника *I*, на наш погляд, пояснюється особливостями її статусу як прессекретаря Білого дому. Обов'язки, що вона виконувала, відрізнялися від традиційних обов'язків прессекретаря Білого дому. В порівнянні з попередниками, Д.Д. Майєрс обіймала нижчу посаду, їй не довіряли самостійно проводити пресбрифінги, вона не мала належного доступу до інформації (див. 4.1.1.).

Особливості її реального статусу (обмеження повноважень, робота під контролем Дж. Стефанопулоса, ставлення керівництва і колег) занижували її самооцінку; вона не могла почуватися впевнено і фокусувалася на власному стані. Як наслідок, вона значно частіше за інших прессекретарів користувалася особовим займенником першої особи однини *I*. Наслідком невпевненості у собі, заниженої самооцінки є високий рівень неоднозначності її відповідей на запитання репортерів.

Наприклад під час брифінгу від 28.01.1993 р.:

"MS. MYERS: It's an informal meeting, that the President will meet with them. ***I don't know how many people*** *are on the schedule for today, but* ***there will be probably an hour*** *a week dedicated to this. It'll be every Thursday –* ***that's the tentative plan as of now****. People will be, I'm sure, selected based on a number of different criteria. The final* ***decision will probably be between*** *scheduling director*

Marcia Hale and the President and other ***people who have input”*** (The American Presidency Project, n.d.-c).

Прессекретар не має точної інформації щодо майбутньої зустрічі, про що повідомляє прямо (*I don’t know*). Однак її невпевненість виявляється і у повторі одиниць, які містять семантику неточності, невизначеності: *probably, tentative*. В останньому реченні спікерка вербалізує свій статус всередині інституту, називаючи осіб, причетних до прийняття рішень при цьому ніяк не відносячи до цієї групи себе: *people who have input*. Подібні фрази з’являються у її мовленні регулярно.

В окремих випадках Д.Д. Майєрс демонструє непоінформованість, невпевненість, слабку позицію, досить часто використовує конструкції *I don’t know, I guess, I think, not that I know of, I’m not sure*. Наприклад, під час брифінгу від 25.02.1993 р.:

*“MS. MYERS****: I don't know*** *if he's spoke to him directly, but he has reported back through channels and he feels very positive about his meetings in the Middle East. <…>*

Q: Do you have any timetable as to when, as a result of this trip, you expect Middle East peace talks to resume?

MS. MYERS: ***No. I think I'd refer you to the State Department*** *on that.*

Q: How much money have you collected now?

MS. MYERS: A couple thousand dollars. ***I don't know exactly*** *how much.*

Q: Could we get a total?

MS. MYERS: <…> ***I don't know*** *what the process will be for that”* (The American Presidency Project, n.d.-b).

У цьому випадку прессекретар не має точної відповіді на жодне з питань, тому в кожній відповіді користується однією з наведених фраз.

Також вона дозволяє репортерам перехопити ініціативу у ході пресбрифінгу. Наприклад, під час проведення брифінгу від 28.01.1993 р.:

“Q: ***When is the President going there****, Dee Dee?*

MS. MYERS: ***He's either going*** *to go Friday night* ***or*** *Saturday morning.*

Q: ***Will there be somebody*** *here Sunday for a readout when the President gets back in the Press Office?* ***Otherwise you're going to get thousands of phone calls***.

Q: ***I hope not***.

MS. MYERS: ***Yes, we'll probably do*** *some kind of readout"* (The American Presidency Project, n.d.-c).

У цьому уривку комунікацією керують представники преси, а не прессекретар. Оскільки один з репортерів висуває ультиматум (*otherwise you're going to get thousands of phone calls*), Д.Д. Майєрс приймає це і погоджується. Вона радше реагує на питання і пропозиції, ніж контролює потік інформації.

Під час того ж брифінгу від 28.01.1993 р. репортери знову беруть на себе ініціативу, жартують про неї після того, як прессекретар виявляє непоінформованість:

"MS. MYERS: He has several in Little Rock for different things – ***a voice doctor, an allergy doctor***.

Q: ***Is it going to be one of those*** *doctors?*

MS. MYERS: ***I don't know.*** *(Laughter.)*

Q: ***A spin doctor.***

Q: ***She's here already.***

Q: ***Dr. Myers*** *– (laughter.)*

Q: There are too many of those" (The American Presidency Project, n.d.-c).

Її мовлення характеризується не надто обширним словниковим запасом, простою мовою, котра не схожа на діловий стиль, використанням досить коротких речень (таблиця 4.2). Вона допускає повторення слів та фраз замість того, щоб використати синонім чи перефразувати. Досить часто переформульовує висловлювання «на ходу», що показує цитата з брифінгу від 28.06.1993 р.:

"Q: But did he specifically talk about the strike? I understood he talked to her Friday –

*MS. MYERS**: I'll have to check**. I'm not sure who all – he didn't reach everybody. I'm not sure** who all **he** reached"* (The American Presidency Project, n.d.-a).

Тут вона втрачає думку і переформульовує висловлювання, при цьому зміщуючи увагу з себе на особу президента через заміну займенника-підмета з *I* на *HE*. Можемо припустити, що у такий спосіб речниця здійснює комунікативну дію перенесення відповідальності за нестачу інформації.

Окрім того, мовленню Д.Д. Майєрс властиве найчастотніше вживання конструкції *I think* (15,72 од./тис. сл.), що в рази більше, за винятком Ш. Спайсера, який на другому місці (10,26 од./тис. сл.), за інших прессекретарів.

4.2. Прессекретар Білого дому США Джейк Сіверт

Джейк Сіверт перебував на посаді прессекретаря Білого дому за каденції президента США Білла Клінтона з 01.10.2000 р. по 20.01.2001 р. Інформації щодо його медійної репутації та біографічних даних у відкритому доступі вдалося знайти небагато. Розглянемо знайдене та зробимо спробу реконструкції мовленнєвого портрета прессекретаря.

4.2.1. Біографічні дані та медійна репутація Дж. Сіверта.

Річард Л. Сіверт-молодший або Джейк Сіверт, народився 01.02.1964 р. у м. Нью-Йорк у родині вчителів. У 1986 р. закінчив Єльський університет, отримавши диплом бакалавра мистецтв (фахівця з гуманітарних наук). Деякий час вивчав компаративну літературу й філософію в університеті Еморі та протягом трьох років навчався в юридичній школі Університету Каліфорнії в Берклі, однак диплом не отримав (The Washington Post, 2012, July 25).

Кар'єру розпочав у 1991 р. на посаді директора з комунікацій Демократичної асоціації губернаторів США, де працював до 1993 р. З 1993

по 2001 р. обіймав різні посади при адміністрації президента США Білла Клінтона. З 1997 р. по травень 1999 р. працював на посадах прессекретаря директора Національної економічної ради США та прессекретаря уряду США з питань зовнішньої та внутрішньої політики. Як відзначали сучасники, працюючи на посаді прессекретаря директора Національної економічної ради США, Дж. Сіверт призвичаївся розшифровувати інформацію про найскладніші економічні питання і давати репортерам пояснення «варті газетних заголовків». З 05.05.1999 р. по 30.09.2000 р. Дж. Сіверт працював на посаді заступника прессекретаря Білого дому. З 01.10.2000 р. по 20.01.2001 р. він виконував обов'язки прессекретаря Білого дому (Goldman Sachs, n.d.; OpenSecrets, n.d.; The Washington Post, 2012, July 25).

Більше інформації про Дж. Сіверта, а також про його репутацію як прессекретаря Білого дому знайти не вдалося.

4.2.2. Мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому Дж. Сіверта. Вербально-семантичний рівень прессекретаря Дж. Сіверта як індивідуальної мовної особистості характеризується такими особливостями. Частота використання особового займенника першої особи однини *I* – 17,59 од./тис. слів – знаходиться на рівні середнього значення, котре становить 18,88 од./тис. слів. У своєму мовленні прессекретар досить часто використовує особовий займенник першої особи множини *WE* – 16,92 од./тис. слів за середньої частоти 11,44 од./тис. слів. Серед відібраних прессекретарів Дж. Сіверт найрідше користується особовим займенником *YOU* – 5,2 од./тис. слів, тоді як середня частота використання займенника *YOU* становить 7,42 од./тис. слів. Використання займенника *THEY* – 5,53 од./тис. слів фактично відповідає середньому значенню, котре становить 5,55 од./тис. слів. Частота використання особового займенника третьої особи однини *HE* – 8,13 од./тис. слів – також знаходиться майже на рівні середнього значення частоти для цього займенника, яке становить 7,61 од./тис. слів.

Помірна частота використання особового займенника першої особи однини *I* – 17,59 од./тис. слів – та висока частотність особового займенника першої особи множини *WE* – 16,92 од./тис. слів – може свідчити про «достатній ступінь автономії та уміння працювати в колективі» (Климанська, 2007, с. 201–202). Порівняно з мовленням інших прессекретарів, мовленню Дж. Сіверта притаманна висока частотність словосполучення *I think* (становить 10,41 од./тис. слів) та найбільша частотність використання словосполучення *I know*. Це може свідчити про його егоцентричність, впевненість у собі.

Його мовленню властиві недвозначні формулювання. Наприклад, під час проведення брифінгу від 02.10.2000 р. це виявляється у застосуванні конструкцій *position is clear, we believe, do everything we can*, котрі вказують на впевненість мовця і готовність до дії:

"MR. SIEWERT: Well, ***our position is clear****, that* ***we believe he belongs*** *in the Hague;* ***he belongs*** *out of power, out of Serbia and at the International Tribunal.* ***We'll do everything we can*** *to make sure that he makes his court date there"* (The American Presidency Project, n.d.-e).

Він здатен прямо висловитися про деякі політичні рішення або визнати відсутність у нього певної інформації. Це ілюструє фрагмент брифінгу від 02.10.2000 р.:

"MR. SIEWERT: Well, ***I think we've made clear*** *that* ***a change in regime in Yugoslavia would lead us to review all the sanctions*** *that we have in place, and that* ***the opposition, if it were to prevail, would enjoy some of the benefits that come from such a review.*** *And* ***we've made it perfectly clear*** *that* ***they have many incentives*** *to do so"* (The American Presidency Project, n.d.-e).

По-перше, прессекретар висловлює чітку позицію адміністрації стосовно питання (*we've made it perfectly clear*), наголошуючи двічі. По-друге, він недвозначно диктує умови Білого дому світу, пропонуючи схему «дія – результат»: *a change – would lead us to review – would enjoy some of the benefits*.

Прессекретар як посадовець вимушений балансувати між відвертістю і власними статусно-рольовими обмеженнями, що демонструє цей уривок.

Під час пресбрифінгу від 10.10.2000 р. мовець визнає відсутність інформації. Однак на відміну від Д.Д. Майєрс, він позиціонує себе як активного учасника подій (*our discussions*):

*"MR. SIEWERT**: I'll check on that. I don't know if that topic** has come up **specifically in our discussions"*** (The American Presidency Project, n.d.-d).

Також Дж. Сіверт допускає досить відверту пропаганду політики президента. Наприклад під час брифінгу від 06.10.2000 р.:

*"MR. SIEWERT: Today, **thanks to our economic strategy** and the hard work of the American people, **we've reached another dramatic milestone in our unprecedented economic expansion.** The unemployment rate has fallen to 3.9 percent, matching **the lowest level in 30 years"*** (The American Presidency Project, n.d.-g).

Тут це проявляється перш за все через використання іменних словосполучень з яскраво вираженим емоційно-експресивним значенням: *dramatic milestone, unprecedented expansion, the lowest level*.

У той же час його мовлення є досить стриманим по відношенню до опонентів. Наприклад, 06.10.2000:

*"MR. SIEWERT: This is <…> **another reminder** that **those who advocate irresponsible tax plans** that would jeopardize our fiscal **progress are taking America down the wrong economic path.***

Q: Who would that be?

*MR. SIEWERT: **I don't know,** but I've noticed a lot of talk out there about big, big tax cuts that would threaten our fiscal discipline. And **a lot of it seems to be coming from the Republican presidential candidate** and his running mate"* (The American Presidency Project, n.d.-g).

Прессекретар називає проблему, про яку бажає поговорити (*irresponsible tax plans*), однак пом'якшує критику, не називаючи політичних опонентів винними прямо. Натомість він користується пасивною інфінітивною

конструкцією, котра дає можливість пом’якшити критику через вираження обережності зауваження: *seems to be coming*. У такий спосіб мовець критикує опозицію опосередковано.

4.3. Прессекретар Білого дому США Арі Флейшер

Арі Флейшер перебував на посаді прессекретаря Білого дому за каденції президента США Джорджа Буша-молодшого з 20.01.2001 р. по 14.07.2003 р. Використовуючи інформацію з доступних інтернет-ресурсів, опишемо дані щодо його біографії та репутації, а також зробимо спробу реконструкції мовленнєвого портрета.

4.3.1 Біографічні дані та медійна репутація А. Флейшера. А. Фейшер народився 13.10.1960 р. Закінчив єврейську школу у Верхньому Вест-Сайді в Нью-Йорку. У 1978 р. вступив до коледжу Міддлбері, штат Вермонт, за спеціальністю «Політичні науки», додатково вивчаючи французьку мову. Саме у ці роки його політичні симпатії почали схилятися в бік республіканців (McKinstry, 2016).

Після закінчення коледжу стажувався в Раді законодавців округу Вестчестер, штат Нью-Йорк, яку очолював тоді республіканець Е. О’Рурк. Після цього до 1989 р. працював в командах декількох політиків від Республіканської партії (McKinstry, 2016).

З 1989 р. по 1994 р. обіймав посаду прессекретаря сенатора США від штату Нью-Мексико, республіканця П. Доменічі. З 1994 р. А. Флейшер працював у комітеті з питань бюджету Палати представників Конгресу США на посаді директора з комунікацій. Саме тут він «зрозумів, як працює влада на Капітолійському пагорбі» і «пройшов шлях від позиції, коли з тобою просто ніхто не рахується, до роботи в комітеті, в якому ти маєш певну вагу» (Fleischer, 2010; McKinstry, 2016).

Під час президентської кампанії 2000 р. спочатку виконував обов'язки прессекретаря Е. Доул, котра брала участь у праймериз від Республіканської партії, а потім приєднався до виборчого штабу Дж. Буша-молодшого. На момент приєднання до штабу Дж. Буша, А. Флейшер уже мав сімнадцятирічний досвід роботи у сфері комунікацій і знав роботу вашингтонської системи зсередини (Fleischer, 2010).

З 20.01.2001 р. по 14.07.2003 р. А. Флейшер працював на посаді прессекретаря та радника президента в адміністрації президента США Дж. Буша (McKinstry, 2016).

Тогочасні відгуки у ЗМІ свідчать про те, що медійна репутація А. Флейшера було досить неоднозначною. З одного боку, його називали не просто брехуном, а «розкішним брехуном», котрий був здатен «ретельно сплетеними тенетами потьмарення залишити прес-корпус спантеличеним» (Noah, 2004). Йому закидали, що «він послабив практику передачі корисної інформації й часто з посмішкою оминав незручні факти» (Carney & Dickerson, 2003).

З іншого боку, В. Клейн характеризував його так: «Флейшер був здібним, неговірким, стриманим, але час від час виказував сухе почуття гумору, що могло лише піти на користь іміджу адміністрації Буша» (Klein, 2008). Зустрічаючись з А. Флейшером задля інтерв'ю, журналісти часто залишали про нього схвальні відгуки на зразок «судячи з короткого часу, який ми провели спілкуючись перед подією, здавався надзвичайно приємною людиною» (O'Hara, 2011).

У підсумку, його імідж можна схарактеризувати такими словами: «Чимало творчих прикметників було кинуто на адресу Флейшера як головного прессекретаря президента, особливо через кризу в прес-корпусі, однак в цілому в очах друзів та ворогів він був поміркованим, вишуканим, неупередженим, непохитно відданим» (McKinstry, 2016).

4.3.2. Мовний портрет прессекретаря Білого дому А. Флейшера. Мовлення прессекретаря А. Флейшера як індивідуальної мовної особистості на вербально-семантичному рівні характеризується відносно інших прессекретарів такими відмінностями за частотою вживання особових займенників:

- одна з найменших частот вживання особового займенника першої особи однини *I* – 12, 92 од./тис. слів, за середнього значення 18,91 од./тис. слів;
- найменша частота вживання особового займенника першої особи множини *WE* – 5,99 од./тис. слів, середнє значення становить 11,44 од./тис. слів;
- вища за середнє частота вживання особового займенника третьої особи множини *THEY* – 6,24 од./тис. слів (середнє значення 5,55 од./тис. слів).

Помірна частота вживання особового займенника першої особи однини *I* може бути пов'язана з кількома факторами. По-перше, у його мовленні найвища частота вживання слова *PRESIDENT* порівняно з іншими прессекретарями (становить 16,36 од./тис. слів). У більшості випадків він говорить не від свого імені, а від імені президента. По-друге, він демонструє високий рівень володіння мовою як інструментом: великий словниковий запас (лексична різноманітність) і досить чітка структура висловлювання. Його мову можна характеризувати як «м'яку», виважену, дипломатичну. Такому мовленню не властиві «перекоси» у використанні мовних одиниць. По-третє, слід враховувати твердження Л. Климанської про те, що «помірне використання займенника I може відображати наявність здібностей до достатнього ступеня автономії та уміння працювати в колективі (Климанська (46), 2007, с. 201-202). На підтвердження цієї думки можна навести відгуки, які характеризували А. Флейшера як здібного, поміркованого, неупередженого, вишуканого.

У своєму мовленні А. Флейшер користується термінами з різних галузей. Так, говорячи про зниження податків, він спирається на економічні терміни, тобто апелює до логіки адресатів. У ході пресбрифінгу за кожної

зручної нагоди він не забуває про виконання своєї основної місії – роз'яснення політики президента Дж. Буша, підняття його іміджу та іміджу членів його команди. Наприклад, під час обговорення ситуації на Близькому Сході (брифінг від 15.05.2003 р.) він скористався нагодою виділити президента Дж. Буша як лідера, як миротворця, зацікавленого виключно в ефективній роботі й досягненні результатів:

*"MR. FLEISCHER: <…> **I think the President is not going to get drawn in** to the minute-by-minute, play-by-play description of the latest words that anybody in any side of any issue utters here. **That is a way to not achieve success** in the Middle East. **The way to achieve success** in the Middle East, history has shown, **is for the United States President to work diligently** with the parties to continue to push them to help themselves. **And that's what this President will do"*** (The White House, 2003, May 16).

Позитивна характеристика президента подається з позиції прессекретаря як службовця на фоні інформування преси. Такий прийом є типовим для мовлення А. Флейшера: він використовує кожну нагоду для роботи на імідж президента. У наведеному фрагменті речник висловлює думку щодо дій, котрі ведуть до розв'язання проблеми (*a way to not achieve success – the way to achieve success*), щоб ствердити саме такий майбутній курс для президента (*this President will do*).

Іншим прикладом може слугувати його відповідь репортеру під час проведення пресбрифінгу від 25.07.2001 р. Говорячи про плани президента США Дж. Буша щодо сфери соціального захисту для громадян, А. Флейшер на тлі подачі інформації підкреслює особистий інтерес і зацікавленість президента у покращенні ситуації через застосування прикметникових конструкцій *very worried, terribly important, reliable, dependable system, very helpful*:

*"MR. FLEISHER: **He's very worried** about making sure our younger works – people 50 and younger – have an opportunity to have a strong retirement system that they can depend on. **He thinks it's terribly important to protect** Social Security*

for today's retirees, ***to have a system*** *in place* ***that is reliable and dependable*** *for younger workers and* ***thinks the bipartisan actions*** *of this interim report* ***very helpful*** *in moving Congress forward and* ***in making progress on saving*** *Social Security"* (The White House, July 25).

Разом з тим, А. Флейшер порівняно нечасто використовує у своєму мовленні звороти і фрази, єдиною метою яких є схвалення політики президента і захист його іміджу. Він рідко говорить такі речі безпосередньо і прямо, однак захист і підтримка позитивного іміджу президента прослідковується у більшості його висловлювань. прессекретар здійснює це імпліцитно, користуючись виконанням свого обов'язку щодо інформування аудиторії та роз'ясненням питань, що виникають у ході брифінгу, як фоном.

4.4. Прессекретар Білого дому США Дана Періно

Дана Періно обіймала посаду прессекретаря Білого дому США за каденції президента Джорджа Буша-молодшого з 14.07.2007 р. до закінчення президентського терміну Дж. Буша 20.01.2009 р. Вона була другою жінкою-прессекретарем Білого дому США. Розглянемо інформацію щодо її біографії, медійної репутації та реконструюємо її мовленнєвий портрет.

4.4.1. Біографічні дані та медійна репутація Д. Періно.

Д. Періно народилася 09.05.1972 р. в м. Еванстон, штат Вайомінг. Ще в дитинстві, у шестирічному віці, вона заявила батькам: «Я буду працювати у Білому домі» (Barge, 2007).

У 1994 р. Д. Періно закінчила Державний університет Колорадо, м. Пуебло, отримавши диплом бакалавра за спеціальністю «Масові комунікації». Додатковою спеціалізацією були політичні науки. У 1995 р. вона отримала диплом магістра за спеціальністю «Звітування зі зв'язків з громадськістю» в Університеті Іллінойсу, Спрінгфілд (Fox News, n.d.).

Ще під час навчання Д. Періно почала працювати у сфері комунікацій та журналістики. У вересні 2001 р. її було призначено прессекретарем Міністерства юстиції США за каденції президента США Дж. Буша-молодшого. З 2003 р. Періно займала посаду помічника директора з комунікацій Ради з питань якості навколишнього середовища (The Washington Post, n.d.).

У 2005 р. вона стала першим заступником прессекретаря Білого дому. У 2007 р. Періно стала другою жінкою-прессекретарем Білого дому і працювала на цій посаді до закінчення президентського терміну Дж. Буша у 2009 р. (The Washington Post, n.d.).

Призначаючи її на цю посаду, президент Дж. Буш заявив: «Вона здатна пояснити актуальні проблеми так, щоб люди на телебаченні зрозуміли. Вона може впоратися з усіма вами» (Isgro, 2007).

Британське видання «Санді Таймс» відзначало, що вона «відома своїм шармом, швидкими відповідями на ворожі питання під час брифінгів і своєю вірністю начальнику» (Baxter, 2007). К. Роув, колишній перший радник президента Дж. Буша-молодшого, відгукувався про неї так: «Вона має дуже гострий розум, об'єктивне судження і чудове почуття гумору. Вона – один з найталановитіших професіоналів, яких я зустрічав» (Baxter, 2007).

Один з її критиків, журналіст К. Брасс, висловився так: «Швидкий поступ Періно є свідченням того, що адміністрація Буша – територія можливостей для посередніх штатних працівників», і назвав Періно «ідеальним рупором адміністрації» (Brass, 2007).

4.4.2. Мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому Д. Періно. На вербально-семантичному рівні індивідуальна мовна особистість прессекретаря Д. Періно характеризується найбільшими частотами використання особового займенника першої особи множини *WE* – 17,34 од./тис. слів (середня частота вживання займенника *WE* становить 11,44 од./тис. слів) та особового займенника *THEY* – 8,76 од./тис. слів (середня

частота використання займенника *THEY* становить 5,55 од./тис. слів), а також найменшою частотністю використання особового займенника третьої особи однини *HE* – 5,96 од./тис. слів (середня частота вживання особового займенника *HE* становить 7,61 од./тис. слів). Частотність використання особового займенника першої особи однини *I* – 18,76 од./тис. слів, і є близькою до середнього значення частоти для займенника *I*, що становить 18,98 од./тис. слів.

За свідченнями преси Д. Періно з дитинства мріяла працювати у Білому домі. Вона наполегливо і послідовно йшла до своєї мрії. Перш ніж потрапити у Білий дім, вона отримала хорошу освіту і значний досвід роботи у сфері комунікацій і журналістики. У ЗМІ було відзначено її гострий розум, об'єктивне судження та чудове почуття гумору, що дозволило зараховувати її до когорти найталановитіших професіоналів свого часу (див. 4.4.1).

Впевненим у собі людям властиві достатній ступінь автономності та вміння працювати в колективі. Такі особистості, як правило, демонструють помірне використання особового займенника першої особи однини *I* і віддають перевагу особовому займеннику першої особи множини *WE*, виявляючи при цьому солідарність з аудиторією та приналежність до певних соціальних груп (Климанська, 2007, с. 201–202). Крім того, помірне використання особового займенника *I* може означати, що мовець робить акцент не на собі, а на дії, прагне подавати інформацію об'єктивно, а не лише як власну думку.

У мовленні Д. Періно займенник *I* частіше зустрічається у вставних конструкціях та фразах, які стосуються особисто її. У мовленні, яке стосується інформації про роботу президента, розбудови та захисту іміджу президента, частотність використання займенника *I* менша. Наприклад під час брифінгу від 29.11.2007 р.:

"MS. PERINO: And ***the President is going*** *to go to the Pentagon today –* ***as I told you*** *this morning,* ***they're going to talk about*** *a variety of issues.* ***They're going to talk about*** *the health of the force****; the President wants to grow*** *the Army and the*

Marines. ***He would like an update*** *on that.* ***He wants to know*** *how recruitment and retention is going.* ***He wants an update*** *on the war on terror, Iraq and Afghanistan in particular. Of course,* ***they're going to be talking about*** *the budget, as well. So that's why the meeting is scheduled for over an hour and a half.* ***The President will make a statement*** *afterwards"* (The White House, 2007, November 29).

Цей фрагмент виконує перш за все інформаційну функцію. Здійснюється сповіщення щодо робочих планів президента, отже, прессекретар будує висловлювання навколо особи президента (через займенники *he*, *they* та іменник *President*). Іменник *I* з'являється один раз у конструкції as *I told you*. У такий спосіб речниця вербалізує свою роль спікера у дискурсивному просторі. Примітно, що серед ужитих дієслів особи мовця стосується лише дієслово з ознакою мовленнєвої діяльності, тоді як з одиницями на позначення особи президента вживаються дієслова різної семантики.

Займенник *WE* Д. Періно найчастіше використовує для вираження солідарності та причетності. При цьому вона використовує займенник як для вираження солідарності з аудиторією, з усією нацією, так і для підкреслення своєї приналежності до команди президента, Білого дому, влади. Цим вона позиціонує себе як командного гравця. Наведемо фрагмент пресбрифінгу від 27.09.2007 р.:

"MS. PERINO: And so, ***we sent up the legislation*** *last February. It hasn't been acted upon. The numbers came back to say that there's been a record this year of flight cancellations and delays. And so the President asked, "****What can we do?*** *Is there* ***something that we can do*** *now on our own, while* ***we continue to try*** *to work with Congress to get something done?" So that's why he wants to do it now, and he thinks by taking action today, in the end of September,* ***we can get something in place*** *so that next year's summer travel season can be much better"* (The White House, 2007, September 27).

Тут займенник *WE* позначає адміністрацію президента і його прибічників, тобто групу *свої* для прессекретаря.

Д. Періно у своєму мовленні широко використовує тактики протиставлення, нападу на опонентів. Це також є однією з причин високої частотності займенників *WE* та *THEY* у її мовленні, оскільки для конструювання дихотомії «*WE – THEY*» використовують обидва займенники. Наприклад, під час брифінгу від 17.11.2008 р. вона розділяє дві групи, «свої» та «чужі», протиставляючи їх:

"Q Are you guys putting your own legislative proposal forward?

MS. PERINO: I think ***we'll wait and see*** *on that.* ***We've been talking*** *with Leader McConnell's office and* ***they have some ideas of their own.*** *And* ***so we're trying to work with them*** *on it"* (The White House, 2008, November 17).

Крім того, займенник *THEY* вона використовує також для позначення певних спільнот, які не є опонентами, наприклад, автовиробників під час брифінгу від 17.11.2008 р.:

"MS. PERINO: ***We want the automakers to succeed*** *and* ***we support*** *using an existing program* ***to help them*** *do so. It's an important part of our manufacturing base.* ***These are great, historical companies*** *in the United States* ***and they have a way*** *to get back on a path to be better companies, more successful companies in the future"* (The White House, 2008, November 17).

Її мовленню властива найбільша серед розглянутих прессекретарів частотність використання займенника *I* з дієсловами *said* та *believe*, що також характеризує Д. Періно як самодостатню, впевнену в собі особистість. Вона продемонструвала високий рівень володіння засобами мови і широкий словниковий запас. Варто відзначити помірне використання прикметників. Її мовленню властиві цілісність та зв'язність, чіткість у формулюваннях. Вона не розголошує більше, ніж необхідно, використовуючи з цією метою повтори. Наприклад 26.04.2007:

"MS. PERINO: Well, the President has said that he wants to get the money to the troops as soon as possible. And so as soon as we get the bill, ***the President, as you could imagine, would make good on his promise to veto it,*** *and then we'll*

take it from there. And you can assume that ***the President would soon meet – quickly after that – with the congressional leaders in order to start work on the bill.***

Q One other on this. Do you see it as a procedural step to veto it and get on with the next stage, or do you see the White House staging some sort of event around it?

MS. PERINO: ***A little bit too early to preview,*** *but the main point* ***is the President is going to veto the bill, and then get to work with the congressional members on the next step"*** (The White House, 2007, April 26).

Тут друга репліка прессекретаря фактично повторює зміст першої. Можемо припустити, що вона або не володіє інформацією, або не має права її розголошувати. Представники ЗМІ у відповідь зміщують фокус наступного питання:

"Q Dana, the latest CBS News poll has 64 percent of those polled in favor of setting timetables for an Iraqi withdrawal of American troops. And that dovetails, I think, with an NBC/Wall Street Journal poll that had similar results yesterday. So, clearly, the administration is not on the same page with the majority of the American public.

MS. PERINO: ***I've said it many times before, and I'll just repeat it. We understand that Americans are tired*** *of this war, they are* ***weary****, and they are* ***frustrated****, and they* ***want the troops to come home. We want the troops to come home as well,*** *and you're talking about a date for withdrawal. The President is the Commander-in-Chief. He stands on principle"* (The White House, 2007, April 26).

У цьому фрагменті спостерігаємо градацію означень, які додають мовленню експресивності (*tired, weary, frustrated*), а також сурядне речення зі значенням повторюваності процесів інформування аудиторії: *I've said <…> before; I'll just repeat*. У такий спосіб прессекретар ще раз уникає розголошення інформації.

Мовленню Д. Періно властиве використання граматичних часових форм та конструкцій, що вказують на тривалість процесу, перспективу, орієнтацію на майбутнє. Наведемо приклад з пресбрифінгу від 29.11.2007 р.:

“MS. PERINO: What I said yesterday is that ***the actuals have gone down*** *by 1.5 percent; intensity was 4.2 percent. Obviously greenhouse* ***gases continue to grow****. What the President said is that we don't want them to grow at the high rate that they are; we want to slow the rate of growth, and* ***we are working to do that.*** *He said we want to slow it by 18 percent by 2012, and* ***we are on our way to do that”*** (The White House, 2007, November 29).

Тут виділені фрагменти вказують на тривалі процеси, що передається як за допомогою граматичних, так і за допомогою лексичних засобів.

Уривок з пресбрифінгу від 24.06.2008 р. містить згадку тривалого процесу, що завершився, тривалого процесу, що продовжується, а також вказівку на майбутню перспективу:

“MS. PERINO: Sure. Gasoline was certainly high, because it was around that time that at least one reporter said that there might be $4 gasoline. So higher energy ***prices have been having an impact.*** *That's one of the reasons that* ***we're working to do something*** *to send the market a signal that* ***we want to increase supply*** *so that* ***we can start to bring back*** *into balance the law of supply and demand”* (The White House, 2008, June 24).

Цей фрагмент (пресбрифінг від 24.06.2008 р.) зосереджений на переході теперішнього в майбутнє, що виражається перш за все граматичними засобами теперішнього тривалого та майбутнього часів:

“MS. PERINO: One ***thing that is happening*** *on the energy front is* ***an increase*** *in conservation here in our own country, which is to be expected when you have higher prices.* ***And that,*** *coupled with aggressive research and development into new technologies, like battery-powered vehicles,* ***will get us into a better position in the long run.*** *But for the short term, it's important that we make sure everyone understands there's nothing we can do overnight”* (The White House, 2008, June 24).

Динамізм мовлення Д. Періно демонструє частина брифінгу від 05.03.2008 р.:

"MS. PERINO: I think that across the board the Republicans ***are going to support*** *this President and John McCain.* ***We are going to do what we think will be helpful.*** *But remember, this is not President Bush's campaign; this is Senator McCain's campaign and* ***he is going to run it*** *how he sees fit.* ***We will be there*** *to be supportive in a variety of ways. Some of those ways we don't even – we might not even know yet; I think* ***it's pretty early in the process, we don't have dates worked out all the way into the future*** *and a lot of specifics.*

But one of the things that's happening right now *is part of* ***the President's team is meeting*** *with Senator McCain's team separately,* ***having lunch*** *this afternoon while the President and Senator McCain have lunch, to talk about some of those very things, to see how best we can fit into their operation and help"* (The White House, 2008, March 5).

Перша частина висловлювання спрямована на близьке майбутнє, що проявляється перш за все у використанні граматичних (*going to, will be*) і лексичних (*into the future*) засобів.

Д. Періно також часто користується вставними фразами та уточненнями, найбільш характерними серед яких є *I do think*, *I understand*, *I'm sorry*, *I can assure you*. Наприклад, під час пресбрифінгу від 26.04.2007 р.:

"Q Okay, on the political briefings, there seems -- there's no shortage of political information out there. Why does the White House feel it's necessary to give these employees these briefings in the first place?

MS. PERINO: I think that's kind of ridiculous question. ***I mean****, there's –* ***sorry****, I usually don't say those things, but* ***I do think*** *that that one was.* ***Look****, there is nothing wrong with political appointees providing other political appointees with an informational briefing about the political landscape in which they are working"* (The White House, 2007, April 26).

Або під час проведення брифінгу від 26.03.2007 р.:

"MS. PERINO: The Justice Department, ***when they gave their statements on Friday night****, said that they weren't inconsistent. And my reading of it is that the Attorney General has said* ***– I understand that there's a March 13th piece, but I***

also looked back on March 14th, when he did interviews back and forth – I think it was with a CNN network – *in which he said,* ***and he said consistently****, that he does not recall being involved in deliberations about who – which U.S. attorneys might be asked to be replaced for the remainder of the term"* (The White House, 2007, March 26).

Цей фрагмент містить досить значну для мовлення Д. Періно кількість уточнень, що може бути свідченням розгубленості або недостатньої підготовленості речниці до обговорення певних тем.

4.5. Прессекретар Білого дому США Шон Спайсер

Шон Спайсер брав участь у президентській виборчій кампанії 2016 р. Дональда Трампа. Після перемоги Д. Трампа обіймав посаду прессекретаря Білого дому з 20.01.2017 р. до 21.07.2017 р. Наведемо інформацію щодо його біографічних даних, медійної репутації та реконструюємо мовленнєвий портрет прессекретаря.

4.5.1. Біографічні дані та медійна репутація Ш. Спайсера. Ш. Спайсер народився в м. Беррінгтон, штат Род-Айленд. У 1989 р. закінчив католицьку школу-інтернат Еббі Портсмут, штат Род-Айленд (Arsenault, 2017; McGee, 2016). Займатися політикою почав зі шкільних часів, виступаючи в якості волонтера на місцевих виборах (Arsenault, 2017). У 1993 р. закінчив Коннектикутський коледж. Протягом 1997–1998 рр. був прессекретарем члена Палати представників Конгресу США М. Паппаза, котрий згодом згадував його «легкий характер і чудове почуття гумору» (Arsenault, 2017).

З 1999 р. по липень 2006 р. обіймав різні медійно-комунікаційні посади, пов'язані з Палатою представників Конгресу США. З липня 2006 р. по січень 2009 р. був помічником з медіакомунікацій Торгового представника США при Виконавчому офісі Президента США (McGee, 2016).

З 2009 р. по 2012 р. навчався у Військовому коледжі Військово-морських сил США, м. Нью-Йорк, штат Род-Айленд. По закінченні коледжу отримав диплом магістра з національної безпеки та стратегічних досліджень (McGee, 2016). До 2016 р. перебував на посаді офіцера зі зв'язків з громадськістю резервного контингенту Об'єднаного штабу ВМС США (Larter & Shane, 2016).

У 2016 р. він приєднався до команди Д. Трампа і взяв участь у виборчій кампанії. Після перемоги на виборах Д. Трампа Ш. Спайсер став прессекретарем Білого дому і працював на цій посаді до 21 липня 2017 р. З 30 травня він також обіймав посаду директора з комунікацій (Arsenault, 2017).

Преса негативно відгукувалася про Ш. Спайсера вже з першого брифінгу: «Спайсер, котрий з'явився на свій перший брифінг у піджаку оверсайз і у поганому настрої, часто нагадував кролика, застигнутого зненацька світлом фар, вирішивши власну долю твердженням про те, що Адольф Гітлер ніколи не використовував хімічну зброю» (Smith, 2020). Також репортери відразу звернули увагу на «агресивні напади» на пресу (Byers, 2017).

Багато нарікань у репортерів викликало явне перебільшення Ш. Спайсером розміру натовпу під час інавгурації президента США Д. Трампа. У подальшому преса відзначала: «Він необережно поводиться з фактами (так само, як і з вимовою), відповідно, відмовляється відповідати на супутні питання й не викликає репортерів, які, як він відчуває, зробили щось недоречне» (Byers, 2017).

Незважаючи на негативні оцінки медіа, команда президента США Д. Трампа в цілому була задоволена роботою прессекретаря Ш. Спайсера. За словами глави адміністрації президента Р. Прібуса, президент був цілком впевненим у Ш. Спайсері. А. Флейшер так висловився про щодо негативної оцінки пресою роботи Ш. Спайсера на посаді прессекретаря Білого дому США: «Робота прессекретаря – пояснювати, що думає президент і чому він так думає. Для Шона не має значення, чи подобається він пресі. <…> Багато з того, що преса говорить про Шона йде від того факту, що їм

не подобається Дональд Трамп, особливо якщо врахувати, що «у Білому домі Трампа вороже ставлення до репортерів – основа ідеологічної програми»» (Byers, 2017).

Сам Ш. Спайсер не надто переймався своїм іміджем захисника Д. Трампа і на негативну реакцію медіа відреагував таким чином: «Ти тут не для того, щоб бути чиїмось приятелем. Ти тут для того, щоб проголошувати програму президента» (Bates, 2017).

У той же час брифінги Ш. Спайсера швидко стали популярними і збирали значно вищу за звичайну кількість переглядів: «Небагато інших прессекретарів досягли такого рівня слави, чи, з точки зору критиків, ославлення» (Johnson, 2017).

4.5.2. Мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому Ш. Спайсера. На вербально-семантичному рівні мовлення прессекретаря Ш. Спайсера як індивідуальної мовної особистості характеризується такими відмінностями в порівнянні з іншими прессекретарями Білого дому:

– друге місце за частотою використання особового займенника першої особи однини *I* – 20,99 од./тис. слів (середнє значення частоти займенника *I* становить 18,88 од./тис. слів);

– друге місце за частотою використання особового займенника першої особи однини *YOU* – 8,24 од./тис. слів (середнє значення частоти займенника *YOU* становить 7,42 од./тис. слів);

– частоти використання особових займенників *HE* та *THEY* близькі до середніх значень. Частота використання особового займенника другої особи множини *WE* – 9,53 од./тис. слів, отже менша за середнє значення частоти відповідного займенника, яка становить 11,44 од./тис. слів.

Часте використання особового займенника першої особи однини *I* може бути свідченням внутрішнього спрямування особистості, її егоцентричності та впевненості в собі (Калитюк, Іщук, 2018, с. 129; Климанська, 2007, с. 201). Ш. Спайсер позиціонував себе як унікальну харизматичну особистість, котра

турбується про власний імідж і рішуче захищає його. Наприклад, один з його одногрупників пригадував випадок, коли під час навчання в коледжі у студентській газеті з його імені зробили образливу гру слів. На це Ш. Спайсер відреагував різким коментарем і скаргою на газету (Arsenault, 2017).

Іншим прикладом амбітності може слугувати вияв його ревнощів до статусу попереднього прессекретаря Дж. Ернеста під час проведення брифінгу від 23.01.2017 р.:

"MR. SPICER: By the way, just as I get started, ***I know that Josh Earnest was voted the most popular press secretary by the Press Corps****, so after reading – checking my Twitter feed,* ***I shot Josh an e-mail*** *last night* ***letting him know that he can rest easy****, that* ***his title is secure for at least the next few days"*** (CBS News, 2017, January 24).

Прессекретар під час першого ж брифінгу заявив про намір отримати титул найпопулярнішого прессекретаря найближчим часом: *his title is secure for at least the next few days*.

Його мовленню властива сильна, яскраво забарвлена, однозначна лексика. Вона характеризується найчастотнішим порівняно з іншими прессекретарями вживанням словосполучень *I think* (10,49 од./тис. слів), *I know* (0,86 од./тис. слів), що також характеризує Ш. Спайсера як самоцентричну, впевнену у собі персону. На ці риси характеру вказує і помірне, нижче середнього, використання особового займенника першої особи множини *WE*, яке становить 9,53 од./тис. слів при середньому значенні частоти займенника *WE* 11,44 од./тис. слів.

У той же час його мовленню властивий ряд недоліків. Він часто збивається з думки, перепитує, перебудовує речення на ходу, при цьому використовує неодноразове повторення фрази *I think*. До прикладу, під час брифінгу від 14.02.2017 р.:

"MR. SPICER: But at some point, the decision came down on whether or not that that trust had eroded. The important ***matters****, as I mentioned,* ***that are before***

the President when he's dealing with issues of world matters, of all of the issues – friends and allies, foes, hot spots – he needs to rely on a national security advisor *to give him sage advice. And* ***I think*** *at a certain point, that guidance, that trust, eroded. And the President, as he does on all matters, ultimately decides that when he's ready to make a decision, he executes"* (The White House, 2017, February 14).

Ще одним прикладом різкої і неодноразової перебудови висловлювання, а також використання значної кількості повторів цим прессекретарем може слугувати інший уривок з брифінгу від 14.02.2017 р.:

"MR. SPICER: So ***I think*** *it's* ***important*** *to understand something* ***very, very important****:* ***This idea of why did it take so long – I think the first question should be, where was the Department of Justice in this.*** *They were aware of this. We were making statements based on what General Flynn was telling us, starting on January 13th. The Vice President went out on the 15th, right? They didn't notify the White House Counsel's Office until January 26th.* ***At that time, there was an immediate – the President was immediately informed of that*** *and then asked the White House Counsel to conduct* ***a very, very thorough review.*** *The first part of that* ***review*** *was focused on* ***whether or not there was any legal issue – that's it.*** *Once that became* ***the issue, then there was a – it shifted into phase two,*** *which is whether or not there was trust still maintained. Then* ***that became a separate set of issues that were*** *–"* (The White House, 2017, February 14)

Припускаємо, що така одноманітність словника мовця і часта втрата початкової думки може свідчити про дещо обмежений словниковий запас і не надто високий рівень володіння мовою.

Мовлення Ш. Спайсера характеризується також найбільшою довжиною речень (19,12 слів) та найменшим коефіцієнтом лексичної різноманітності.

Значні зусилля Ш. Спайсер докладає для формування позитивного іміджу президента Д. Трампа, характеризуючи його як ділового рішучого менеджера, який особисто контролює ситуацію. Наведемо приклад з пресбрифінгу від 02.06.2017 р.:

*"MR. SPICER: **I think** that **Administrator Pruitt pointed out that** what the **President is focused on** is **making sure that we have clean water, clean air,** and making sure **that we have the best deal** for the American workers"* (The White House, 2017, June 2).

Прессекретар апелює до авторитету третьої особи для легітимізації характеристики президента. Основними засобами характеристики є дієслівні конструкції (*is focused, is making sure*) та іменникові словосполучення (*clean water, clean air, the best deal*).

Під час проведення брифінгу від 01.03.2017 р. прессекретар підкреслює особисту залученість президента до проблеми, яка продовжується і буде продовжуватися певний час:

*MR. SPICER: And finally, I want to note that **the President is monitoring the situation** in the Midwest, where **a string of tornadoes is devastating several states** with more severe weather predicted for the coming states – for the coming days* (The White House, 2017a).

При цьому він широко використовує прикметники вищого та найвищого ступеня порівняння. Наприклад, під час брифінгу від 02.02.2017 р.:

*"MR. SPICER: **The ultimate goal** is to ensure **the best and fairest treatment** of U.S. workers and businesses, and the President believes that those interests are **best secured** by bilateral, rather than multilateral trade deals"* (The White House, February 2).

Під час проведення пресбрифінгів Ш. Спайсер неодноразово допускав напади на пресу та представників ЗМІ. При цьому він описував ситуацію і особисто журналіста фразами з помітною негативною конотацією. Наприклад, фрагмент брифінгу від 21.02.2017 р.:

*"MR. SPICER: But **I think that it's a two-way street,** as I've also said before, and I think that the President understands that **certain outlets have gone out of their way to not be completely accurate and fair** in their coverage of what's going on"* (The White House, 2017b).

Ця проблема з'являється і в наступному брифінгу прессекретаря від 23.01.2017 р.:

"MR. SPICER: I'm going to come out here and tell you the facts as I know them. And if we make a mistake, we'll do our best to correct it. But I don't ***– I think that as I mentioned the other day, it is a two-way street. There are many mistakes that the media makes all the time. They misreport something, they don't report something, they get a fact wrong.*** *I don't think that's always – you know, to turn around and say, okay, "You were intentionally lying". I think we all try to do our best job, and do it with a degree of integrity in our respective industries"* (CBS News, 2017, January 24).

Він описує пресу як ворога, допускає погрози і повчання представників ЗМІ. Наведемо ще один уривок брифінгу від 21.01.2017 р.:

"MR. SPICER: There's been ***a lot of talk in the media about the responsibility to hold Donald Trump accountable. And I'm here to tell you that it goes two ways. We're going to hold the press accountable, as well"*** (The White House, 2017b).

В усіх трьох фрагментах пресбрифінгів порушується питання некоректного або неправдивого відображення інформації пресою. При цьому є градація від ненавмисної недостовірності (*mistake, misreport, get the fact wrong*) до цілеспрямованого викривлення подій і необхідності притягнути до відповідальності винних (*gone out of their way; hold accountable*). Вважаємо, що ці різкі коментарі цілком узгоджуються з зібраною інформацією про особистісні якості і репутацію речника.

4.6. Прессекретар Білого дому США Кейлі МакЕнані

Кейлі МакЕнані працювала на посаді прессекретаря Білого дому США за каденції президента Дональда Трампа з 07.04.2020 р. і перебувала на цій посаді до закінчення президентського терміну 20.01.2021 р. Вона була четвертим прессекретарем президента Д. Трампа. Розглянемо інформацію

щодо її біографічних даних, медійної репутації та реконструюємо мовленнєвий портрет.

4.6.1. Біографічні дані та медійна репутація К. МакЕнані

К. МакЕнані народилася 18.04.1988 р. в Плант-Сіті, штат Флорида. Навчалася в приватній католицькій школі для дівчат Академії святих імен, міста Тампа, штат Флорида (Kellman & Lemire, 2020; Sheth & Relman, 2020). Ще навчаючись у школі, брала участь у президентській виборчій кампанії 2004 р. як волонтер. У 2010 р. закінчила Школу закордонних справ Джорджтаунського університету і отримала диплом бакалавра за спеціальністю «Міжнародна політика». Будучи студенткою останнього курсу Джорджтаунського університету, рік навчалася за обміном в Оксфорді, вивчаючи політику в Сент-Едмунд-хол (Zeffman, 2020). Під час навчання в університеті стажувалася під керівництвом відомих політиків США та Британії.

Медійну кар'єру К. МакЕнані розпочала у 2010 р. продюсером шоу М. Хакабі, пропрацювавши з ним три роки (Smith, 2020; Stonor, 2020). У цей же час вона вступила до Школи права Університету Маямі, а згодом, перевівшись до Гарвардської Школи права, отримала диплом у 2016 р. (Chalgant, 2020; Sheth & Relman, 2020).

У 2016 р. К. МакЕнані стала працівником новинного телеканалу Сі-Ен-Ен та безкомпромісним прихильником Д. Трампа. У серпні 2017 р. К. МакЕнані звільнилася з Сі-Ен-Ен і стала прессекретарем Національного комітету Республіканської партії США й одночасно виборчої кампанії Д. Трампа (Katczynski & Steck, 2020). 08.04.2020 р. вона стала четвертим прессекретарем президента США Д. Трампа (Smith & Holden, 2020).

У засобах масової інформації К. МакЕнані здобула імідж «загальноприйнятого обличчя трампізму»: «Телепрезидент тепер має телеагента, спікера, котрий іноді відводить погляд від преси в залі й дивиться прямо в камеру» (Smith, 2020).

Для критиків К. МакЕнані – «опортуніст, котрого мотивує слава і сила, а не які-небудь ідеологічні переконання», головним завданням якого є «пояснити непояснюване й виправдати те, що неможливо виправдати» (Smith, 2020). Одне з медійних видань відзначало, що «вона не боїться медіа, вона врівноважена і має репутацію на телебаченні» (Chalfant, 2020). Колеги відзначали також, що вона «ретельно готується до своїх виступів на телебаченні та інтерв'ю» (Chalfant, 2020).

4.6.2. Мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому К. МакЕнані. Реконструюємо мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому К. МакЕнані за каденції президента Д. Трампа. На вербально-семантичному рівні мовлення К. МакЕнані як індивідуальної мовної особистості характеризується в порівнянні з іншими прессекретарями Білого дому, найменшою частотою використання особового займенника першої особи однини *I* – 12,5 од./тис. слів (середнє значення частоти займенника становить 18,88 од./тис. слів); найменшою частотою використання особового займенника третьої особи множини *THEY* – 3,92 од./тис. слів (середнє значення частоти займенника становить 5,55 од./тис. слів), та найбільшою частотою використання особового займенника *YOU* – 9,83 од./тис. слів (середнє значення частоти займенника становить 7,42 од./тис. слів), а також другим місцем за частотою використання особового займенника *HE* – 8,2 од./тис. слів (середнє значення частоти займенника становить 7,61 од./тис. слів).

Досить помірну частотність використання особового займенника *I* можна пояснити тим, що майже в кожній репліці К. МакЕнані намагається звернутися до авторитету чи зовнішнього джерела інформації. Мовленнєві конструкції звернень до авторитету чи зовнішнього джерела інформації вимагають введення в речення іменника (власне ім'я) або займенника третьої особи, внаслідок чого зменшується частота використання особового

займенника *I*. Наприклад, відповідаючи на запитання кореспондентів під час брифінгу від 10.06.2020 р.:

"MS. MCENANY: And ***as Dr. Birx noted to me – she sent this to me*** *just before I walked out here –* ***she said it suggests that*** *the United States also prevented over 3 million deaths,* ***thanks to the efforts of President Trump*** *and the American people"* (The White House, 2020, June 10).

Прессекретар посилається на думку медичного фахівця, коли йдеться про проблему в цій галузі.

Або під час брифінгу від 19.08.2020 р.:

"MS. MCENANY: To circle back on your first point, too, about the Post Office funding, ***I did want to highlight a piece that was written by Ruth Goldway, who's a retired Chairwoman and Commissioner of the U.S. Postal Regulatory Commission.*** *<…> And* ***she said, quote,*** *that the Post Office "has access to about $25 billion in cash. Its own forecasts predict that it will have enough money to operate into 2021""* (The White House, 2020, August 19).

Речниця апелює до авторитету фахівця у відповідній галузі (поштова служба). Прессекретар має підготовлений матеріал з посиланнями для відповідей на значну частину питань у ході брифінгів, що свідчить про високий рівень її професійної організації.

Найменша частотність вживання займенника *I* пов'язана також і з тим, що у відповідях на запитання репортерів вона робить акцент на президента. Для її мовлення характерна одна з найбільших частотність (друге місце) вживання слова *PRESIDENT* (10,9 од./тис. сл.).

Окрім того, слід враховувати, що «помірне використання займенника *I* може відображати наявність здібності до достатнього ступеня автономії та уміння працювати в колективі» (Климанська, 2007, с. 2001–2002).

К. МакЕнані можна характеризувати як високоосвічену, з хорошим практичним досвідом у сфері політики, впевнену у власних силах, амбітну людину, яка вміє ставити перед собою певні цілі і досягати їх. На підтвердження цього можна навести слова трампіста Дж. Міллера:

«пам’ятайте, що вона пройшла через кілька років роботи політичним коментатором на Сі-Ен-Ен, де вона сперечалася з Ерін Барнетт <…> і кожним другим противником, який там був. Тож, якщо Кейлі може йти нога в ногу з найжорсткішими ведучими й коментаторами на телебаченні, вона точно впорається з прес-корпусом Білого дому» (Smith, 2020, May 10). Одне з видань дало таку оцінку спікерці: «має багато рис, котрі цінує її керівник: вона не боїться медіа, вона врівноважена і має репутацію на телебаченні <…>, вона ретельно готується до своїх виступів на телебаченні та інтерв’ю» (Chalfant, 2020).

Достатньо висока частота використання особових займенників третьої особи однини *HE*/*SHE* також пов’язана із зверненням до авторитету чи зовнішнього джерела інформації, оскільки доводиться з метою уникнення повтору замінювати ім’я чи назву джерела інформації на відповідні займенники. Наведемо приклад з брифінгу від 17.06.2020 р.:

“MS. MCENANY: And ***I thought*** *my* ***colleague Ja’Ron Smith handled this really well yesterday when he said*** *this about the executive order on this very question from you.* ***He said,*** *“A lot of people want to make it about race, but it’s about communities and individuals. You’re trying to fix something that – you can’t really fix the heart of people, but you can fix individual pieces that deal with the real problem, which is access (to) opportunity””* (The White House, 2020, June 17).

У цьому фрагменті займенник *I* трапляється один раз, тоді як цитована особа згадується тричі (*he, my colleague*).

Найменша частотність використання особового займенника третьої особи множини *THEY* пов’язана з відносно нечастим використанням дихотомії «*WE – THEY*», оскільки, на наш погляд, у прессекретаря була дещо менша потреба в застосуванні цієї опозиції. Вважаємо, що це було спричинено ситуацією в країні та світі (covid-19), а отже, домінуванням кола тем, пов’язаних з пандемією у її мовленні. На цьому фоні дещо зменшилася подача політичного суперництва в країні у її мовленні як представника державного апарату, головним завданням якого стало реагування на ситуацію, а також

впровадження і контроль за дотриманням заходів безпеки. Відповідна тематика залишалася актуальною протягом усього терміну роботи прессекретаря, що до певної міри змістило пріоритет у бік об'єднання/консолідації, порівняно з протиставленням (отже, й необхідність застосування ексклюзивного «*WE – THEY*»).

К. МакЕнані майже рівномірно користується всіма займенниками. Примітно, що її мовлення насичене риторичними засобами для побудови аргументації. Вважаємо, що останнє є значною мірою результатом особистісних якостей, а також високого рівня освіти за кількома напрямами, у тому числі розвитку ораторських навичок. Ймовірно, саме набуті навички оратора є причиною контролю прессекретаря за рівномірним використанням займенників і униканням суттєвих перекосів.

4.7. Вплив особистісних рис та соціального статусу адресанта-ретранслятора на його мовлення на прикладі прессекретарів Білого дому

Як відзначалося вище, частина політиків, зокрема представників влади, політичних партій та рухів, здійснює свою діяльність у рамках певних політичних інституцій. Вони не можуть вважатися самостійними політиками, як-от президенти, перші особи політичних партій та рухів, і здійснюють своє мовлення з урахуванням певних статусно-рольових обмежень, встановлених для них інститутом, інтереси якого вони представляють. Як правило, такі політики виступають від імені політичної інституції, службовцями якої вони є. У той же час, посадові обов'язки, умови діяльності частини з них є такими, що в окремих ситуаціях, обставинах їм доводиться самостійно приймати рішення і говорити від власного імені.

Розглянемо мовлення обраних прессекретарів Білого дому шляхом порівняння та виокремимо вплив особистісних рис і специфіки статусу кожного з них на його мовлення.

Мова у суспільстві виконує три основні функції: спілкування, повідомлення та впливу. Високий рівень мовної компетенції дає мовній особистості як індивіду суттєві можливості впливу на інших людей. Мова є медіумом, який кодує і передає особисті переконання, моральні цінності, засвоєні мовцем колективні норми та звичаї, набутий життєвий досвід (Леута та ін., 2025, с. 418; Lemish et al., 2024, с. 44). Здатність мовця вільно використовувати змістовні й лаконічні конструкції є показником високого рівня володіння мовою (Lemish, Kravtsova, Tolcheyeva, 2022, с. 26). При цьому чим більш високим є рівень володіння мовою, тим яскравішою особистістю мовець постає перед суспільством. Унормоване, переконливе мовлення є ефективним засобом різностороннього впливу на реципієнта (Шумейко, 2019, с. 118–119).

Людина як індивід, як особистість, починається з мови, яка закладається генетично. Визначальним у розумінні мовної ідентичності особистості є те, як вона розуміє своє місце у світі, як вона «репрезентує свій внутрішній світ та систему світоглядних орієнтирів», як вона «проявляє своє Я у соціумі з урахуванням різноманіття соціальних зв'язків та відношень» (Самойленко, 2021, с. 46).

Мовна особистість формується під впливом різноманітних соціальних факторів. Наприклад, американський дослідник В. Лабов відзначав, що «різне використання мови є відображенням ідентичностей, яких набувають у результаті приналежності до різних соціальних груп за різними ознаками (раси, етнічності, статі та соціального статусу)» (Labov, 1972). На противагу поглядам В. Лабова існує думка про те, що граматичні і соціальні обмеження, такі як лінгвістичні показники певного соціального класу, є частиною індивідуального носія мови, а не спільноти (Vázquez Carranza, 2017, с. 120–121).

Разом з тим, Б. Нортон відзначає, що не всі члени мовленнєвої спільноти мають ідентичне усвідомлення власних або чужих переконань, пов'язаних з мовою. Така різноманітність усвідомлень, на її погляд, виникає частково

з відмінностей у життєвому досвіді. Мовна усвідомленість формується, формулюється і зміцнюється у різних ідеологічних середовищах, до яких можуть входити релігійні інституції, державні установи, заклади освіти, трудові колективи і т. п. Мовні ідеології регулюють відносини між соціальними структурами, які спрямовують досвід користувачів мови і видів мовлення, якими користуються у відповідних середовищах. Іншими словами, регулюють залучення мовця і сприйняття мовцем видів діяльності, які відбуваються в усіх соціальних групах, учасником яких він є. Усі ці групи формують утворення мовної ідеології у мовця (Norton, 2010, с. 8).

Б. Бенвел і Е.Стоко, аналізуючи фактори впливу на формування мовної особистості, зауважують, що «необхідно розмежувати два різні процеси: формування ідентичності самими індивідами відносно до їх бажання та волі або несвідоме створення ідентичності провідною більшістю» (Benwell, Stokoe, 2006).

Аналіз факторів, які визначають соціальну ідентичність конкретної мовної особистості, це перш за все вивчення всього того, що зближує цю особистість з певною соціальною групою.

Вплив суспільства на формування мовної особистості, у тому числі й індивідуальної мовної особистості, є багатофакторним: з одного боку, суспільство формує мовну особистість, з іншого – мовна особистість впливає на мову суспільства. Суспільство впливає на відтворення ідентичності мовної особистості шляхом: запровадження певних культурних норм, у тому числі за допомогою релігії; залучення індивіда до певних соціальних спільнот (наприклад, школа, університет, робочий колектив); поділом суспільства на соціальні групи з певним соціальним статусом, у тому числі соціально-економічним статусом. У результаті взаємодії індивіда з цими соціальними інституціями, через їх пізнання формується мова і мовленнєва поведінка мовної особистості, оскільки навчання людини визначається соціальними факторами (Самойленко, 2021, с. 48). Такої ж думки дотримується і Дж. Гамперц (2009).

Як відзначає Д. Самойленко, «враховуючи вплив мови на особистість, люди вчаться бути чоловіками, жінками, англійцями, китайцями, латиноамериканцями, євреями чи християнами. І це головна причина, чому ми робимо висновки про расу, етнічну приналежність чи стать людини лише на основі мовлення» (Самойленко, 2021, с. 49).

На гендерний аспект впливу особистості на мовлення звертає увагу М. Лупаїн, зауважуючи, що «жінки частіше за чоловіків вживають займенники» (Лупаїн, 2022, с. 128).

Такої ж думки дотримується і Д. Блок, наголошуючи, що мовна ідентичність формується у площині мови, середовища та психобіографії (Block, 2013).

З урахуванням цих зауважень розглянемо мовні портрети прессекретарів Білого дому. Ключову роль у реконструкції мовної особистості в політичному дискурсі відіграють особові займенники. Аналіз їх вживання дозволяє робити висновки щодо психологічних особливостей мовця, рівня його культури, самопозиціонування тощо. При цьому найбільш інформативними з них є особові займенники першої особи однини *I* та першої особи множини *WE*.

Зведені дані щодо частоти вживання у мовленні прессекретарів Білого дому особових займенників *I*, *WE*, *YOU*, *THEY* та слова «президент» наведено в таблиці 4.7.1.

З метою більш детального аналізу мовлення прессекретарів було використано можливості психографологічного аналізу, перш за все його психолінгвістичного аспекту. Метод психографологічного аналізу було розроблено на основі методу психографіки, який зосереджується на вивченні психологічних характеристик людини, зокрема, особистісних рис, інтересів, цінностей, поведінки, діяльності тощо.

Таблиця 4.7.1

Частоти вживання особових займенників та іменника *PRESIDENT* прессекретарями під час проведення брифінгів

Мовець	I/1000	WE/1000	You/1000	THEY/1000	HE/1000	СУМА	PRESIDENT
Д.Д. Майєрс	30,59	8,93	5,80	4,43	8,90	58,65	7,28
Дж. Сіверт	17,59	16,92	5,20	5,53	8,13	53,37	6,86
А. Флейшер	12,92	5,99	7,62	6,24	6,86	39,63	16,36
Д. Періно	18,76	17,34	7,85	8,76	5,96	58,67	9,46
Ш. Спайсер	20,99	9,53	8,24	4,63	7,62	51,01	8,27
К. МакЕнані	12,59	9,92	9,83	3,72	8,20	44,26	10,90
Середнє	18,91	11,44	7,42	5,55	7,61	50,93	9,86

Психографологічний аналіз зосереджується на дослідженні залежностей мовлення індивіда від його внутрішнього стану, особливостей поведінки, історії соціалізації тощо. Він спрямований на дослідження вербальних характеристик мовлення і дозволяє на основі структури мовлення, обсягу речень, кількості речень та їх середнього розміру, коефіцієнта лексичної (словникової) різноманітності, коефіцієнта агресивності (дієслівності), коефіцієнта логічної зв'язності, коефіцієнта емболії та інших показників визначати психологічні характеристики, емоційний стан та риси характеру мовця (Засєкіна, Засєкін, 2008, с. 59–61).

У процесі дослідження мовлення прессекретарів обчислювалися такі параметри:

1. Середня кількість слів у реченні (КСР), котра свідчить про особливості вербального інтелекту або зміну емоційного стану.

Чим вищим є рівень емоційності мовця, його нервова збудженість, нестабільність, тим коротшими реченнями він користується. Речення з великою кількістю слів, котрі мають складну і добре організовану структуру, високий рівень логічності та зв'язності можуть вказувати на високий рівень інтелекту мовця, здатність до планування і аналізу та прихований емоційний стан або слабкий рівень емоційності. З іншого боку, зусилля, необхідні для обробки більш складних речень, можуть підвищувати рівень когнітивного навантаження реципієнтів (Matvieieva, Kasperė, 2025). Коефіцієнт обчислюється за формулою:

$$\text{КСР} = \frac{N_{\text{всіхслів}}}{N_{\text{речень}}} \quad (4.7.1)$$

2. Коефіцієнт лексичної різноманітності (КЛР), котрий свідчить про інтелектуальний потенціал мовця. Високий коефіцієнт лексичної різноманітності свідчить про високий рівень володіння мовою, інтелектуальних здібностей і т.п. Слід зауважити, що цей показник залежить від обсягу тексту, який аналізується. Що більшим є обсяг тексту, тим більшою є повторюваність слів і, відповідно, меншим є значення коефіцієнту лексичної різноманітності. Для текстів, обсягом більш як 200 тис. слів значення коефіцієнту стабілізується. Однак, для отримання репрезентативних результатів оптимальною кількістю слів у тексті вважають 500 слів (Ницполь, 2018). Обчислюється за формулою:

$$\text{КЛР} = \frac{N_{\text{різнихслів}}}{2N_{\text{всіхслів}}} * 100\% \quad (4.7.2)$$

3. Коефіцієнт дієслівності, або агресивності, активності (КД). Високе значення коефіцієнту дієслівності є свідченням високої емоційної напруженості тексту, динаміки подій, нестабільного емоційного стану мовця. Що вищим є значення коефіцієнта агресивності, тим більш емоційною є комунікація. Мовці, котрі демонструють високий коефіцієнт дієслівності, вирізняються рішучістю дій, підвищеною агресивністю, нестабільним емоційним станом (Ницполь, 2018, с. 159). Обчислюється за формулою:

$$\text{КД} = \frac{N_{\text{дієслів}}}{N_{\text{всіхслів}}} * 100\% \quad (4.7.3)$$

4. Коефіцієнт логічної зв’язності (КЛЗ). Цим вищим є значення коефіцієнта (в межах одиниці), тим більш логічно зв’язним є текст і краще сприймається реципієнтами. Обчислюється за формулою:

$$\text{КЛЗ} = \frac{N_{\text{службовихслів}}}{3N_{\text{речень}}} \quad (4.7.4)$$

5. Коефіцієнт емболії (КЕ), котрий свідчить про засмічення мовлення, рівень культури мовлення, місце у суспільстві та рівень інтелекту мовця. Обчислюється за формулою:

$$\text{КЕ} = \frac{N_{\text{ембол}}}{N_{\text{всіхслів}}} * 100\% \quad (4.7.5)$$

Результати обрахунків наведено в таблиці 4.7.2 (наступна сторінка).

Розглянемо мовленнєвий портрет прессекретаря Білого дому Д.Д. Майєрс як індивідуальної мовної особистості з урахуванням біографічних даних з метою вияву впливу її особистісних рис на мовлення як прессекретаря під час проведення пресбрифінгів. Перш за все, як вказано в п. 3.3.2 та видно з таблиці 4.7.1, мовлення Д.Д. Майєрс характеризується найвищою частотністю вживання особового займенника *I*. Висока частотність використання цього займенника може вказувати як на високий рівень егоцентризму та впевненості в собі, так і на занижену самооцінку. Припускаємо, що у випадку мовлення Д.Д. Майєрс з більшою ймовірністю йдеться про занижену самооцінку, невпевненість у собі.

На наш погляд, є дві підстави для зробленого висновку. Перша з них – особливості її реального статусу як прессекретаря Білого дому: нижча посада, обмеження повноважень, проведення пресбрифінгів під контролем іншого посадовця, ставлення керівництва і колег (див. п. 4.1.1 та 4.1.2). У такому середовищі вона не могла почуватися впевнено і фокусувалася на власному стані. Підтвердженням цьому є її невпевнена мова, часта відсутність конкретики у відповідях, які, до того ж, не завжди відповідали суті запитання. Вона досить часто послуговується конструкцією *I don’t know*. У ряді випадків мовець демонструє слабку позицію, дозволяє репортерам переймати ведучу роль та жартувати над собою.

Таблиця 4.7.2

Психографологічні показники мовлення обраних прессекретарів Білого дому

ПІБ	К-кість речень на 1000 слів	КСР	КЛР, %	КД, %	КЛЗ	КЕ, %
Д.Д. Майєрс	74,9	13,35	3,41	22,25	0,61	0,56
Дж. Сіверт	58,3	17,16	3,68	21,15	0,85	0,42
А. Флейшер	56,7	17,65	3,11	20,32	0,86	0,54
Д. Періно	56,5	17,70	3,83	22,38	0,82	0,77
Ш. Спайсер	52,3	19,12	1,72	20,53	0,89	0,71
К. МакЕнані	60,3	16,58	3,73	19,34	0,8	0,6

Друга підстава пов'язана з її становленням, соціалізацією як індивідуальної мовної особистості. Очевидно, Д.Д. Майєрс не проявляла достатньої наполегливості та сили волі для того, щоб стати прессекретарем, оскільки, на відміну від решти прессекретарів, це не було її метою з більш раннього віку. Після закінчення в 1983 р. університету з 1984 р. по 1992 р. вона працювала у різних виборчих штабах і не змогла набути практичних знань і досвіду, необхідних для роботи на посаді прессекретаря Білого дому. Мовлення Д.Д. Майєрс характеризується обмеженим словниковим запасом, відносною простотою. Вона часто допускає повтори замість перефразування чи синонімів.

У психолінгвістичному аспекті мовлення Д.Д. Майєрс вирізняється серед інших прессекретарів вживанням найкоротших речень (13,35 слів в середньому), найменшим коефіцієнтом логічної зв'язності (0,61), досить високим рівнем коефіцієнта дієслівності (22,25%) та найвищою частотністю речень у тексті (74,9 речень на тис. слів). Вживання коротких речень

та їх висока частотність свідчить про підвищену емоційність мовця (Дячук, 2018). На підвищену емоційність, активність Д.Д. Майєрс також вказує досить високий коефіцієнт дієслівності. Про агресивність з її боку мова навряд чи може йти, оскільки за свідченням консультанта президента Б. Клінтона, вона була здатна уникати небажаних питань настільки вдало й невимушено, що репортери не усвідомлювали, що замість відповідей на поставлені питання отримували жарти.

Досить низький рівень коефіцієнта логічної зв'язності може бути свідченням пригніченого психологічного стану Д.Д. Майєрс, заниженої самооцінки, невпевненості в собі, оскільки в такому стані людині важко контролювати своє мовлення.

До певної міри протилежністю Д.Д. Майєрс як індивідуальної мовної особистості є прессекретар Білого дому Ш. Спайсер. Як видно з таблиці, його мовлення, як і мовлення Д.Д. Майєрс, характеризується високою частотністю вживання особового займенника першої особи однини *I*. Однак варто також враховувати особистісні риси характеру Ш. Спайсера та історію його соціалізації. Ще зі студентських часів він зарекомендував себе як унікальну, харизматичну особистість, якій був небайдужий власний імідж. Ш. Спайсер рішуче захищав свій імідж, про що може свідчити його реакція на образу в студентській газеті. Враховуючи це, можна вважати, що висока частотність вживання займенника *I* є свідченням внутрішнього спрямування особистості, егоцентричності та впевненості в собі (Калитюк, Іщук, 2018, с. 129; Климанська, 2007, с. 201). Підтвердженням високого рівня амбітності прессекретаря є також вияв ревнощів до репутації прессекретаря Дж. Ернеста під час першого брифінгу Ш. Спайсера від 23.01.2017 р.

Означені риси характеру Ш. Спайсера проявляються також у помірній (нижче середнього) частоті вживання особового займенника першої особи множини *WE* та високій (друге місце) частоті вживання словосполучень *I think* і *I know* (таблиця 3.2).

Мовлення Ш. Спайсера характеризується також використанням найдовших речень (19,12 слів в середньому) порівняно з довжиною речень у мовленні інших прессекретарів. Це пов'язано, на наш погляд, з низьким рівнем зв'язності тексту, неодноразовими повторами, втратою початкової думки тощо.

Мовленню Ш. Спайсера властивий агресивний стиль спілкування. Він неодноразово допускав напади на пресу та репортерів, погрози і повчання в бік представників ЗМІ. На вербальному рівні його стиль спілкування проявляється в підвищеній (вище середнього) частотності вживання особового займенника *YOU*. Враховуючи висновок К. Тараненко про те, що «показником агресивного стилю спілкування є широке вживання займенників другої та третьої особи: ти, ви, він, вона, вони» (Тараненко, 2017, с. 61), високу частотність займенника *YOU* можна вважати проявом агресивного стилю спілкування Ш. Спайсера.

Формування таких рис Ш. Спайсера, які можна вважати діаметрально протилежними відповідним рисам Д.Д. Майєрс, пояснюється також і історією його соціалізації, життєвим досвідом, освітою. Зокрема, він мав великий досвід практичної роботи (більше 23 років), пов'язаної з комунікаціями в медіасфері, у т. ч. навчався у Військовому коледжі ВМС США та працював медіа-планером в ВМС США. Соціалізація в мілітарному середовищі не могла не вплинути на його мовленнєву компетентність. При цьому, як зауважує Б. Раймс, комунікативний репертуар, тобто колекція способів, у які індивід використовує мову та інші засоби комунікації для ефективного спілкування у різних спільнотах, до яких він належить, неминуче буде більш розвиненим в одній соціальній сфері і менш розвиненим в іншій (Rymes, 2010).

У той же час, незважаючи на значні особистісні відмінності, їх мовлення характеризується рядом спільних недоліків. Зокрема, обоє втрачають думку і перебудовують висловлювання «на ходу», при цьому неодноразово повторюють певні слова або фрази. Їх мовленню властива найвища частотність вживання особового займенника *I* та помірна (менше середнього)

частотність особового займенника *WE*, а також найвища частотність вживання конструкцій *I think* та *I know*.

Водночас їх мовленню властиві і прямо протилежні риси. Так, якщо мовленню Ш. Спайсера властива сильна, яскраво забарвлена, однозначна лексика, то мовлення Д.Д. Майєрс демонструє високий рівень неоднозначності, невпевненості, слабку позицію. Її відповідям на запитання репортерів властивий низький рівень конкретики.

Мовлення решти прессекретарів, на наш погляд, має більше спільних рис, аніж відмінностей. Перш за все слід відзначити високий рівень освіти К. МакЕнані, Д. Періно та Дж. Сіверта. Окрім високого рівня освіти, вони, до вступу на посаду прессекретаря, мали значний досвід роботи у сфері медіакомунікацій. Особливо це стосується Д. Періно, стаж роботи якої (у тому числі стаж роботи репортером на телебаченні) сягав 25 років. К. МакЕнані теж мала великий досвід роботи (близько десяти років) на телебаченні як продюсер та політичний коментатор телеканалу Сі-Ен-Ен. Отже, Д. Періно і К. МакЕнані були добре підготовлені до комунікації з пресою.

Дж. Сіверт також отримав якісну освіту, навчаючись у трьох університетах. Фактично відразу після навчання він почав працювати на різних посадах при адміністрації президента США Білла Клінтона, що дало йому можливість здобути вагомий досвід роботи у сфері політичної комунікації. А. Флейшер закінчив коледж Міддлбері, штат Вермонт, отримавши у 1982 р. диплом бакалавра, однак він набув великого практичного досвіду роботи прессекретаря у виборчих командах та в урядових органах.

Цим чотирьом мовцям притаманний високий рівень володіння мовою як інструментом та широкий словниковий запас. Їх мовленню властива цілісність та зв'язність тексту, чітке формулювання висловлювань.

У той же час і є відмінності. Так, мовлення А. Флейшера та К. МакЕнані можна охарактеризувати як «м'яке» та дипломатичне. Наприклад, К. МакЕнані не часто прямо суперечить представникам преси, стверджуючи,

що вони не мають рації щодо певних питань. Як правило, для неї характерними є аргумент до авторитету, наведення даних та цитат, які вказують на хибну позицію представників ЗМІ. Її мовлення насичене риторичними засобами для побудови аргументації, що є наслідком впливу особистісних рис та високого рівня освіти за кількома напрямами, у тому числі розвитку ораторських навичок. Мовлення К. МакЕнані характеризується одним з найвищих показників коефіцієнта лексичної різноманітності (3,73%), що свідчить про високий рівень володіння мовою та когнітивні здібності. Найнижчий коефіцієнт дієслівності (агресивності) свідчить про коректність прессекретаря у процесі комунікації.

Мовлення цих двох прессекретарів характеризується найменшою частотністю вживання займенника *I* та найвищою частотністю слова *PRESIDENT*. Крім того, їх мовленню притаманна найменша сумарна частотність вживання особових займенників (таблиця 4.1).

Мовленню А. Флейшера властива найвища частотність вживання дейктика *PRESIDENT* (16,36 од. на тис. слів), оскільки у більшості випадків він говорить від імені президента. Його характеризували як здібного, неупередженого, поміркованого та вишуканого спікера адміністрації. Його мовлення представлене середніми показниками частотності вживання особових займенників і середніми значеннями показників, отриманих у результаті психографологічного аналізу.

Мовленню Дж. Сіверта властиві чіткі, недвозначні формулювання та прямолінійність, особливо у випадках, коли цього вимагає ситуація. Він демонстрував здатність прямо визнати відсутність у нього інформації з певних питань. У той же час його мовлення досить коректне по відношенню до опонентів. Мовленню Дж. Сіверта та Д. Періно властиве найчастотніше вживання особового займенника першої особи множини *WE* (таблиця 4.1). З одного боку, це вказує на те, що вони позиціонують себе як «командні гравці», з іншого – що вони у той чи інший спосіб конструюють дихотомію «ми – вони». Їх обом властиве також помірне використання конструкції *I think*.

Помірна частота вживання займенника *I* та висока частотність займенника *WE* свідчать про достатній ступінь самостійності Дж. Сіверта та вміння працювати у колективі. Крім того, мовленню Дж. Сіверта притаманна висока частотність словосполучення *I think* та найбільша частотність словосполучення *I know*, що також може вказувати на егоцентричність та впевненість у собі.

Його мовлення характеризується помірною середньою довжиною речень (17,16 слів), що свідчить про достатньо високий рівень володіння мовою, здатність до планування і аналізу та прихований емоційний стан. Високий рівень володіння мовою підтверджується також одним з найвищих коефіцієнтів лексичної різноманітності (3,68%) та найнижчим коефіцієнтом емболії (0,42%).

Д. Періно досить часто користується тактикою апелювання до авторитету, перш за все до президента та членів його команди (себе вона також позиціонує як члена цієї групи). Д. Періно чудово володіє мовою як інструментом, має великий словниковий запас, помірно використовує прикметники. Її мовленню властива цілісність і зв'язність тексту, точне, але обережне формулювання висловлень. Д. Періно уникає надмірного розголосу інформації. З метою уникнення небажаних запитань використовує повтори.

Варто відзначити також, що Д. Періно виконувала обов'язки прессекретаря Білого дому у повному обсязі, на відміну від Д.Д. Майєрс. Це включало як частину обов'язків, котра стосувалася взаємодії з пресою, так і ту, котра включала виконання обов'язків радника президента щодо питань зв'язків з громадськістю. Її вміння бачити наміри репортерів отримати певну інформацію та ухилятися від них, здатність поводитися розслаблено і впевнено за подіумом, уміння контролювати ситуацію комунікації та спрямовувати потік інформації свідчать про професіоналізм Д. Періно і придатність її до роботи на посаді прессекретаря Білого дому США.

Про її впевненість у собі, достатній ступінь автономії та вміння працювати в колективі, акцентувати увагу не на власній особі, а на діяльності

президента та колективу свідчить помірне використання особового займенника *I* та найвища частотність вживання займенника *WE*. Найвища частотність використання у процесі мовлення конструкцій займенника *I* з дієсловами *said* і *believe* також характеризує Д. Періно як самодостатню, впевнену в собі особистість. У своєму мовленні прессекретар часто використовує тактику протиставлення, нападу на опонентів. Це корелює з найвищими показниками коефіцієнтів дієслівності (агресивності) та емболії (22,38% і 0,77% відповідно).

У той же час її мовлення характеризується найвищим значенням коефіцієнта лексичної різноманітності (3,83%), що свідчить про високий рівень володіння мовою та інтелектуальних здібностей.

Тактику апелювання до авторитету використовують також Дж. Сіверт та А. Флейшер, вдаючись до неї помітно рідше. Аргумент до авторитету превалює у мовленні К. МакЕнані. Однак вона посилається меншою мірою на президента та членів президентської команди, частіше апелюючи до інших осіб та джерел інформації.

Прослідковується також гендерний аспект вияву індивідуальності в мовленні (Мартинюк, 2006, 2013). Як видно з таблиці 4.1, сумарна частотність вживання особових займенників у жінок вища, ніж у чоловіків: Д.Д. Майєрс – 58,65 одиниць на тисячу слів; Д. Періно – 58,67 одиниць на тисячу слів; К. МакЕнані – 44,26 одиниць на тисячу слів. Низька частотність використання особових займенників К. МакЕнані, на наш погляд, пояснюється тим, що її мовлення має суттєві відмінності від мовлення Д.Д. Майєрс та Д. Періно. Стиль мовлення К. МакЕнані близький до мовлення А. Флейшера. Обоє демонструють не лише високий рівень володіння мовою як інструментом, а й будують свої висловлювання дипломатично, користуючись правилами ораторського мистецтва. Обом прессекретарям властиве рівномірне використання особових займенників. З огляду на це, частотність вживання особових займенників К. МакЕнані доцільніше співвіднести з частотністю вживання цих займенників у мовленні

А. Флейшера (39,63 одиниць на тисячу слів). Враховуючи викладене, можна стверджувати про наявність гендерно зумовлених відмінностей у мовленні прессекретарів Білого дому.

Висновки до розділу 4

1. Ключову роль у репрезентації індивідуальної мовної особистості прессекретаря Білого дому, його ідіолекту, відіграють особові займенники, передусім займенники першої особи *I* і *WE* та займенник третьої особи *THEY*, а також іменник *PRESIDENT*. За допомогою цих дейктиків прессекретарі позиціонують себе у власному дискурсі та у своїй соціальній групі. Важливим джерелом інформації щодо прояву впливу індивідуальних рис прессекретарів на їх мовлення також є дієслівні конструкції з займенником *I*.

2. Індивідуальна мовна особистість людини формується під впливом ряду факторів, вирішальними з яких є вроджені здібності, соціальний статус та середовище, релігійні переконання, освіта, практичний досвід, належність до певної соціальної та/або професійної групи, а також наявність достатнього рівня сили волі, бажання і здатності до акомодації власної мови до оточення (стратегія мовної конвергенції). Варто також враховувати, що більш ранній досвід людини має більший вплив на формування її особистості, ніж подальший. Підтвердженням цьому може слугувати приклад становлення Ш. Спайсера як індивідуальної мовної особистості. Ще у студентські роки він зарекомендував себе як егоцентрична, амбітна особистість. Можна вважати ці риси сформованими на ранніх етапах розвитку особи. Крім того, на відміну від інших прессекретарів, наприклад Дж. Сіверта, А. Флейшера, Д. Періно та К. МакЕнані, його шлях до посади прессекретаря Білого дому не був послідовним. Майже 9 років його соціалізація, набуття практичного досвіду відбувалося у мілітарному середовищі, що, безумовно, наклало свій відбиток на його ідіолект і знайшло відображення у мовленнєвому портреті часів

перебування на посаді прессекретаря Білого дому. Вважаємо, що йому не вдалося досить швидко адаптувати своє мовлення до нового соціального середовища.

3. Приклад Д.Д. Майєрс свідчить про те, що суттєвий вплив на мовлення людини як індивідуальної мовної особистості можуть мати умови та обставини, за яких відбувається комунікація. Несприятливі умови та обставини спілкування можуть негативно впливати на рівень самооцінки мовця, його впевненість у собі, змушувати мовця займати слабшу позицію у дискурсі і зосереджуватися на власному стані. Усе це накладає відбиток на мовлення індивіда.

4. У мовленні прессекретарів Білого дому як індивідуальних мовних особистостей до певної міри проявляються гендерні відмінності. На експериментальному рівні це підтверджується вищою сумарною частотністю вживання особових займенників жінками-спікерами.

5. Як показує дослідження, результат формування індивідуальної мовної особистості прессекретаря, його ідіолекту, буде більш якісним та успішним у разі, якщо вплив соціального середовища на мовлення прессекретаря буде доповнюватися відповідним бажанням та волею індивіда, а його соціалізація і набуття практичного досвіду відбувається в рамках однієї соціальної групи. Це підтверджує історія становлення та кар'єрного зростання Дж. Сіверта, А. Флейшера, Д. Періно та К. МакЕнані. Усі вони працювали переважно у сфері комунікацій, переважно в рамках однієї соціальної групи; спільноти, де з одного боку прессекретарі, а з іншого – представники ЗМІ.

Основні положення розділу відображені в таких публікаціях автора: Плюта, 2026; Pliuta, 2026a.

ВИСНОВКИ

1. Критичний аналіз наукової літератури дозволив зробити висновок про те, що політичний дискурс завжди інституційний, а його учасниками загалом є: влада (у першу чергу її політична гілка); політичні партії та рухи, які претендують на владу; засоби масової інформації; політично активні громадяни та аполітичний прошарок суспільства. У межах пресбрифінгу безпосередніми учасниками є прессекретар як адресант-ретранслятор та представники засобів масової інформації, як адресати-ретранслятори. Кінцевим споживачем інформації, реципієнтом, є громадянське суспільство, перш за все виборчий електорат.

2. Експериментально доведено, що для забезпечення вимірювання (підрахунків) значень частот досліджуваних мовних одиниць з довірчою ймовірністю $P = 0{,}95$, мінімальний розмір корпусу повинен становити не менше 200 тисяч слів. Для довірчої ймовірності $P = 0{,}68$ розмір корпусу повинен становити не менше ніж 250 тисяч слів. Показано також, що розміри підвибірок та способи їх формування не впливають (в межах похибки) на значення частоти слововживання обраних дейктиків. При цьому розміри підвибірок можуть бути як однаковими, так і різними.

3. Показано, що частотний розподіл дейктиків *I* і *PRESIDENT*, побудований для корпусів мовлення прессекретарів, близький до рівномірного. Графіки частотного розподілу решти обраних для дослідження дейктиків (*YOU*, *HE*, *WE*, *THEY*, *AMERICANS*) близькі до t-розподілу Стьюдента. Це може бути свідченням того, що вживання дейктиків *I* і *PRESIDENT* у мовленні прессекретарів є системним і їх можна вважати ключовими словами.

4. Присутність владних структур в інституційному політичному дискурсі призводить до нерівноправності його учасників, оскільки політики завжди прагнуть переконати реципієнта оцінювати і діяти в потрібному політику руслі. В умовах пресбрифінгу відносини між учасниками комунікації

є складнішими. Представники засобів масової інформації, з одного боку, беруть участь у дискусії як адресати-ретранслятори – отримують повідомлення від прессекретаря і доносять його до широкої аудиторії. При цьому можуть передавати повідомлення у власній інтерпретації. З іншого боку, репортери є працівниками конкретних засобів масової інформації і вимушені діяти з урахуванням певних статусно-рольових обмежень, у тому числі стосовно інтерпретації повідомлення.

5. У межах виокремлених комунікативних стратегій, якими користуються президенти США і прессекретарі Білого дому США під час проведення пресконференцій та пресбрифінгів сформовано набір комунікативних тактик: 1) інформування; 2) роз'яснення; 3) виправдання; 4) іміджева; 5) спонукання; 6) переконання; 7) зняття статусних обмежень; 8) підкреслення статусних обмежень; 9) емотивне зараження; 10) уникання прямої відповіді; 11) апелювання до авторитету; 12) переключення уваги; 13) утвердження зайнятої позиції; 14) привернення прихильників; 15) визнання неправоти; 16) напад на опонентів. Досліджено відмінності у використанні тактик прессекретарями і президентами. Підкреслено, що комунікативні стратегії, тактики і прийоми не є універсальними. Їх вибір і ефективність залежить від багатьох факторів і передусім визначається конкретикою мовленнєвого акту, умовами та обставинами комунікації.

6. Встановлено, що вибір комунікативних стратегій і тактик прессекретарями Білого дому США визначається інституційним тиском, тобто політикою президента і його адміністрації, статусно-рольовими обмеженнями та політичною доцільністю. Тоді як вибір лексичних засобів визначається в першу чергу особистісними рисами мовця.

7. Найбільш суттєві відмінності у використанні особових займенників у мовленні прессекретарів Білого дому США та президентів США спостерігаються у вживанні особового займенника першої особи однини *I*. На відміну від президентів, прессекретарі не послуговуються займенником *I* для створення або захисту власного іміджу, оскільки головним завданням

прессекретаря є робота на імідж президента. З цієї ж причини прессекретарі не можуть користуватися займенником *I* для демонстрації своєї рішучості, лідерства чи унікальності своєї позиції. Суттєвої різниці у застосуванні займенників *WE*, *THEY* та дихотомії *WE – THEY* для конструювання комунікативних тактик не спостерігається. Однак прессекретарі звертаються до дихотомії *WE – THEY* рідше за президентів. У той же час особові займенники *I*, *WE*, *THEY*, іменник *PRESIDENT* та дієслівні конструкції з займенником *I* відіграють ключову роль у реконструкції індивідуальної мовної особистості прессекретаря.

8. Мовна особистість (адресант) бере участь у комунікації як особистість з усіма властивими їй рисами, притаманними як одноперсонологійному, так і поліперсонологійному виміру.

9. Індивідуальна мовна особистість прессекретаря, його ідіолект формуються під впливом ряду факторів, вирішальними з яких є вроджені здібності (темперамент), історія соціалізації, практичний досвід, а також готовність робити свою мову більш прийнятною для партнерів по комунікації.

10. Суттєвий вплив на мовлення прессекретаря як індивідуальної мовної особистості здійснюють умови та обставини комунікації. Несприятливі умови комунікації можуть занижувати самооцінку індивіда, робити його невпевненим в собі, змушувати його проявляти слабку позицію, зосереджуватися на власному стані.

11. Доведено, що в мовленні прессекретарів Білого дому США як індивідуальних мовних особистостей проявляються гендерні відмінності. Мовлення жінок характеризується підвищеною частотністю сумарного вживання особових займенників.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у поглибленому аналізі ролі різноманітних мовних одиниць у вияві індивідуальних рис мовця як індивідуальної мовної особистості, відображенні його характеру і намірів, а також взаємозв’язку частотного розподілу мовної одиниці з її функцією у тексті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Акайомова, А. (2011). Політична комунікація як процес взаємодії політичних суб'єктів. *Політичний менеджмент*, 1, 87–91. https://surl.li/jrwhdy

Алексєєва, О. М. (2017). Особливості політичного дискурсу (на матеріалі промов Д. Трампа та Г. Клінтон). Філософія мови та нові тенденції в перекладознавстві й лінгвістиці: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, 06–07 квітня 2017 року, м. Київ. Київ: Вид. центр НПУ ім. М.П. Драгоманова, 248–253. https://enpuir.udu.edu.ua/entities/publication/c78656cf-c828-4efa-9a82-e3e0847e5b79

Алексєєва, О. М., Губань, Р. В. (2019). Особливості функціонування соціальних термінів в політичному дискурсі Дональда Трампа. Філософія мови та нові тенденції в перекладознавстві й лінгвістиці: збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції, 28–29 березня 2019 року. Київ: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 295–300. https://enpuir.udu.edu.ua/entities/publication/a805678f-e47c-4425-90c1-f340f45cfab8

Андріїшина, К. І. (2017). Конструювання індивідуальної авторизації в англомовних журнальних статтях. *Одеський лінгвістичний вісник*, 9(1), 8–11. https://hdl.handle.net/11300/17296

Бацевич, Ф. С. (2007). Словник термінів міжкультурної комунікації. М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. К.: Довіра. 205 с.

Бацевич, Ф. С. (2009). Основи комунікативної лінгвістики: підручник – 2-ге вид., допов. К.: Академія. 376 с.

Безгодова, Н., Колесникова Л. (2024). Стилістичні функції особових займенників у сучасних поетичних текстах. *Лінгвістика*, 2(50), 141–147. https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/handle/123456789/10952

Болкарьова, О. В. (2020). Аналіз політичного дискурсу в сучасному українському та англомовному просторі мас-медіа. *Вчені записки Таврійського*

національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Т. 31(70), 1(2), 20–23. https://surl.li/czhyqo

Буканов, Г. (2025). Політична комунікація як механізм формування політичного ринку в Україні. *Науковий журнал «Політикус»,* 3, 21–28. https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-3.3

Васильків, І. М. (2020). Основи теорії ймовірностей і математичної статистики: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка. 184 с.

Видайчук, Т. Л., Плеханова, Т. М., Грищенко, О. В. (2023). Модифікації фразеологізмів у сучасному українськомовному масмедійному дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*, 28(1), 34–40. https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2025.40.1.8

Внучко, С. (2025). Політична комунікація та її менеджмент: еволюція концепцій, теоретичні основи та ключові підходи. *Політологічний вісник*, 94, 178–191. https://doi.org/10.17721/2415-881x.2025.94.178-191

Воробйова, О., Цьокан В. (2024). Функції сучасного політичного дискурсу та мовні засоби їхньої реалізації (на матеріалі президентських передвиборчих дебатів у США 2020 р.). *Advanced linguistics*, 14, 100–106. https://doi.org/10.20535/.2024.14.314585

Вусик, Г. М. (2020). Сучасний політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*, 2, 12, 213–217. https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/9269

Гасюк, І. М., Кайкан Л. С. (2011). Статистичні методи обробки результатів фізичного експерименту: курс лекцій: навчальний посібник. Івано-Франківськ: Видавництво Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. 159 с.

Гнатковська, О. М., Сапожник І. В., Суродейкіна Т. В. (2021). Формування мовного портрета американця за допомогою особових займенників в інавгураційних промовах президентів США. *Нова філологія*, 1(81), 85–90. https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-81-1-13

Голубовська, І. О. (2004). Етнічні особливості мовних картин світу: монографія. К.: Логос. 284 с.

Голубовська, І. О. (2008). Мовна особистість як лінгвокультурний феномен. Studia Linguistica, 1, 25–33. https://studia-linguistica.knu.ua/2008-1-25-33-golubovska-i-o-golubovska-movna-osobistist-jak-lingvokulturnij-fenomen/

Голубовська, І. О., Орлова, Т. В. (2017). Політичний дискурс як інструмент маніпулювання свідомістю електорату (на матеріалі інавгураційної промови Дональда Трампа 20 січня 2017 р.). *Studia Linguistica*, 11, 9–28. https://surl.li/azwkjj

Горват, А. А., Молнар, О. О., Мінькович, В. В. (2019). Методи обробки експериментальних даних з використанням MS EXCEL: навч. посіб. Ужгород: Говерла. 160 с. https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/47337

Горохова, І., Додар, А. (2024). Комунікативні стратегії у промовах Д. Трампа та К. Гарріс. *Молодий вчений*, 6(130), 59–63. https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-6-130-20

Демківський, О. Б., Краснитський, С. М., Пилипенко, Ю. М., Слізков, А. М. (2012). Статистична обробка результатів вимірювань та експериментальних даних в текстильній промисловості: навч. посіб. К.: КНУТД. 106 с. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/6123

Деренчук, Н. В. (2018). Мовний портрет сучасного українського політика. (Дис. канд. філол. наук). Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Вінниця; Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк. https://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/06/Derenchuk-N.V._dysertatsiya.pdf

Дун Ці (2024). Стилістичні особливості сучасного англомовного політичного дискурсу: дис. … докт. філос.: 035 Філологія. Український державний університет імені Михайла Драгоманова. Київ. 143 с. http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/45771

Дяченко, Н. М., Халін, В. В. (2019). Комунікативні стратегії в сучасному українському політичному дискурсі. *Вісник Житомирського державного*

університету імені Івана Франка. Філологічні науки, 1(89), 56–62. https://doi.org/10.35433/philology.1(89).2019.56-62

Дячук, Н. В. (2018). Психолінгвістичні характеристики мовлення політичного лідера. *Studia Philologica*, 11, 63–67. https://surl.li/nfmgih

Єнікєєв, Д. С. (2020). Одиниці прагматичного рівня структури мовної особистості. *Закарпатські філологічні студії*, 13(2), 79–83. https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2020.13-2.15

Жуковська, В. В. (2013). Вступ до корпусної лінгвістики: навчальний посібник. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. 142 с. https://eprints.zu.edu.ua/18909/1/korpusna_lingv.pdf

Загнітко, А. П. (2017). Сучасна лінгвоперсонологія: рівні, одиниці, категорії. *Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу, наукових працівників і здобувачів наукового ступеню за підсумками науково-дослідної роботи за період 2015–2016 рр. (15–19 травня 2017 р.)*. Том 2. Донецький національний університет імені Василя Стуса. Вінниця. 1–3. https://jpvs.donnu.edu.ua/article/view/3654

Загнітко, А. П. (2017). Теорія лінгвоперсонології: монографія. Вінниця: Нілан-Лтд. 136 с.

Засєкін, С. В. (2001). Дискурсивні маркери когерентності англомовного діалогічного тексту: когнітивний та прагматичний аспекти: дис. … канд. філол. наук – спец. 10.02.04. Волинський державний університет імені Лесі Українки. Луцьк. 174 с. https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/22649/1/zasiekin_dyss.pdf

Ільєнко, О. Л., Шумейко, Л. В. (2021). Напрями і тенденції вивчення політичного дискурсу в сучасних умовах діджиталізації (лінгвістичний та прагматичний аспекти). *Науковий журнал «Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*, 11(79), 72–75. https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/3292

Калитюк, Л. П., Іщук, Т. М. (2018). Дискурс-портрет американського блогера Фіони Циткін. *Закарпатські філологічні студії*, 3(1), 127–131. https://surl.li/uwdljk

Каліщук, Д., Лазука, О. (2015). Особливості вербалізації концепту FREEDOM в англомовному політичному дискурсі в період глобалізації. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія: Філологічні науки. Мовознавство*. Луцьк, 4, 37–42. https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/7807

Калмикова, Л. О., Калмиков, Г. В., Лапшина, І. М., Харченко, Н. В. (2008). Психологія мовлення і психолінгвістика: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. За заг. ред. Л. О. Калмикової. Київ: Переяслав-Хмельницький педагогічний інститут, в-во «Фенікс». 245 с.

Камкіна, Л.В., Надточій, А. А., Гришин, А. М., Стогній, Ю. Д. (2013). Основи наукових досліджень: навчальний посібник. Дніпропетровськ: НМетАУ. 89 с.

Климанська, Л. Д. (2007). Соціально-комунікативні технології в політиці: таємниці політичної «кухні»: монографія. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка». 332 с.

Ковалевська, Т. Ю. (2008). Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: монографія. Одеса: Астропринт. 344 с.

Коваль, Л. М. (2021). Психолінгвістичний аналіз тексту як інтегративний метод сучасного мовознавства. *Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу, наукових працівників і здобувачів наукового ступеня за підсумками науково-дослідної роботи за період 2019–2020 рр. (квітень–травень 2021 р.)*. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 118–120. https://jpvs.donnu.edu.ua/article/view/10292

Колесникова, І. А. (2009). Специфіка категорій «адресант» і «адресат» у професійному дискурсі. *Studia Linguistica*, 3, 114–118. https://philology.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/04/8-.pdf

Кондратенко, Н. (2015). Лінгвопрагматичні аспекти дослідження політичної комунікації в українському мовознавстві. *Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Філологія*, 20, 2(12), 144–150. https://philolvisnyk.onu.edu.ua/article/view/237206

Кондратенко, Н. В. (2007). Український політичний дискурс: текстуалізація реальності. Одес. нац. ун-т імені І. І. Мечникова. Одеса: Чорномор'я. 156 с.

Кондратенко, Н. В., Стрій Л. І., Билінська О. С. (2019). Лінгвопрагматика політичного дискурсу: типологія мовленнєвих жанрів. Одеса: Астропринт. 235 с.

Кондратюк, І. Б. (2016). Комунікативні тактики й стратегії керування дискурсивною особистістю в комунікативній ситуації психологічного дисбалансу. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер.: Філологічні науки (мовознавство)*, 6, 80–83. https://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2016/NV_2016_6/19.pdf

Корнєлаєва, Є. В. (2023). Політичний дискурс: основні напрями та підходи. *Записки з романо-германської філології*, 2(49), 189–196. https://doi.org/10.18524/2307-4604.2022.2(49).268194

Космеда, Т. А. (2012). Ego і Alter Ego Тараса Шевченка в комунікативному просторі щоденникового дискурсу: монографія. Дрогобич: Коло. 371 с.

Кравцова, Ю. В., Леута, О. І., Леміш, Н. Є., Титаренко, О. Ю. (2025). Дискурс як інтердисциплінарний феномен: комунікативний, когнітивний, культурологічний, дидактичний аспекти. *Наукові записки: зб. наук. ст. Серія Педагогічні науки*, CLXI (161), 70–78. https://doi.org/10.31392/NZ-udu-161.2025.08

Кривенко, С. (2014). Дискурс-аналіз політичних процесів: різноманітність підходів. Вісник *Львівського університету. Філософсько-*

політологічні студії, 4, 170–176. https://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/4_2016/21.pdf

Куранова, С. І. (2023). Основи психолінгвістики: навчальний посібник. 2-ге видання. К.: ВЦ «Академія». 208 с.

Леута, О. І., Леміш, Н. Є., Титаренко, О. Ю., Кравцова, Ю. В., Овчиннікова, І. І. (2025). Концепт «Добро» в українській та американській картинах світу: спільне та відмінне. *Культурологічний альманах*, 2(14), 415–426. https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.2.50

Лосєва, І. В. (2016). Мовностилістичні особливості політичної полеміки кандидатів у президенти США (на матеріалі інтернет-дискурсу): дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. Спеціальність 10.02.04 – «Германські мови». Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів. 261 с.

Лукіна, Л. В. (2021). Політичний дискурс: сутність та особливості застосування. *Політикус: наук. журнал,* 2, 75–80. https://surl.lt/rilmto

Лупаїн, М. В. (2022). Ґендерні особливості самовираження особистостей в коментарях щодо вступу України в НАТО. *Молодий вчений*, 10(110), 126–131. https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-10-110-25

Мартинюк, А. П. (2006). Регулятивна функція гендерно маркованих одиниць мови (на матеріалі сучасного англомовного публіцистичного дискурсу): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови». Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. К. 40 с.

Мартинюк, О. М. (2013). Вираження персоналізації у політичному дискурсі (на матеріалі французької мови). *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 37, 197–199. https://lingvj.oa.edu.ua/assets/files/full/2013/n37/NZ_Vyp_37.pdf#page=197

Мацько, Л. В. (2014). Мовна особистість Тараса Шевченка як чинник формування національної ідентичності. *Наукові записки Національного*

університету «Острозька академія». Серія: «Філологічна», 50, 8–15. https://surl.li/hkrpyg

Мелещенко, О. О. (2021). Дискурсивні стратегії англомовного політичного твітінгу Дональда Трампа: когнітивний мультимодальний аналіз. Дис. на здобуття ступеня доктора філософії, спеціальність 035 Філологія. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. Харків. 286 с.

Михайленко, В. В. (2019). Трикутник особових займенників у політичному дискурсі. *Науковий журнал «Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*, 6(74), 82–85. https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/2458

Мозер, М. (2020). Комунікативні тактики та стратегії в політичному дискурсі. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*, 12(1), 141–146. https://doi.org/10.15421/352016

Мужеляк, Ю. В. (2025). Стратегії і тактики мовної маніпуляції в політиці. *Політичне життя*. (Лип. 2025), 101–107. https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.2.11

Ницполь, В. (2023). Критичний дискурс-аналіз політичного дискурсу (на матеріалі промови Дж. Байдена). *Folium*, 124–130. https://doi.org/10.32782/folium/2023.3.18

Овчиннікова, І.І., Леута, О.І., Кравцова, Ю.В., Матвєєва, С.А., Макаренко, Л.Л. (2025). Мовна освіта в контексті сучасного дискурсу: когнітивні, комунікативні та лінгвокультурні виміри. Н*ауковий часопис УДУ імені Михайла Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи*, 104, 77–82. https://doi.org/https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series5.2025.104.16

Одінцова, О. О. (2017). Концепт POWER у політичному дискурсі (на матеріалі англомовної прози). *Збірник наукових праць професорсько-викладацького складу ДонНУ імені Василя Стуса за 2015–2016 рр. (15–18 травня 2017 р.): у 2-ох томах*. Том 2. Вінниця: Донецький національний

університет імені Василя Стуса, 61–64. https://jpvs.donnu.edu.ua/article/view/3649

Окулова, Л. О. (2021). Огляд лінгвістичних напрямів дослідження політичного дискурсу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 52(1), 141–144. https://surl.li/oojybg

Осипенко, В. Ю. (2022). Поняття дискурсу як комунікативного інтерактивного явища (на основі досліджень другої половини XX ст.). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 33(72), №5, Ч.1, 300–305. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.1/50

Остапенко, М. (2012). Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження. *Політичний менеджмент*, 3, 135–144. https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/ostapenko_politychna.pdf

Остапенко, М. А. (2011). Суб'єкти політичної комунікації в інформаційному суспільстві. *Гілея. Історичні науки. Філософські науки. Політичні науки: науковий вісник: збірник наукових праць*. Київ: ВІР УАН, 44, 577–582. https://surl.lt/laxqad

Павлуцька, В. О. (2008). Політичний дискурс: особливості та функції. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, 39. 218–221. https://eprints.zu.edu.ua/2446/

Паньків, О. Б. (2014). Дискурсивна компетенція мовної особистості майбутнього філолога. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер. Філологічні науки (мовознавство)*, 1, 64–69.

Папіш, В. (2022). Багатоаспектне дослідження мовної особистості: актуалізація психолінгвістичних параметрів. *Slavia orientalis. Polish Academy of Sciences*. Tom LXXI(4), 835–849. https://doi.org/10.24425/slo.2022.143222

Перебийніс, В. І. (2013). Статистичні методи для лінгвістів: посібник. Вид. 2, випр. і допов. Вінниця: Нова Книга. 176 с.

Петренко, В. (2000). Мова в діяльності політика. *Вісник Львівського національного університету. Філософські науки*, 2, 224–229. https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/filos/article/view/12958/13378

Піддема, І. І. (2015). Мовні засоби впливу у сучасному англомовному політичному дискурсі. *Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні філологічні студії: Теоретична та прикладна лінгвістика»*. Український гуманітарний інститут. Буча. 79–81.

Плюта, Н.Л. (2023a). До питання стратегії формування та роботи з корпусними вибірками при аналізі політичного дискурсу. *Світ мови – світ у мові: матеріали VII Міжнародної наукової конференції (м. Київ, 27 жовтня 2023 р.; Український державний університет імені Михайла Драгоманова)*: тези доповідей / уклад. І. В. Воловенко, Т. В. Слива; за заг. ред. Ю. В. Кравцової. Київ: Вид-во УДУ імені Михайла Драгоманова, 221–224.

Плюта, Н.Л. (2023b). The estimation of the corpus size in the corpus-based analysis of the white house press secretary discourse. *Актуальні проблеми романо-германської філології: матеріали IV Міжнародної наукової конференції*. Київ: УДУ імені Михайла Драгоманова, 123–126.

Плюта, Н.Л. (2024). Certain features of the pragmatics of the White House press secretary's speech. *Освіта і наука – 2024. Зб. Наукових праць*. К.: УДУ імені Михайла Драгоманова, 700–702.

Плюта, Н. (2025a). Деякі аспекти мовлення адресанта-ретранслятора в англійськомовному політичному дискурсі. *Програма і матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Філософія мови та нові тенденції в перекладознавстві й лінгвістиці» (28 березня 2025 р.)*. Київ: УДУ імені Михайла Драгоманова, 214–215.

Плюта, Н. (2025b). Експериментальне дослідження впливу способу формування корпусної вибірки на репрезентативність результатів. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 88(2), 214–220. https://doi.org/10.24919/2308-4863/88-2-29

Плюта, Н. (2026). Фактори впливу на формування індивідуальної мовної особистості прессекретаря Білого дому. *Програма і матеріали V Міжнародної науково-прикладної інтернет-конференції «Корпусна лінгвістика в науці й освіті» (27 березня 2026 р.)* / упоряд., ред.: С. А. Матвєєва, О. В. Довгань, Н. М. Сафонова; Міністерство освіти і науки України; Український державний університет імені Михайла Драгоманова. Київ: УДУ імені Михайла Драгоманова. 50–51.

Проноза, І. І. (2021). Роль політичних комунікацій у сучасному інформаційному просторі. *Політикус: наук. журнал*, 3, 75–80. http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/12406

Ригованова, В. (2010). Феномен мовної особистості. *«Лінгвістичні студії»*, 20, 55–58. https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/8366/1/V_Ryhovanova_LS_20_GI.pdf

Розенгарт, Ю. В. (2017). Епістемологічні та лінгвокогнітивні аспекти спотворення інформації в політичному дискурсі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Перекладознавство та міжкультурна комунікація*, 4, 203–206. https://tsj.journal.kspu.edu/index.php/tsj/issue/view/9

Романченко, А. П. (2019). Елітарна мовна особистість у просторі наукового дискурсу: комунікативні аспекти: монографія. Одеса: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 541.

Романюк, А. Б., Заяць, А. В. (2012). Аналіз досліджень політичного дискурсу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 743, 200–209. https://surl.li/nnvnaa

Руда, О. (2012). Мовне питання як об’єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: монографія. НАН України, Ін-т укр. мови. К. 232 с.

Савчук, О. Г., Марченко, Н. М. (2019). Особливості увиразнення стилістичними засобами риторично-дискурсивних практик Гіларі Клінтон.

Science and Education a New Dimension. Philology, VII (59), 195, 57–60. https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2019-195VII59-14

Самойленко, Д. О. (2021). Феномен мовної ідентичності як предмет соціально-філософської рефлексії. *Humanities Studies*, 9(86), 46–52. https://doi.org/10.26661/hst-2021-9-86-05

Селіванова, О. О. (2017). Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник. Вид. 2-е виправл. і доп. 890 с.

Семенюк, О. А. Паращук В. Ю. (2010). Основи теорії мовної комунікації: навчальний посібник. К.: ВЦ «Академія». 240 с.

Славова, Л. Л. (2010). Мовна особистість політика: когнітивно-дискурсивний аспект: монографія. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. 358 с.

Славова, Л. Л. (2014). Мовна особистість політика у дзеркалі образно-асоціативного сприйняття: США – Україна. *Мовні і концептуальні картини світу*, 47(2), 335–345. https://surl.li/fecyao

Соловей, О. А. (2015). Психолінгвістичний аналіз ефективності засобів комунікативного впливу. *Особистість і суспільство: методологія та практика сучасної психології: матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (18 трав. 2015 р.)* за заг. ред. Л. В. Засєкіної, А. В. Кульчицької. Луцьк: ПП Іванюк В. П., 131–134. https://www.inforum.in.ua/docs/201505180905450.pdf

Соловйова, Т. О. (2022). Типологія та прагматика прецедентних феноменів в українськомовному політичному дискурсі 2014 – 2019 рр.: дисертація на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 035 Філологія (03 Гуманітарні науки). Криворізький держ. пед. ун-т. Кривий Ріг. 236 с. https://elibrary.kdpu.edu.ua/handle/123456789/6471

Ржепецький, В. П. (Уклад.). (2011).Статистична обробка результатів експериментальних вимірювань: методичні рекомендації. Кривий Ріг: Криворізький державний педагогічний університет. 48 с. https://doi.org/10.31812/0564/235

Стрій, Л. І. (2015). Ритуальні жанри українського політичного дискурсу: структурно-семантичний і лінгвопрагматичний аспекти: дис. … канд. філол. наук: 10.02.01. Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса. 190 с.

Сумкіна, А. О., Карпенко О. Ю. (2021). Лінгвальні особливості політичного дискурсу (на матеріалі промов Діани Спенсер та Кейт Міддлтон). *Збірник наукових праць «ЛОГОΣ»*, 235–239. https://doi.org/10.36074/logos-28.05.2021.v1.75

Тараненко, К. В. (2017). Мовленнєві індикатори конфліктного, центрованого та кооперативного типів мовної особистості (на матеріалі української мови). *Одеський лінгвістичний вісник*, 10(2), 60–64. https://surl.li/vgaeun

Тимофєєв, Р. (2021). Психолінгвістичні механізми впливу та маніпуляції у французькому політичному дискурсі та засоби їхньої передачі українською мовою: магістерська робота на здобуття ступеня магістра зі спеціальності 035 «Філологія». Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Київ. 102 с.

Требін, М., Чернишова, Т. (2022). Лінгвістичний аналіз політичної риторики президента України Володимира Зеленського: стратегії та тактики. *«Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*, 1(52), 193–209. https://doi.org/10.21564/2663-5704.52.249894

Федорова, А. П., Дудко, І. В. (2022). Вербальні засоби активізації уваги в сучасному українському політичному дискурсі. *Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи: матеріали XVIII Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 17 листоп. 2022 р.)* / [редкол.: В. В. Чернєй, С. Д. Гусарєв, С. С. Чернявський та ін.]. Київ: Нац. акад. внутр. Справ, 66–69. https://elar.navs.edu.ua/server/api/core/bitstreams/05f5b363-c1db-492a-800b-eb87381c05c5/content

Фрасинюк, Н. (2020). Мовні засоби вираження персуазивності в політичному дискурсі. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 32(2), 129–133. https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/32.214685

Харитонова, Д. Д. (2018). Український політичний дискурс: когнітивно-семантичні та прагмакомунікативні виміри: дисертація на здобуття ступеня кандидата філологічних наук. Спеціальність 10.02.01 – «Українська мова». Київський національний університет імені Т. Шевченка. Київ. 212 с.

Хорунжук, Т. (2021). Номінативна трансформація антропонім – займенник 3-ї особи однини в текстах інтерв'ю представників політичної еліти. Спроба теоретичного обґрунтування. *Rozprawy Komisji Językowej*, 69, 23–45. https://doi.org/10.26485/RKJ/2021/69/2

Чепіль, О. Я. (2015). Особливості реалізації комунікативних стратегій у політичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*, 52, 274–276. https://surl.li/yuobdy

Чепіль, О. Я. (2011). Феномен дискурсу у сучасній лінгвістиці. *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер. «Філологічна»,* 20, 211-215. https://surl.lt/baigyw

Черненко, О. В. (2025). Типи мовних особистостей художнього персонажу в мультимодальних інтраперсональних конфліктах. *Наукові записки. Серія: філологічні науки*, (213), 401–407. https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-213-59

Чучвара, А. (2015). Формування методології дослідження політичного дискурсу в Україні: практика використання контент-аналізу. *Мова і суспільство*, 6, 23–24. https://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/ls/article/view/1736/1782

Шевчук, Н. В. (2013). Особливості політичного дискурсу: зміст, функції, жанрове втілення. *Вісник ДАКККіМ. Політологія*, 1, 263–269. https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2013.137414

Шило, С. Б. (2018). Комунікативні стратегії і тактики впливу в політичному дискурсі (на матеріалі промови П. Порошенка на

пресконференції «Виклики – 2018»). *Лінгвістика: зб. наук. пр*. За ред. проф. К. Д. Глуховцевої. Старобільськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 1(38), 154–163. http://hdl.handle.net/123456789/5092

Шумейко, О. А. (2019). Значення мови для саморозвитку особистості в сучасному українському суспільстві. *Проблеми саморозвитку особистості в сучасному українському соціумі: матеріали всеукр. наук.-практ. конф. (21 березня 2019 р.)*. Харків: «Право». 117–121. https://dspace.nlu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/425431d9-e631-48e0-9791-d7459763196d/content

Юлінецька, Ю. В., Бабій О. Ю. (2022). Основні методи і підходи до вивчення англомовного політичного дискурсу. *Перспективи та інновації науки*, 2(7), 779–787. https://doi.org/10.52058/2786-4952-2022-2(7)-779-787

Ющук, І. П. (2008). Українська мова: підручник. К.: Либідь. 640 с.

Якимчук, В., Лопатюк, Н. (2024). Комунікативні стратегії і тактики в політичних промовах В. Зеленського. *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Серія: Германська філологія*, 835–836, 127–135. https://doi.org/10.31861/gph2022.835-836.127-134

Alinezhad, H., Nemati M. (2019). Divulging power of words – personal pronouns and speech acts in political speeches. *The Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 7(2), 211–224. https://doi.org/10.22190/JTESAP1902211A

Al-Majali, W. (2015). Discourse analysis of the political speeches of the ousted Arab Presidents during the Arab Spring Revolution using Halliday and Hasan's Framework of Cohesion. *Journal of Education and Practice*, 6(14), 96–108. https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1080129.pdf

Ananko, T. (2017). The category of evaluation in political discourse. *Advanced Education*, 4(8), 128–137. https://doi.org/10.20535/2410-8286.108550

Antaki, C., Condor, S., & Levine, M. (1996). Social identities in talk: speakers' own orientations. *British Journal of Social Psychology*, 35(4), 473–492. https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1996.tb01109.x

Baker, P., & McEnery, T. (2015). Corpora and discourse studies: integrating discourse and corpora. Palgrave Macmillan. 320 p.

Baroni, M., & Evert, S. (2008). Statistical methods for corpus exploitation. In Lüdeling A., Kytö M. (Eds.), Corpus Linguistics. An International Handbook. Berlin, New York: Mouton de Gruyter. 777–803.

Bauman, R. (2000). Language, identity, performance. *Pragmatics*, 10(1), 1–5. https://doi.org/10.1075/prag.10.1.01bau

Bengtsson, M. (2023). The second persona in political commentary. In C. Kock & M. Lantz (Eds.), Rhetorical argumentation: The Copenhagen School (Windsor Studies in Argumentation, Vol. 13). Windsor Studies in Argumentation. 306–332.
https://windsor.scholarsportal.info/omp/index.php/wsia/catalog/view/240/658/2914

Benwell, B. & Stokoe, E. (2006). Discourse and Identity. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Biber, D., Conrad, S., Reppen, R. (1998). Corpus linguistics: Investigating structure and use. Cambridge University Press: Cambridge, UK. http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511804489

Bickhard, M. H., & Christopher, J. C. (1994). The influence of early experience on personality development. *New Ideas in Psychology*, 12, 229–252. https://www.lehigh.edu/~mhb0/EarlyExp.pdf

Block, D. (2013). Issues in language and identity research in applied linguistics. *Elia: Estudios de lingüística inglesa aplicada*, 13, 11–46. https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/c8525cd9-e4f4-4d91-8aa6-fc7983804dc1/content

Block, D. (2017). Issues in language and identity research in applied linguistics. *Elia: Estudios de Lingüística Inglesa Aplicada*, (13), 11–46. https://revistas.uned.es/index.php/ELIA/article/view/18014?articlesBySimilarityPage=1

Blommaert, J., Backus, A. (2013). Superdiverse Repertoires and the Individual. In: Saint-Georges I. D., Weber J J. (Eds.) Multilingualism and

Multimodality. The Future of Education Research. SensePublishers, Rotterdam. https://doi.org/10.1007/978-94-6209-266-2_2

Blynova I., Breslavets N., Artomova Ye., Bakhov I., Mykhailenko V. (2026). Automated Recognition of Irony and Sarcasm in English Fiction Using Natural Language Processing Techniques. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 104(2), 286–299. https://doi.org/10.5281/zenodo.18454495

Blynova, I., Breslavets, N., Repetii, S., Kovalenko, B., & Diachuk, L. (2024). Linguistic and Stylistic Means of Comic Effect Creation in Prose Text – An Educational Study. *Cadernos De Educação Tecnologia E Sociedade*, 17(se5), 145–156. https://doi.org/10.14571/brajets.v17.nse5.145-156

Blynova, I. A. (2021). The Parameters of Speech Genre Implementation in the Black Humour Discourse. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 17 (Special Issue 2), 1230–1242. https://www.jlls.org/index.php/jlls/article/view/2594/755

Blynova I.A. (2022). Communicative and Linguistic Characteristics of the Comic Discourse (on the Material of English-Language Belles-Lettres Works). *Studies in Media and Communication*. Redfame publishing, 10(3), 2–11. https://doi.org/10.11114/smc.v10i3.5827

Bohm, G., Zech, G. (2014). Introduction to Statistics and Data Analysis for Physicists. https://doi.org/10.3204/DESY-BOOK/statistics

Bourdieu, P. (1991). Language and Symbolic Power. 302 p.

Boyd M. S., Pio, S. (2009). De-constructing Race and Identity in US Presidential Discourse: Barack Obama's Speech on Race. *Atlantis Journal of the Spanish Association for Anglo-American Studies*, 31(2), 75–94. https://www.researchgate.net/publication/46100264_De-constructing_Race_and_Identity_in_US_Presidential_Discourse_Barack_Obama's_Speech_on_Race

Bramley, N. R. (2001). Pronouns of Politics: the use of pronouns in the construction 'self' and 'other' in political interviews. (PhD Thesis). Australian National University. https://openresearch-

repository.anu.edu.au/server/api/core/bitstreams/81f3b605-bcf3-4c09-9c3c-784c77c7c983/content

Byalkivska, Ya. V., Piddema, A. I. (2015). Linguistic realization of communication strategies and influence tactics in political discourse. *Journal of NTUU "KPI": Philology and Educational Studies*, 5(2), 17–23. http://visnyk.fl.kpi.ua/article/view/107610

Carreon, J. & Svetanant, C. (2017). What Lies Underneath a Political Speech?: Critical Discourse Analysis of Thai PM's Political Speeches Aired on the TV Programme Returning Happiness to the People. *Open Linguistics*, 3(1), 638–655. https://doi.org/10.1515/opli-2017-0032

Charteris-Black, J. (2006). Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor. Palgrave MacMillan (Basingstoke). https://doi.org/10.4000/lexis.1691

Chilton, P. (2004). Analysing Political Discourse Theory and Practice, London: Routledge. https://www.academia.edu/25110237/Analysing_Political_Discourse_Theory_and_Practice_London_Routledge_2004

Chouliaraki, L. & Fairclough, N. (1999). Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse Analysis. Edinburgh: Edinburgh University Press. https://doi.org/10.1515/9780748610839

Collins, C., & Jones, P. E. (2006). Analysis of Discourse as "a Form of History Writing": A Critique of Critical Discourse Analysis and an Illustration of a Cultural-Historical Alternative. *Atlantic Journal of Communication*, 14(1–2), 51–69. https://doi.org/10.1080/15456870.2006.9644769

Cutting, J. (2002). Pragmatics and discourse: A resource book for students. Routledge. 201 p. https://library.uc.edu.kh/userfiles/pdf/40.Pragmatics%20and%20Discourse%20A%20Resource%20Book%20for%20Students.pdf

De Fina, A. (1995). Pronominal Choice, Identity and Solidarity in Political Discourse. *Text - Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*, 15(3), 379–410. https://repository.digital.georgetown.edu/handle/10822/559322

De Haan, P. (1992). The optimum corpus sample size? *New Directions in English Language Corpora: Methodology, Results, Software Developments*, Berlin, Boston, De Gruyter Mouton, 3–20. https://doi.org/10.1515/9783110878202.3

Dunmire, P. L. (2012). Political Discourse Analysis: Exploring the Language of Politics and the Politics of Language. *Language and Linguistics Compass*, 6, 735–751. https://doi.org/10.1002/lnc3.365

Dylgjeri, A. (2014). The function and importance of discourse markers in political discourse. Proceedings of 3rd International Conference on Educational Sciences (ICES 2014) 24–25 April, Tirana, Albania. 553–557. https://dspace.epoka.edu.al/handle/1/2053

Elmer, E. C. (1960). The Presidential Press Conference: A Study in Institutionalization. *Midwest Journal of Political Science*, 4(4), 370–389. https://doi.org/10.2307/2108872

Fairclough, N. (1992). Discourse and Social Change. Cambridge: Polity Press. 259 p.

Fairclough, N. (2000). Discourse, social theory, and social research: The discourse of welfare reform. *Journal of Sociolinguistics*, 4, 163–195. https://doi.org/10.1111/1467-9481.00110

Fairclough, N. (2001). Critical discourse analysis as a method in social scientific research. In Wodak R., & Meyer M. (Eds.), Methods in critical discourse analysis. Sage. 121–138.

Fairclough, N. (2003). Analysing Discourse: Textual analysis for social research. London, UK: Routledge. 278 p.

Fairclough, N. (2010). Critical discourse analysis: The critical study of language (2nd ed.). Routledge. 608 p. https://doi.org/10.4324/9781315834368

Fairclough, N. (2013). Language and Power (2nd ed.). Routledge. 240 p. https://doi.org/10.4324/9781315838250

Fraser, B. (1996). Pragmatic markers. *Pragmatics*, 6(2), 167–190. https://doi.org/10.1075/prag.6.2.03fra

Giles, H. (2016). Communication accommodation theory: negotiating personal relationships and social identities across contexts. Cambridge University Press. 215 p.

Giles, H., & Ogay T. (2013). Communication accommodation theory. In Whaley, B.B., & Samter, W. (Eds.). Explaining Communication: Contemporary Theories and Exemplars. 293–310. https://doi.org/10.4324/9781410614308

Giles, H., & Powesland P. F. (1997). Accommodation theory. In Coupland, N., & Jaworski, A. (Eds.). Sociolinguistics: A Reader and Coursebook. 232–239. https://www.researchgate.net/publication/291574966_Accommodation_Theory

Gryshchenko, O. V. (2025). The multiplicity of discourse: typological challenges and emerging forms. *Закарпатські філологічні студії*, 1(40), 54–61. https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2025.40.1.8

Gumperz, J. J. (2009). The speech community. In Durantu A. (Ed.) Linguistic Anthropology: A Reader. 66–73.

Hamdaoui, M. (2015). The Persuasive Power of Person Deixis in Political Discourse: The Pronoun 'We' in Obama's Speeches as an Example. *The European Conference on Arts & Humanities 2015: Official Conference Proceedings*. Brighton, United Kingdom. https://papers.iafor.org/submission15702/

Hamid Tarad Lafta. (2024). Discursive Tactics in Political Rhetoric: A Van Dijk Framework Analysis of the Trump-Biden Debate 2024. *International Journal of Linguistics Studies*, 4(3), 89–94. https://doi.org/10.32996/ijls.2024.4.3.10

Hammersley, M. (1997). On the foundations of critical discourse analysis. *Language and Communication*, 17(3), 237–248. https://doi.org/10.1016/S0271-5309(97)00013-X

Hunston, S. (2004). Counting the uncountable: problems of identifying evaluation in a text and in a corpus. In Partington, Morley, & Haarman (Eds.), Corpora and Discourse. Peter Lang. 157–188. https://www.researchgate.net/publication/313443928_Counting_the_Uncountable_Problems_of_Identifying_Evaluation_in_a_Text_and_in_a_Corpus

Hunston, S. (2010). Corpus Approaches to Evaluation: Phraseology and Evaluative Language (1st ed.). Routledge. 212 p. https://doi.org/10.4324/9780203841686

Hunston, S. (2022). Corpora in Applied Linguistics. Cambridge: Cambridge University Press. 360 p. https://doi.org/10.1017/9781108616218.002

Hunston, S. (2025). Corpus Linguistics, Stance and Evaluation. In Reference Module in Social Sciences. https://doi.org/10.1016/B978-0-323-95504-1.00468-3

Hutchison, E., & Bleiker R. (2017). Emotions, discourse, and power in world politics. *International Studies Review*, 19(3), 20–27. https://www.researchgate.net/publication/323278597_Emotions_Discourse_and_Power_in_World_Politics

Jäger, S. (2011). Diskurs und Wissen. In: Keller, R., Hirseland, A., Schneider, W., Viehöver, W. (Eds) Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 91–124. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92084-9_4

Jones, P. E. (2004). Discourse and the materialist conception of history: Critical comments on Critical Discourse Analysis. *Historical Materialism*, 12(1), 9–125. https://doi.org/10.1163/156920604773564005

Jones, P. E., & Collins, C. (2006). Political Analysis Versus Critical Discourse Analysis in the Treatment of Ideology: Some Implications for the Study of Communication. *Atlantic Journal of Communication*, 14(1–2), 28–50. https://doi.org/10.1080/15456870.2006.9644768

Kazemian, B., Somayyeh, H. (2014). Critical discourse analysis of Barack Obama's 2012 speeches: Views from systemic functional linguistics and rhetoric. *Theory and Practice in Language Studies*, 4(6), 1178–1187. https://doi.org/10.4304/tpls.4.6.1178-1187

Kravchenko, N., Blidchenko-Naiko, V., & Yudenko, O. (2023). Discursive pragmatics via classical rhetoric in the European discourse of assistence to Ukraine (based on English-language speeches of German politicians). *Cogito*, 15(2), 194–214. https://cogito.ucdc.ro/COGITO_JUNE_2023.pdf#page=194

Kravchenko, N., Vylinskyi, S., Yudenko, O. (2022). Deictic Mitigation VS. Commissive Acts in Political Interview (Based on the Modern European Discourse of Aid to Ukraine). *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Філологічні науки*, 2(24), 193–200. https://doi.org/10.32342/2523-4463-2022-2-24-16

Kravchenko, N., Yudenko, O., Chaika, O., Kryknitska, I., Letunovska, I. (2022). Commissive Modality of International Legal Discourse: An Implicit Mitigation of the Bindingness. *Theory and Practice in Language Studies*, 12(6), 1039–1047. https://doi.org/10.17507/tpls.1206.03

Kress, G. (2009). Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication (1st ed.). Routledge. 232 p. https://doi.org/10.4324/9780203970034

Krippendorff, K. (2019). Content Analysis: An Introduction to its Methodology, 4th Edition. Los Angeles: SAGE. 453 p.

Labov, W. (1972). Sociolinguistic patterns. (Conduct and Communication, 4.) Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 89–107.

Lemish, N., Kaliberda, O., Kryzhko, O., Ovchynnikova, I. (2024). Etymology and development of semantics of 'Angel' and 'Demon' in English, Dutch, and Ukrainian: a comparative study. *Studies about Languages / Kalbų studijos*, 45, 27–42. https://doi.org/10.5755/j01.sal.1.45.36380

Lemish, N., Kravtsova, Yu., Tolcheyeva, T. (2022). English predicative constructions: structure and types. *Scientific Journal of National Pedagogical Dragomanov University. Series 9. Current Trends in Language Development*, 23, 25–40. https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series9.2022.23.03

Levinson, S. L. (2006). Deixis. In Horn R. L., Ward G. (Eds.) The Handbook of Pragmatics. Blackwell Publishing. 97–121. https://www.felsemiotica.com/descargas/Horn-Laurence-R.-and-Ward-Gregory-Ed.-The-Handbook-of-Pragmatics.pdf

Link, J. (2013). Diskurs, Interdiskurs, Kollektivsymbolik: am Beispiel der aktuellen Krise der Normalität. *Zeitschrift für Diskursforschung / Journal for*

Discourse Studies, 1(1), 7–23. https://opus.bibliothek.uni-augsburg.de/opus4/frontdoor/deliver/index/docId/99248/file/99248.pdf

Maas, U. (1988). Probleme und Traditionen der Diskursanalyse. *STUF - Language Typology and Universals*, 41(1–6), 717–729. https://doi.org/10.1524/stuf.1988.41.16.717

Matvieieva, S., Kasperė, R. (2025). Eye-tracking Experimental Design for Investigating Visual Attention in Sight Translation. *Scientific Journal of Mykhailo Dragomanov State University of Ukraine. Series 9. Current Trends in Language Development*, 30, 48–62. https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series9.2025.30.05

Matvieieva, S., Lemish, N., Zernetska, A., Babych, V., Torgovets, M. (2022). English-Ukrainian parallel corpus: Prerequisites for building and practical use in Translation Studies. *Studies about Languages. Kalbų studijos*, 40, 61–74. https://doi.org/10.5755/j01.sal.40.1.30735

Matvieieva, S., Lemish, N., Zernetska, A. (2021). English Cognitive Verbs and their Translation into Ukrainian: a Corpus-Based Approach. *SLAVIA časopis pro slovanskou filologii*, 90(4), 454–477. https://asjournals.lib.cas.cz/Slavia/article/uuid:ebbbffca-a57c-4d40-8db8-2e25c5152bb4/detail

Matvieieva, S., Torgovets, M. (2022). Cognitive Terminological Structure as a Unit of the Professional Worldview. *Scientific Journal of National Pedagogical Dragomanov University. Series 9. Current Trends in Language Development*, 23, 41–51. https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series9.2022.23.04

Mayr, A. (2008). Language and Power: An Introduction to Institutional Discourse. Continuum International Publishing Group. 210 p. https://www.academia.edu/9784249/Language_Culture_and_Identity_An_Ethnolinguistic_Perspective

Moore, E. (2004). Sociolinguistic style: A multidimensional resource for shared identity creation. *Canadian Journal of Linguistics/Revue canadienne de linguistique*, 49(3–4), 375–396. https://web.stanford.edu/~eckert/PDF/moore2004.pdf

Musolff, A. (2004). Metaphor and political discourse: Analogical Reasoning in Debates about Europe. New York: Palgrave Macmillan. 220 p. https://doi.org/10.1057/9780230504516

Norton, B. (2010). Language and identity. In N. H. Hornberger & S. L. McKay (Eds.), Language education. Cambridge University Press. 3–39. http://2017s.pbworks.com/w/file/fetch/120158307/04-Language%20Education.pdf

O'Halloran, K. (2003). Critical Discourse Analysis and Language Cognition. Edinburgh University Press. 280 pp.

Obeng, S. G. (1997). Language and Politics: Indirectness in Political Discourse. *Discourse & Society*, 8, 49–83. https://doi.org/10.1177/0957926597008001004

O'Halloran, K. (2007). Critical Discourse Analysis and the Corpus-informed Interpretation of Metaphor at the Register Level. *Applied Linguistics*, 28(1), 1–24. https://doi.org/10.1093/applin/aml046

Partington, A., Duguid A., Taylor C. (2013). Patterns and meanings in discourse: Theory and practice in corpus-assisted discourse studies (CADS). John Benjamins Publishing.

Pliuta, N. (2024). Comparative analysis of the use of methods of communicative influence on the audience by the addresser and the addresser-retransmitter in the American political discourse. *Scientific Journal of Mykhailo Dragomanov State University of Ukraine. Series 9. Current Trends in Language Development*, 28, 67–78. https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series9.2024.28.06

Pliuta, N. (2026a). Factors influencing the formation of the individual linguistic personality of the US White House press secretary. *«Вісник науки та освіти»: журнал*, 3(45), 195–214. https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-3(45)-195-214

Pliuta, N. (2026b). Pragmatics of personal pronouns in the discourse of the press secretary of the white house. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені*

Івана Франка. Серія «Філологія», 65, 94–106. https://doi.org/10.24919/2522-4565.2026.65.11

Popovych, Y., Marakin, V. (2024). Structural and functional aspects of political communication in the context of modern social development. *Scientific Journal of Polonia University*, 64(4), 209. DOI 10.23856/6524

Reyes, A. (2011). Strategies of legitimization in political discourse: From words to actions. *Discourse & Society*, 22(6), 781–807. https://doi.org/10.1177/0957926511419927

Reyes, A. (2014). Bush, Obama: (in)formality as Persuasion in Political Discourse. *Journal of Language and Politics*, 13(3), 538–562. https://doi.org/10.1075/jlp.13.3.08rey

Reyes, A. (2021). From white House with anger: Conversational features in President Trump's official communication. *Language and Communication*, 77, 46–55. https://doi.org/10.1016/j.langcom.2020.12.003

Reyes, A. (2022). Power, emotions and agency in political discourse. In Watzke J. L., Miller P. C., Mantero M. (Eds.) Language and Power. https://doi.org/10.1108/978-1-64802-758-1

Riley, P. (2007). Language, culture and identity: an ethnolinguistic perspective. London; New York; Continuum. 284 p. https://archive.org/details/languageculturei0000rile/page/n5/mode/2up

Rymes, B. (2010). Classroom Discourse Analysis: A Focus on Communicative Repertoires. In N. H. Hornberger & S. L. McKay (Eds.), Language education. Cambridge University Press. 528–548. http://2017s.pbworks.com/w/file/fetch/120158307/04-Language%20Education.pdf

Sidnell, J. (2010). Conversation Analysis. In N. H. Hornberger & S. L. McKay (Eds.), Language education. Cambridge University Press. 492–527. http://2017s.pbworks.com/w/file/fetch/120158307/04-Language%20Education.pdf

Solodka, A., Moroz, T. (2024). Evaluative lexicon as a characteristic of modern political discourse. *International Science Journal of Education & Linguistics*, 3(2), 96–106. https://doi.org/10.46299/j.isjel.20240302.11

Strauss, A. L. (1977). Mirrors and masks: The search for identity. Fletcher & Son Ltd, Norwich. 183 p.

Tsapro, G., Gryshchenko, O. (2022). What is still fake in the media: a change over 20-years' time. *Studia Philologica*, 1–2, 7–17. https://doi.org/10.28925/2311-2425.2022.1891

van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse and Society*, 4, 249–283. https://doi.org/10.1177/0957926593004002006

van Dijk, T. A. (1997). What Is Political Discourse Analysis? *Belgian Journal of Linguistics*, 11, 11–52. https://doi.org/10.1075/bjl.11.03dij

Van Dijk, T. A. (2003). Political discourse and ideology. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 1, 207–225. https://doi.org/10.31921/doxacom.n1a12

Van Dijk, T. A. (2008). Discourse and Context: A Sociocognitive Approach. Cambridge University Press. 283 p.

van Dijk, T. A. (2015). Critical Discourse Analysis. In Tannen D., H. E. Hamilton and Schiffrin D. (Eds.) The Handbook of Discourse Analysis, 466–485. https://doi.org/10.1002/9781118584194.ch22

van Leeuwen, T. (2013). The Representation of Social Actors. In Caldas-Coulthard C. R. & Coulthard M. (Eds.) Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis, 32–70. https://doi.org/10.4324/9780203431382-9

Vázquez Carranza, A. (2017). What is language for sociolinguists? The variationist, ethnographic, and conversation-analytic ontologies of language. *Linguistik Online*, 83(4), 115–131. https://doi.org/10.13092/lo.83.3788

Wang, J. (2010). A critical discourse analysis of Barack Obama's speeches. *Journal of Language Teaching and Research*, 1(3), 254–261. https://doi.org/10.4304/jltr.1.3.254-261

Widdowson, H. (1998). The Theory and Practice of Critical Discourse Analysis. *Applied Linguistics*, 19, 136–151. https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3189182

Wodak, R. & Meyer, M. (Eds.). (2016). Methods for Critical Discourse Studies. London: Sage.

Wodak, R. (1989). Language, Power and Ideology: Studies in Political Discourse. Amsterdam: John Benjamins. 308 p. https://doi.org/10.1075/ct.7

Wodak, R. (2015). Performing Europe: Backstage versus frontstage politics in the European Parliament. In Carter C. & Lawn M. (Eds.) Governing Europe's spaces, 27–55. https://doi.org/10.7765/9781784991821.00009

Wodak, R. (2022). Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis. In Verschueren J., Östman J.-O. (Eds.) Handbook of Pragmatics, 426–443. https://doi.org/10.1075/hop.m2

Wodak, R., & Chilton P. (2005). A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis: Theory, Methodology and Interdisciplinarity. Amsterdam: John Benjamins Publishing. 341 p. https://doi.org/10.1075/dapsac.13

Wodak, R., & Weiss G. (2003). Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity. New York: Palgrave Macmillan. 335 p. https://anekawarnapendidikan.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/critical-discourse-analysis-by-gilbert-weis.pdf

Zienkowski, J., Östman, J.-O., & Verschueren, J. (Eds.). (2011). Discursive pragmatics (Handbook of Pragmatics Highlights, Vol. 8). John Benjamins Publishing Company. 325 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

Arsenault, M. (2017, February 7). The 17 rules of Sean Spicer, Rhode Island native. *The Boston Globe*. https://www.bostonglobe.com/metro/2017/02/07/the-rules-sean-spicer-rhode-island-native/lTxSC2PRHZoZ551kKHBRmM/story.html

Barge, C. (2007, March 31). Coloradan steps right into the media spotlight. https://web.archive.org/web/20080327014629/http://www.rockymountainnews.com/drmn/local/article/0%2C1299%2CDRMN_15_5455331%2C00.html

Bates, D. (2017, February 8). From Sean Spicer to Saturday Night Live: How Sean Spicer became a punchline. *International Business Times*. https://www.ibtimes.co.uk/sean-sphincter-saturday-night-live-how-sean-spicer-became-punchline-1605434

Baxter, S. (2007, December 9). Bush's cool blonde is a northern gran. *The Times*. https://web.archive.org/web/20080918014941/http://www.timesonline.co.uk/tol/news/uk/article3022248.ece

Brass, K. (2007, September 21). Media watch: The improbable rise of Dana Perino. *The Austin Chronicle*. https://www.austinchronicle.com/news/2007-09-21/540646/

Byers, D. (2017, February 15). Sean Spicer isn't finished. *CNN Politics*. https://edition.cnn.com/2017/02/15/politics/sean-spicer-white-house/index.html

Carney, J., & Dickerson, J. F. (2003, May 27). Advice to Ari Fleischer's replacement. *Time*. http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,454771,00.html

CBS News. (2017, January 24). White House briefing by Sean Spicer – full transcript, Jan. 23, 2017. https://www.cbsnews.com/news/sean-spicer-press-conference-transcript-jan-23-2017/

Chalfant, M. (2020, May 15). McEnany stamps her brand on White House press operation. *The Hill*. https://thehill.com/homenews/administration/497890-mcenany-stamps-her-brand-on-white-house-press-operation

CNN. (2017, February 17). Full transcript: President Donald Trump's news conference. https://edition.cnn.com/cnn/2017/02/16/politics/donald-trump-news-conference-transcript/index.html

Fleischer, A. (2010, September 29–30). Ari Fleischer oral history. *George W. Bush Oral History Project*, Miller Center, University of Virginia. http://web1.millercenter.org/poh/transcripts/fleischer_ari_2010_0929.pdf

Fox News. (n.d.). Dana Perino. https://www.foxnews.com/person/p/dana-perino

Goldman Sachs. (n.d.). Jake Siewert: Official biography. https://www.goldmansachs.com/insights/archive/stephen-scherr/bio-jakesiewert-pdf.pdf

Grove, L. (1994, September 24). Dee Dee Meyers, in for a spin. *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/1994/09/24/dee-dee-meyers-in-for-a-spin/a149397e-d6cc-4361-93f8-6e4782a3e790/

Isgro, F. (2007, January 1). Dana Perino appointed to be President's new White House press secretary. *Voice Italiana Online*. https://web.archive.org/web/20130902133051/http://www.voceitaliana.com/stories_07/perino.html

Johnson, T. (2017, July 21). Sean Spicer resigns as White House press secretary. *Variety*. https://variety.com/2017/biz/news/sean-spicer-resigns-white-house-press-secretary-1202502307/

Kaczynski, A., & Steck, E. (2020, May 7). Kayleigh McEnany called Trump comment "racist," "hateful" and "not the American way" in 2015. *CNN*. https://edition.cnn.com/2020/05/07/politics/kayleigh-mcenany-trump-2015/index.html

Kellman, L., & Lemire, J. (2020, June 9). McEnany's mission: Stand by, defend, punch back for Trump. *AP News*. https://apnews.com/article/a508c0f9c946e5d49c220c2ac880cb09

Klein, W. (2008). All the presidents' spokesmen: Spinning the news, White House press secretaries from Franklin D. Roosevelt to George W. Bush. Greenwood Publishing Group.

Larter, D. B., & Shane, L., III. (2016, December 22). The next White House press secretary is a Navy officer. *Military Times*. https://www.militarytimes.com/news/2016/12/22/the-next-white-house-press-secretary-is-a-navy-officer/

Masters, K. (1993, April 1). In the cage with the beasts. *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/1993/04/01/in-the-cage-with-the-beasts/4bcf8815-9395-417b-8f56-bed2f11a6069/

McGee, S. (2016, December 22). President-elect's new press secretary's local school ties. *Portsmouth Press*. https://web.archive.org/web/20170607125247/https://portsmouthpress.com/new-press-secretary-portsmouth-ties/

McKinstry, J. (2016, April 4). From Pound Ridge to Pennsylvania Ave – and back. *Westchester Magazine*. https://westchestermagazine.com/life-style/ari-fleischer/

National Archives and Records Administration. (n.d.-a). The Clinton White House. https://clintonwhitehouse4.archives.gov/index.html

National Archives and Records Administration. (n.d.-b). President George W. Bush. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/index.html

National Archives and Records Administration. (n.d.-c). The White House. https://trumpwhitehouse.archives.gov/

National Museum of American History, Behring Center. (n.d.). Dee Dee Myers. https://americanhistory.si.edu/profile/1359

Noah, T. (2004, March 24). Ari Fleischer rides again. *Slate*. https://slate.com/news-and-politics/2004/03/ari-fleischer-lies-again.html

O'Hara, M. (2011, May 25). Ari Fleischer "proud" to answer torture subpoena. *HuffPost*. https://www.huffpost.com/entry/arifleischer-proud-to-an_b_194517

OpenSecrets. (n.d.). Jake Siewert: Employment history. https://www.opensecrets.org/revolving/rev_summary.php?id=71367

Sani, J. (2021, February 22). Former White House press secretary Dee Dee Myers talks female empowerment. *The Panther*. https://www.thepanthernewspaper.org/politics/former-white-house-press-secretary-dee-dee-myers-talks-female-empowerment

Sheth, S., & Relman, E. (2020, April 7). Meet Kayleigh McEnany, the combative 31-year-old Trump defender and next White House press secretary. *Business Insider*. https://www.businessinsider.com/who-is-kayleigh-mcenany-bio-life-facts-trump-rnc-cnn-2017-8

Smith, D. (2020, May 10). Kayleigh McEnany – the "acceptable" face of Trumpism who infuriates liberals. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/us-news/2020/may/10/kayleigh-mcenany-donald-trump-white-house-press-secretary-profile

Smith, D., & Holden, E. (2020, April 8). "We won't see coronavirus here" … and other gems from Trump's new press secretary. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/us-news/2020/apr/08/kayleigh-mcenany-donald-trump-press-secretary-quotes

Steinberg, B. (2017, July 10). Fox News signs former White House Press Secretary Ari Fleischer as contributor. *Variety*. https://variety.com/2017/tv/news/fox-news-ari-fleischer-contributorwhite-house-1202490856/

Stonor, J. (2020, May 12). Labour frontbencher taught Trump's press secretary politics at Oxford. *Cherwell*. https://cherwell.org/2020/05/12/labour-frontbencher-taught-trumps-press-secretary-politics-at-oxford/

The American Presidency Project. (n.d.-a). Press briefing by Dee Dee Myers (No. 101). https://www.presidency.ucsb.edu/documents/press-briefing-dee-dee-myers-101

The American Presidency Project. (n.d.-b). Press briefing by Dee Dee Myers (No. 73). https://www.presidency.ucsb.edu/documents/press-briefing-dee-dee-myers-73

The American Presidency Project. (n.d.-c). Press briefing by Dee Dee Myers (No. 89). https://www.presidency.ucsb.edu/documents/press-briefing-dee-dee-myers-89

The American Presidency Project. (n.d.-d). Press briefing by Jake Siewert (No. 15). https://www.presidency.ucsb.edu/documents/press-briefing-jake-siewert-15

The American Presidency Project. (n.d.-e). Press briefing by Jake Siewert (No. 16). https://www.presidency.ucsb.edu/documents/press-briefing-jake-siewert-16

The American Presidency Project. (n.d.-f). Press briefing by Jake Siewert (No. 22). https://www.presidency.ucsb.edu/documents/press-briefing-jake-siewert-22

The American Presidency Project. (n.d.-g). Press briefing by Jake Siewert (No. 23). https://www.presidency.ucsb.edu/documents/press-briefing-jake-siewert-23

The Washington Post. (2012, July 25). WhoRunsGov: Jake Siewert.https://web.archive.org/web/20120926104944/http://www.washingtonpost.com/politics/jake-siewert/gIQAiNkDAP_topic.html

The Washington Post. (n.d.). Dana M. Perino. https://www.washingtonpost.com/politics/dana-m-perino/gIQARPJYAP_print.html

The White House, Office of the Press Secretary. (2010, February 16). Press briefing by Press Secretary Robert Gibbs. https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/briefing-white-house-press-secretary-robert-gibbs-21610

The White House, Office of the Press Secretary. (2010, September 10). Press conference by President Barack Obama.

https://obamawhitehouse.archives.gov/photos-and-video/video/2010/09/10/president-obama-news-conference#transcript

The White House, Office of the Press Secretary. (2012, June 4). Press briefing by Press Secretary Jay Carney. https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2012/06/04/press-briefing-press-secretary-jay-carney-6412

The White House. (2001, February 22). Press briefing. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2001/02/20010222-7.html

The White House. (2001, January 25). Press briefing. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/briefings/20010125.html

The White House. (2001, July 25). Press briefing. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2001/07/20010725-3.html

The White House. (2003, July 29). Press briefing. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2003/07/20030729-8.html

The White House. (2007, April 26). Press briefing. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2007/04/20070426-6.html

The White House. (2007, March 26). Press briefing. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2007/03/20070326-1.html

The White House. (2007, November 29). Press briefing. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2007/11/20071129-16.html

The White House. (2007, September 27). Press briefing. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2007/09/20070927-6.html

The White House. (2008, June 24). Press briefing. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2008/06/20080624-1.html

The White House. (2008, March 5). Press briefing. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2008/03/20080305-1.html

The White House. (2008, November 17). Press briefing. https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2008/11/20081117.html

The White House. (2017, February 14). Press briefing by Press Secretary Sean Spicer. https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/press-briefing-press-secretary-sean-spicer-021417/

The White House. (2017, February 2). Press briefing by Press Secretary Sean Spicer. https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/press-briefing-press-secretary-sean-spicer-020217/

The White House. (2017, February 21). Press briefing by Press Secretary Sean Spicer. https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/press-briefing-press-secretary-sean-spicer-022117/

The White House. (2017, June 2). Daily press briefing by Press Secretary Sean Spicer and EPA Administrator Scott Pruitt. https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/daily-press-briefing-press-secretary-sean-spicer-epa-administrator-scott-pruitt-060217/

The White House. (2017a). Press gaggle by Press Secretary Sean Spicer. https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/press-gaggle-press-secretary-sean-spicer-3/

The White House. (2017b). Statement by Press Secretary Sean Spicer. https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/statement-press-secretary-sean-spicer/

The White House. (2020, June 10). Press briefing by Press Secretary Kayleigh McEnany. https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/press-briefing-press-secretary-kayleigh-mcenany-061020/

The White House. (2020, June 17). Press briefing by Press Secretary Kayleigh McEnany. https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/press-briefing-press-secretary-kayleigh-mcenany-061720/

The White House. (2020, May 12). Press briefing by Press Secretary Kayleigh McEnany. https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/press-briefing-press-secretary-kayleigh-mcenany-051220/

The White House. (2020, May 6). Press briefing by Press Secretary Kayleigh McEnany. https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/press-briefing-press-secretary-kayleigh-mcenany-050620/

University of California, Santa Barbara. (n.d.). The American Presidency Project. https://surli.cc/petylh

Warren, J. (1992, October 14). Dee Dee Myers, first female White House press secretary (Original headline: For Clinton press aide, climb was steep, rapid). *Los Angeles Times*. https://scvhistory.com/scvhistory/lat101492.htm

Zeffman, H. (2020, May 2). Kayleigh McEnany, the Oxford alumna who is Trump's new media warrior. *The Sunday Times*. https://www.thetimes.co.uk/article/kayleigh-mcenany-the-oxford-alumna-who-is-trumps-new-media-warrior-r8xmgcspj

ДОДАТОК А

Зведені дані частоти вживання всіх обраних дейктиків

для корпусу А. Флейшера №1

№	N_i	x_iI	x_iWe	x_iYou	x_iThey	x_iHe	x_iPresident	x_iAmericans
1.	11,849	14,7692	9,3679	7,4268	4,4730	8,5239	10,7182	1,1815
2.	11,400	16,7544	6,4912	8,7719	4,1228	12,9825	12,7193	1,1404
3.	9,526	13,9618	10,4976	10,1827	4,4090	10,2876	12,9120	0,5249
4.	12,234	11,6070	7,9287	9,8905	4,6591	10,3809	13,5687	0,5722
5.	11,964	12,5376	6,4360	10,3644	3,7613	10,5316	12,5376	1,0866
6.	10,661	12,1940	6,1908	7,8792	4,4086	9,9428	16,3212	2,0636
7.	11,174	7,9649	5,2801	8,0544	3,2218	13,6030	20,1360	0,9844
8.	10,438	8,4307	3,7363	8,7181	4,6944	12,1671	20,7894	0,3832
9.	9,401	10,7435	6,1696	6,0632	3,2975	9,0416	18,6150	1,0637
10.	10,241	11,6200	4,1988	7,3235	6,5423	6,9329	14,5494	1,4647
11.	11,745	10,2171	3,4908	9,1103	3,8314	7,1520	19,1571	1,1920
12.	11,416	11,5627	3,0659	7,7961	2,7155	11,4751	15,5046	1,4015
13.	9,606	9,7856	1,6656	8,6404	3,5395	8,6404	15,3029	1,2492
14.	10,921	8,7904	3,7542	7,6916	4,0289	7,5085	16,8483	2,1976
15.	12,457	7,3854	1,6055	6,4221	5,0574	5,9404	17,5002	1,5252
16.	11,386	14,5793	1,7565	11,8567	4,4792	6,7627	16,5115	0,8783
17.	11,356	7,7492	2,1134	7,2209	4,4030	10,5671	16,2909	1,1448
18.	11,861	9,3584	1,7705	7,2507	5,4801	5,5645	15,3444	1,1803
19.	13,467	9,5047	1,7079	6,7573	5,3464	6,8315	16,3362	1,2623
20.	10,739	11,5467	1,7693	8,3807	4,6559	5,7733	18,4375	1,0243
21.	12,548	11,2369	2,6299	5,8974	4,4629	5,5786	17,5327	1,5142
22.	13,008	6,2269	1,7681	6,7651	4,3050	7,1494	22,2940	1,8450
23.	11,967	8,8577	3,1754	6,4344	4,0946	5,1809	15,2921	0,3343
24.	15,405	9,4125	2,9860	6,7511	4,1545	9,0880	17,0075	1,4930

ДОДАТОК Б

Зведені дані частоти вживання всіх обраних дейктиків

для корпусу А. Флейшера №5

№	N_i	x_iI	x_iWe	x_iYou	x_iThey	x_iHe	x_iPresident	x_iAmericans
1.	9,051	10,6066	8,1759	9,6122	6,0767	8,3969	15,2469	0,5524
2.	9,719	9,5689	3,9099	7,6140	10,9065	7,5111	13,9932	0,6173
3.	9,937	13,1831	3,9247	6,9437	5,3336	3,0190	11,6735	0,9057
4.	12,407	16,8453	4,1106	9,8332	4,5942	4,9166	17,4095	0,9672
5.	10,227	16,2315	4,3023	9,4847	4,7912	6,4535	11,4403	1,9556
6.	10,549	11,0911	6,1617	7,3941	4,5502	8,9108	13,7454	2,0855
7.	10,689	15,3429	7,9521	8,1392	4,1164	4,8648	12,0685	1,4969
8.	10,415	17,6668	7,4892	7,2012	6,1450	6,9131	11,5218	0,7681
9.	11,717	13,0579	6,3156	6,1449	6,2303	8,6200	14,0821	0,7681
10.	11,571	14,8647	8,2966	7,8645	6,7410	5,2718	8,9016	0,7778
11.	9,203	10,7574	7,8235	6,0850	7,2802	4,5637	10,8660	0,7606
12.	10,627	12,3271	8,9395	8,0926	5,3637	6,8693	13,9268	1,1292
13.	11,549	10,4771	10,3039	6,9270	9,8710	5,1087	11,7759	0,6061
14.	11,866	8,6803	7,9218	6,1520	5,8992	5,8149	11,6299	1,0956
15.	8,196	15,9834	4,2704	7,9307	3,4163	8,0527	10,9810	0,9761
16.	10,971	14,0370	6,8362	8,9326	5,9247	9,0238	13,2167	0,6380
17.	11,987	13,2644	5,6728	7,1744	7,6750	6,7573	13,0975	1,3348
18.	11,234	14,1535	4,9849	8,4565	7,8334	7,6553	15,5777	1,3352
19.	12,348	13,0385	5,5879	7,2076	5,5879	5,2640	11,6618	0,1620
20.	12,584	8,5823	3,9733	9,1386	6,0394	7,2314	10,5690	1,1125
21.	9,234	14,7282	4,8733	6,9309	5,0899	5,6314	14,8365	0,4332
22.	10,442	8,7148	4,4053	5,7460	5,9376	10,8217	14,8439	2,4899
23.	11,488	12,7089	4,5265	6,7897	5,2228	8,8788	13,1442	0,8705
24.	10,671	12,7448	3,5611	6,3724	6,8410	8,6215	12,2763	2,1554
25.	12,085	14,6463	5,2958	8,1920	7,8610	6,7853	9,6814	0,9930

ДОДАТОК В

Зведені дані частоти вживання всіх обраних дейктиків

для корпусу Ш. Спайсера (для кожних 10 000 токенів)

№	N_i	x_iI	x_iWe	x_iYou	x_iThey	x_iHe	x_iPresident	x_iAmericans
1.	10 000	17,295	7,7	5,8	3,4	7,6	8,8	1,3
2.	10 000	26,479	11,3	11	4,1	10,1	5,4	0,6
3.	10 000	27,295	9,4	10	6,5	4,6	7,1	1,6
4.	10 000	18,1	9,8	8,3	5,7	4,1	6,7	1,7
5.	10 000	22,098	10,3	6,4	5,2	6,9	9,3	1,5
6.	10 000	20,9	9	12,7	7,6	4,5	4,7	2,1
7.	10 000	19,594	6,7	12	8,3	7,1	6,1	1
8.	10 000	16,292	7,4	7,6	5	6,9	7,5	1,2
9.	10 000	14,596	6,7	7,1	5	6,2	10,5	1,4
10.	10 000	14,099	11,4	5,3	4,4	8,6	11,2	1,9
11.	10 000	14,593	8,4	3,7	3,4	9,2	12,3	0,9
12.	10 000	17,898	9,5	7,4	4,2	13	11,5	1,1
13.	10 000	19,898	9,4	6,3	3,5	4,7	10,5	1,5
14.	10 000	25,195	15,1	13,6	4,7	4,6	5,3	0,9
15.	10 000	22,898	9,3	9,3	3	7,4	7,4	1,3
16.	10 000	22,791	9,4	9,3	4,1	9,6	8,6	1,8
17.	10 000	22,791	8,2	7	4,3	14,4	7,4	1,4
18.	10 000	27,992	11,3	9	4,6	11,2	5,9	1,2
19.	10 000	23,788	11,1	7,1	5,1	6,8	5,8	1
20.	10 000	24,49	10,2	9,1	6,3	5,8	5,3	1,3
21.	10 000	24,798	8,6	7,7	3,3	8,2	6,6	0,5
22.	10 000	25,492	10,6	6,4	2,7	8,4	10,1	0,2
23.	10 000	25,895	10,2	7,9	4,6	7,8	7,4	0,8
24.	10 000	20,29	8,8	9,3	5,9	6,3	9,2	1,5
25.	10 000	17,098	8,4	8	4,6	8,1	10,2	1,5
26.	10 000	11,499	7,4	8,1	4,7	7,1	12,3	0,7
27.	10 000	22,291	9,5	9,7	2	8,5	10,3	0,9
28.	10 000	22,231	8,9	7,1	3,1	5	9,6	1,2
29.	10 000	14,943	12,4	6,9	5	8,4	7	1

ДОДАТОК Г

Значення частот обраних дейктиків

для підвибірок корпусу А. Флейшера №1

для покрокового збільшення підвибірки на 10 000 токенів

№	N_i	x_iI	x_iWe	x_iYou	x_iThey	x_iHe	x_iPresident	x_iAmericans
1.	10 000	15,0000	8,0000	7,4000	4,8000	8,7000	11,0000	0,9000
2.	20 000	15,3500	8,3000	8,3000	4,6000	9,8500	11,2000	1,1500
3.	30 000	15,3000	8,5670	8,4670	4,4330	10,5670	11,8000	1,0670
4.	40 000	14,7250	8,5250	8,6500	4,5000	10,6000	12,4250	0,9000
5.	50 000	14,4800	8,3400	9,2800	4,2800	10,5200	12,6400	0,8800
6.	60 000	14,1833	8,0667	8,9333	4,3500	10,4667	12,9500	1,0333
7.	70 000	13,3429	7,6143	8,7857	4,1429	10,8857	13,9714	1,0857
8.	80 000	12,7625	7,2625	8,8000	4,0875	10,9375	14,8125	1,0000
9.	90 000	12,3444	6,9444	8,7556	4,0444	11,0000	15,4778	0,9222
10.	100 000	12,2100	6,7900	8,5700	4,1600	10,6900	15,5100	1,0000
11.	110 000	12,2000	6,6000	8,4000	4,3182	10,3091	15,5091	1,0364
12.	120 000	12,1333	6,3000	8,5000	4,1917	10,1167	15,7167	1,0167
13.	130 000	11,9923	6,0385	8,4846	4,1385	10,3077	15,8077	1,0923
14.	140 000	11,8000	5,8000	8,5143	4,1214	10,1357	15,7143	1,1571
15.	150 000	11,6267	5,6067	8,4067	4,0667	9,9467	15,8600	1,1733
16.	160 000	11,3688	5,3625	8,3188	4,1813	9,6875	15,9438	1,1938
17.	170 000	11,4294	5,1118	8,4471	4,2176	9,5059	16,0235	1,1824
18.	180 000	11,4222	4,9611	8,5333	4,1778	9,5556	16,0778	1,1889
19.	190 000	11,2737	4,8211	8,4000	4,2263	9,3895	16,0158	1,1737
20.	200 000	11,1250	4,6550	8,3900	4,3500	9,2050	15,9750	1,1650
21.	210 000	11,0857	4,5191	8,2571	4,3381	9,1333	16,0524	1,1762

22.	220 000	11,1182	4,3909	8,2773	4,3636	8,9864	16,1727	1,1727
23.	230 000	11,1304	4,3174	8,1826	4,3913	8,8609	16,2478	1,1870
24.	240 000	10,9750	4,2000	8,0917	4,4125	8,7792	16,4625	1,2250
25.	250 000	10,8200	4,1680	8,1160	4,3720	8,6520	16,4360	1,2080
26.	260 000	10,7885	4,0846	7,9962	4,3692	8,6731	16,5308	1,1923
27.	270 000	10,6741	4,0741	7,9370	4,3704	8,5963	16,5556	1,2148

ДОДАТОК Д

Значення частот обраних дейктиків

для підвибірок корпусу А. Флейшера №5

задля верифікації впливу довільного розміру підвибірок

№	N_i	x_iI	x_iWe	x_iYou	x_iThey	x_iHe	x_iPresident	x_iAmericans
1.	9,051	10,6066	8,1759	9,6122	6,0767	8,3969	15,2469	0,5524
2.	18,770	10,0693	5,9670	8,5775	8,5775	7,9382	14,5978	0,5860
3.	28,707	11,1471	5,2600	8,0120	7,4546	6,2354	13,5855	0,6967
4.	41,114	12,8667	4,9132	8,5616	6,5914	5,8374	14,7395	0,7783
5.	51,341	13,5369	4,7915	8,7454	6,2328	5,9601	14,0823	1,0128
6.	61,890	13,1201	5,0250	8,5151	5,9460	6,4631	14,0249	1,1957
7.	72,579	13,4474	5,4561	8,4597	5,6766	6,2277	13,7368	1,2400
8.	82,994	13,9769	5,7113	8,3018	5,7354	6,3137	13,4588	1,1808
9.	94,711	13,8632	5,7860	8,0350	5,7966	6,5990	13,5359	1,1298
10.	106,282	13,9723	6,0594	8,0164	5,8994	6,4545	13,0314	1,0914
11.	115,485	13,7161	6,1999	7,8625	6,0094	6,3038	12,8588	1,0651
12.	126,112	13,5990	6,4308	7,8819	5,9550	6,3515	12,9488	1,0705
13.	137,661	13,3371	6,7557	7,8018	6,2836	6,2472	12,8504	1,0315
14.	149,527	12,9676	6,8483	7,6709	6,2531	6,2129	12,7535	1,0366
15.	157,723	13,1243	6,7143	7,6844	6,1056	6,3085	12,6614	1,0335
16.	168,694	13,1836	6,7222	7,7655	6,0939	6,4851	12,6975	1,0077
17.	180,681	13,1890	6,6526	7,7263	6,1988	6,5032	12,7241	1,0294
18.	191,915	13,2454	6,5550	7,7691	6,2945	6,5706	12,8911	1,0473
19.	204,263	13,2329	6,4965	7,7351	6,2517	6,4916	12,8168	0,9938
20.	216,847	12,9631	6,3501	7,8166	6,2394	6,5346	12,6864	1,0007
21.	226,081	13,0352	6,2898	7,7804	6,1925	6,4977	12,7742	0,9775
22.	236,523	12,8444	6,2066	7,6906	6,1812	6,6886	12,8656	1,0443
23.	248,011	12,8381	6,1288	7,6489	6,1368	6,7900	12,8785	1,0362
24.	258,682	12,8343	6,0228	7,5962	6,1659	6,8656	12,8536	1,0824
25.	270,767	12,9152	5,9904	7,6228	6,2415	6,8620	12,7120	1,0784
26.	9,051	10,6066	8,1759	9,6122	6,0767	8,3969	15,2469	0,5524
27.	18,770	10,0693	5,9670	8,5775	8,5775	7,9382	14,5978	0,5860

ДОДАТОК Е

Значення частот обраних дейктиків
для підвибірок корпусу Ш. Спайсера
для покрокового збільшення підвибірки на 10 000 токенів

№	N_i	x_iI	x_iWe	x_iYou	x_iThey	x_iHe	x_iPresident	x_iAmericans
1.	10 000	17,3000	7,7000	5,8000	3,4000	7,6000	8,8000	1,3000
2.	20 000	21,9000	9,5000	8,4000	3,7500	8,8500	7,1000	0,9500
3.	30 000	23,7000	9,4667	8,9333	4,6667	7,4333	7,1000	1,1667
4.	40 000	22,3000	9,5500	8,7750	4,9250	6,6000	7,0000	1,3000
5.	50 000	22,2600	9,7000	8,3000	4,9800	6,6600	7,4600	1,3400
6.	60 000	22,0333	9,5833	9,0333	5,4167	6,3000	7,0000	1,4667
7.	70 000	21,6857	9,1714	9,4571	5,8286	6,4143	6,8714	1,4000
8.	80 000	21,0125	8,9500	9,2250	5,7250	6,4750	6,9500	1,3750
9.	90 000	20,3000	8,7000	8,9889	5,6444	6,4444	7,3444	1,3778
10.	100 000	19,6800	8,9700	8,6200	5,5200	6,6600	7,7300	1,4300
11.	110 000	19,2182	8,9182	8,1727	5,3273	6,8909	8,1455	1,3818
12.	120 000	19,1083	8,9667	8,1083	5,2333	7,4000	8,4250	1,3583
13.	130 000	19,1692	9,0000	7,9692	5,1000	7,1923	8,5846	1,3692
14.	140 000	19,6000	9,4357	8,3714	5,0714	7,0071	8,3500	1,3357
15.	150 000	19,8200	9,4267	8,4333	4,9333	7,0333	8,2867	1,3333
16.	160 000	20,0063	9,4250	8,4875	4,8813	7,1938	8,3063	1,3625
17.	170 000	20,1706	9,3529	8,4000	4,8471	7,6176	8,2529	1,3647
18.	180 000	20,6056	9,4611	8,4333	4,8333	7,8167	8,1222	1,3556
19.	190 000	20,7737	9,5474	8,3632	4,8474	7,7632	8,0000	1,3368
20.	200 000	20,9600	9,5800	8,4000	4,9200	7,6650	7,8650	1,3350
21.	210 000	21,1429	9,5333	8,3667	4,8429	7,6905	7,8048	1,2952
22.	220 000	21,3409	9,5818	8,2773	4,7455	7,7227	7,9091	1,2455
23.	230 000	21,5391	9,6087	8,2609	4,7391	7,7261	7,8870	1,2261
24.	240 000	21,4875	9,5750	8,3042	4,7875	7,6667	7,9417	1,2375
25.	250 000	21,3120	9,5280	8,2920	4,7800	7,6840	8,0320	1,2480
26.	260 000	20,9346	9,4462	8,2846	4,7769	7,6615	8,1962	1,2269
27.	270 000	20,9852	9,4481	8,3370	4,6741	7,6926	8,2741	1,2148
28.	280 000	21,0321	9,4286	8,2929	4,6179	7,5964	8,3214	1,2143
29.	290 000	20,9897	9,5310	8,2448	4,6310	7,6241	8,2759	1,2069

ДОДАТОК Ж

Довірчі інтервали обраних дейктиків для корпусу А. Флейшера №5 (P=0,95)

ЛО	max розмір виб.	max $\overline{x}$	виб. $\overline{x}$	σx, P=0,95	$\overline{x} \pm \sigma x$, **P=0,95**	x_i	min розмір виб.
I	270 767	12,9152	12,9780	0,8742	**12,1038≤x≤13,8522**	13,7161	115 485
We	270 767	5,9904	5,9846	0,7859	**5,1987≤x≤6,7705**	6,7143	157 723
You	270 767	7,6228	7,6144	0,4804	**7,1340≤x≤8,0948**	8,0350	94 711
They	270 767	6,2415	6,2131	0,6987	**5,5144≤x≤6,9118**	6,5914	41 114
He	270 767	6,8620	6,8783	0,7467	**6,1316≤x≤7,6250**	6,4631	61 890
President	270 767	12,7120	12,7267	0,8211	**11,9056≤x≤13,5478**	13,4588	82 994
Americans	270 767	1,0784	1,0795	0,2368	**0,8427≤x≤1,3163**	1,0128	51 341

ДОДАТОК З

Довірчі інтервали обраних дейктиків для корпусу А. Флейшера №5 (P=0,68)

ЛО	max розмір виб.	max $\overline{x}$	виб. $\overline{x}$	σx, P=0,68	$\overline{x} \pm \sigma x$, **P=0,68**	x_i	min розмір виб.
I	270 767	12,9152	12,9780	0,4255	**12,5525≤x≤13,4035**	13,3371	137 661
We	270 767	5,9904	5,9846	0,3867	**5,5979≤x≤6,3713**	6,3501	216 847
You	270 767	7,6228	7,6144	0,2363	**7,3781≤x≤7,8507**	7,8018	137 661
They	270 767	6,2415	6,2131	0,3438	**5,8693≤x≤6,5569**	5,8994	106 282
He	270 767	6,8620	6,8783	0,3674	**6,5109≤x≤7,2457**	6,4977	226 081
President	270 767	12,7120	12,7267	0,4040	**12,3227≤x≤13,1307**	13,0314	106 282
Americans	270 767	1,0784	1,0795	0,1165	**0,9630≤x≤1,1960**	1,1808	82 994

ДОДАТОК И

Довірчі інтервали обраних дейктиків для корпусу Ш. Спайсера (P=0,95)

ЛО	max розмір вибірки	max $\overline{x}$	виб. $\overline{x}$	σx, P=0,68	$\overline{x} \pm \sigma x$, **P=0,68**	x_i	min розмір вибірки
I	290 000	20,9897	20,8144	1,6973	**19,1171≤x≤22,5117**	19,1692	130 000
We	290 000	9,5310	9,5310	0,6787	**8,8523≤x≤10,2097**	9,9700	100 000
You	290 000	8,2448	8,2448	0,8348	**7,4100≤x≤9,0796**	8,9889	90 000
They	290 000	4,6310	4,6310	0,0348	**4,5962≤x≤4,6658**	4,6179	280 000
He	290 000	7,6241	7,6241	0,0395	**7,5864≤x≤7,6636**	7,5964	280 000
President	290 000	8,2759	8,2759	0,8592	**7,4167≤x≤9,1351**	7,7300	100 000
Americans	290 000	1,2069	1,2069	0,0485	**1,1584≤x≤1,2554**	1,2455	220 000

ДОДАТОК І

Довірчі інтервали обраних дейктиків для корпусу Ш. Спайсера (P=0,68)

ЛО	max розмір вибірки	max $\overline{x}$	виб. $\overline{x}$	σx, P=0,68	$\overline{x} \pm \sigma x$, **P=0,68**	x_i	min розмір вибірки
I	290 000	20,9897	20,8144	0,8389	**19,9755≤x≤21,6533**	20,0063	160 000
We	290 000	9,5310	9,5310	0,3354	**9,1956≤x≤9,8664**	9,4357	140 000
You	290 000	8,2448	8,2448	0,4126	**7,8322≤x≤8,6574**	8,6200	100 000
They	290 000	4,6310	4,6310	0,0172	**4,6138≤x≤4,6482**	4,6179	280 000
He	290 000	7,6241	7,6241	0,0195	**7,6046≤x≤7,6436**	7,6241	290 000
President	290 000	8,2759	8,2759	0,4247	**7,8512≤x≤8,7006**	7,9091	220 000
Americans	290 000	1,2069	1,2069	0,0240	**1,1829≤x≤1,2309**	1,2269	260 000