

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра англійської філології та міжкультурної комунікації

**«Маргарет Тетчер vs Тереза Мей:
імідж, мовний профіль, особистий стиль»**

*Кваліфікаційна робота
освітнього рівня «магістр»
студентки II курсу магістратури,
спеціальності
англійська мова та література,
Галузь науки – 03 «гуманітарні науки»
Спеціальність – 035 «філологія»
Вязовець Арини*

*науковий керівник:
Професор Бєлова Алла Дмитрівна*

«Допущено до захисту»

Протокол засідання кафедри англійської філології
та міжкультурної комунікації

Протокол № 8 від 2.12.2021

Завідувач кафедри _____ проф. Бєлова А.Д.

КИЇВ
2021

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	7
1.1. Імідж політика як об'єкт лінгвістичного дослідження	7
1.2. Мовна особистість політичного лідера.....	12
1.3. Особливості політичного дискурсу.....	16
1.4. Дискурс-аналіз як метод вивчення політичного дискурсу	19
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2 МОВНИЙ ПРОФІЛЬ МАРГАРЕТ ТЕТЧЕР І ТЕРЕЗИ МЕЙ.....	25
2.1. Характеристика дискурсу Маргарет Тетчер	25
2.1.1. Лексичні особливості політичних промов Маргарет Тетчер	25
2.1.2. Стилiстичні особливості політичних промов Маргарет Тетчер	32
2.2. Характеристика дискурсу Терези Мей	41
2.2.1. Лексичні особливості політичних промов Терези Мей	41
2.2.2. Стилiстичні особливості політичних промов Терези Мей	48
Висновки до розділу 2	52
РОЗДІЛ 3 ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ БРИТАНСЬКОГО ПОЛІТИКА	54
3.1. Медіа-презентація Маргарет Тетчер та Терези Мей	54
3.1.1. Медійний образ Маргарет Тетчер	54
3.1.2. Медійний образ Терези Мей	61
3.2. Комунікативні стратегії та тактики у промовах Маргарет Тетчер та Терези Мей.....	66
3.2.1. Комунікативні стратегії та тактики в промовах Маргарет Тетчер	66
3.2.1. Комунікативні стратегії та тактики в промовах Терези Мей	74
Висновки до розділу 3	81
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	85

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	89
СПИСОК ПРОМОВ ТЕРЕЗИ МЕЙ.....	92
СПИСОК ПРОМОВ МАРГАРЕТ ТЕТЧЕР	94

ВСТУП

Вивчення способів конструювання образу політика характеризується як безпосередньо теоретичною, так і значною практичною цінністю, оскільки спрямовано на полегшення міжкультурної комунікації та забезпечення адекватного сприйняття особистісних і професійних особливостей політичних діячів.

Актуальність дослідження визначається його належністю до комунікативно-прагматичної парадигми лінгвістичних досліджень і сучасною тенденцією до різнобічного аналізу процесу формування образу політиків засобами медіадискурсу. Певною мірою значущою є проблема аналізу способів впливу дискурсу на суспільну свідомість, особливо в галузі конструювання образу політичного діяча.

Об'єктом дослідження виступають способи створення іміджу, мовний профіль, індивідуальний стиль у пресі.

Предметом дослідження є специфіка різнорівневих засобів, взаємодія яких створює своєрідність образу політиків: Маргарет Тетчер та Терези Мей.

Мета дослідження полягає у вивченні складових іміджу політика та виявленні набору ефективних засобів і способів конструювання образу політика з урахуванням лінгвістичних та екстралінгвістичних особливостей британського медіадискурсу.

Поставлена мета передбачає вирішення таких конкретних **завдань**:

- розглянути імідж політика та поняття мовної особистості політичного лідера;
- вивчити сутність та функції політичного дискурсу;
- дослідити мовний профіль Маргарет Тетчер і Терези Мей;
- проаналізувати медійний образ Маргарет Тетчер і Терези Мей та комунікативні стратегії, вжиті в їхніх промовах.

Матеріалом наукової роботи є політичні промови, інтерв'ю, коментарі Маргарет Тетчер і Терези Мей, статті в британських та американських газетах, в яких репрезентований імідж колишніх прем'єр-міністерок Великобританії.

Методи дослідження. Дослідження мовного матеріалу відповідно до поставлених завдань проводиться на основі інтерпретативного, контекстуального, дефіційного, дискурсивного, лінгвокультурологічного методів аналізу. Для опису закономірностей вибору засобів мовного оформлення висловлювання залежно від екстралінгвістичних факторів використовується комунікативно-прагматичний підхід.

Теоретична значимість проведеного дослідження полягає в тому, що воно розширює уявлення про мовні механізми створення образу жінки-політика. Важливим внеском із теоретичного погляду є систематизація мовних засобів, використовуваних під час формування образу. Виконана на стику різних областей лінгвістики, із застосуванням даних соціології, психології, культурології, комунікативної лінгвістики, робота представляє комплексний підхід до вивчення формування іміджу жінки-політика, і робить певний внесок у розвиток прагмалінгвістики, стилістики, гендерної лінгвістики та лінгвістики тексту.

Практична цінність роботи полягає в тому, що отримані в ній висновки щодо механізмів, що беруть участь у формуванні іміджу жінки-політика, сприятимуть глибшому розумінню англомовного медіатексту, і, отже, глибшому його аналізу та інтерпретації. Викладені положення та отримані дані можуть бути використані у викладанні теоретичних дисциплін та розробці спецкурсів з політичної лінгвістики, соціолінгвістики, медіалінгвістики, лінгвокраїнознавства, в курсі лінгвістичної інтерпретації текстів політичної тематики. Результати дослідження та ілюстративний матеріал можуть бути використані у викладанні англійської мови як іноземної.

Структура роботи визначається метою та поставленими завданнями. Дослідження складається із вступу, трьох розділів, висновків.

У вступі аргументується вибір тематики роботи, формулюються її об'єкт і предмет, цілі та завдання, обґрунтовується актуальність обраної теми, розкривається теоретична значимість та практична цінність дослідження, описуються матеріал та методи дослідження, визначається загальна структура роботи.

У першому розділі розглядаються питання іміджу політика, мовної особистості політичного лідера. Уточняються сутність і функції політичного дискурсу, описується дискурс-аналіз як метод вивчення політичного дискурсу.

Другий розділ аналізує мовний профіль Маргарет Тетчер і Терези Мей. Розділ присвячено лексичним і стилістичним особливостям політичних промов Маргарет Тетчер та Терези Мей.

У третьому розділі вивчаються особливості медіа-презентації Маргарет Тетчер і Терези Мей, а також комунікативні стратегії та тактики в промовах колишніх прем'єр-міністрок Великобританії.

У висновках підбиваються підсумки проведеного дослідження, викладаються основні результати, намічаються перспективи подальшого вивчення цієї теми.

РОЗДІЛ 1

ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

1.1. Імідж політика як об'єкт лінгвістичного дослідження

Імідж може розглядатися як «цілеспрямовано формований образ (особи, явища, предмета), покликаний здійснювати емоційно-психологічний вплив з метою популяризації, реклами тощо; один із засобів пропаганди» [Пекониди, с. 24]. Г.Б. Трушевич наголошує, що формування іміджу – це робота, яка здійснюється навмисними зусиллями відповідних фахівців [Трушевич, с. 76].

Одним із видів іміджу є імідж політика. У вітчизняній та зарубіжній науці пропонуються різні визначення цього поняття. І. Милосердна визначає політичний імідж як мету та результат згоди між учасниками політичного процесу – громадянами, партіями, ініціативними групами, лідерами громадської думки та державою [Милосердна, с. 124]. Це визначення позиціонує імідж як певну згоду між учасниками політичного процесу. Однак імідж формується без згоди громадян, крім того імідж політика чи будь-якої політичної партії, сформований у суспільстві, може не зовсім відповідати уявленням та очікуванням тих чи інших політичних сил. Таким чином, процес створення та підтримки політичного іміджу не завжди передбачає «згоду».

О.А. Бундарина вважає політичний імідж результатом діяльності політичного суб'єкта, що забезпечує йому певний соціальний статус і таким чином визначає його подальшу політичну діяльність [Бундарина, с. 12]. У цьому визначенні джерелом виникнення політичного іміджу визнається діяльність політичного суб'єкта, тобто політика, партії, державного органу, інституту, держави. Але як показує практика, створення іміджу – це складний і багатогранний процес, куди входять також особливості національного менталітету тих чи інших народів. Крім того, у поданих вище визначеннях

відсутня вказівка на роль комунікації у процесі формування політичного іміджу.

О.В. Кулеба у своєму дослідженні виводить визначення політичного іміджу з аналізу політичної комунікації, вважаючи, що політичний імідж виникає в процесі передачі політичної інформації від однієї частини політичної системи до іншої та між політичною та соціальною системами [Кулеба, 2010]. Подібної думки дотримується С.Г. Денисюк, яка зауважує, що комунікація, яка займає визначальне місце в структурі іміджу політика, має специфічну владу над індивідами, впливаючи на почуття реципієнта і спричиняючи певні форми поведінки. С.Г. Денисюк доходить висновку, що проблема вивчення механізмів політичної комунікації складає важливі конструктивні параметри іміджу [Денисюк, с. 133-140].

З перелічених визначень можна встановити, що носіями політичного іміджу можуть бути різні суб'єкти політичного процесу: політик, політичні партії та громадські рухи, регіональні, урядові та міжнародні організації, збройні сили, держава та інші. У структурі політичного іміджу держави зазвичай виділяють зовнішню та внутрішню складові [Кулеба, 2011; Чечель].

До зовнішніх проявів можна віднести діяльність держави на міжнародній арені, які призводять до формування позитивної чи негативної думки про саму державу: участь у війнах, військових конфліктах, територіальних суперечках, або, навпаки, надання гуманітарної та фінансової допомоги, проведення великих заходів світового масштабу тощо. Внутрішня складова політичного іміджу держави – це уявлення про саму державу, які вже є у народів інших країн, а саме досягнення цієї держави в галузі світової культури, історичний розвиток держави, її політичний курс, рівень економічного розвитку та інвестиційної привабливості.

У різних галузях наукового знання виділяють різні підходи до визначення терміну «політичний імідж». Представники онтологічного підходу вважають політичний імідж «образом» особистості чи соціального інституту, що існує в масовій свідомості. Як зауважує О. Лавренко, «імідж можна визначити як більш

чи менш адекватний реальному суб'єктові образ особистості, який складається в масовій свідомості на свідомому і підсвідомому рівнях» [Лавренко, 1997, с. 63].

Психологічний підхід трактує імідж як спосіб і результат самодіяльності суб'єкта, коли сама іміджева ситуація, конкретні іміджеві завдання і сам реальний імідж як форма подання, що відчужується, і субститут виявляється поза розглядом [Лаврентій].

Політологічний підхід розглядає імідж як властивості та якості суб'єкта, які є привабливими для громадськості, що дозволяє йому вирішити певне політичне завдання. При цьому наголошується, що імідж – не що інше, як найважливіший структурний компонент сфери політики, за допомогою якого панівні суб'єкти підтримують зв'язки з населенням, забезпечують зворотний зв'язок, намагаються цілеспрямовано впливати на громадську думку [Акайомова].

Соціологічний підхід представляє імідж як персоніфікацію, яка передбачає здатність і потребу людей проектувати властиві їм очікування та стереотипні установки на конкретних індивідуальних «носіїв» відповідних образів.

Описово-нормативний підхід визначає імідж як відбір усіляких засобів інструментів, способів поведінки, які рекомендуються тим, хто виходить у публічну сферу [Киуру, с. 65].

Політичний імідж може бути об'єктом вивчення лінгвістики. Як вказують сучасні лінгвопрагматичні дослідження, «знакова система відкриває також сутнісну методологію сприйняття гуманітарних значень, як конкретних предметів, так і цілих інститутів, наприклад, партій і держав» [Пекониди, 2012:50], що багато в чому співвідноситься з одним з основних постулатів Жана Бодріяра про те, що «будь-який предмет перетворюється на знак і тільки тоді може стати об'єктом споживання» [Бодрийяр, с. 98].

Р. Барт, який активно розробляв проблему взаємодії мови та влади, також зробив чималий внесок у розуміння процесів впливу мови на процеси в

суспільстві. На думку Р. Барта, «мова, маючи свою структуру, є ключовим засобом соціалізації». При цьому мова має таку важливу властивість, як «можливість надбудовуватися над громадськими інститутами, впливаючи на них» [Барт, с. 278].

Структура політичного іміджу за П. Фроловим включає: 1) особистісні риси політика; 2) тип його політичної орієнтації; 3) його місце в інститутах влади чи неформальних утвореннях (президент, парламентарій, кумир юрби) [Фролов, с. 18].

На думку Ю. Зущика, політичний імідж включає такі основні компоненти: 1) ідеологічний тип («політичне обличчя», «політичне забарвлення» тощо); 2) особисті риси (реальні чи «награні»); 3) соціальні ролі («соціальний статус», «соціальне походження» тощо); 4) «прізвисько», «псевдонім» лідера [Зущик, с. 142]. Дослідник зауважує, що функціональний зріз політика неодмінно включає мову (зокрема, лексикон); зовнішню атрибутику (одяг, зачіску, окуляри, автомобіль тощо); міміку, пантоміміку, жестикуляцію та інші елементи невербальної поведінки [Зущик, с. 142].

О.В. Пеконіді відзначає значну роль інформаційно-комунікаційного чинника у процесі формування іміджу, виділяючи:

- 1) інформаційну складову;
- 2) дію носія іміджу;
- 3) самопозиціонування носія іміджу;
- 4) сприйняття політичного іміджу [Пекониди, с. 62].

Центральним елементом у системі формування політичного іміджу є його інформаційна складова, яку можна також розглядати як комунікативну. Саме у процесі комунікації суб'єкт політичної системи може не лише доносити до реципієнтів значиму з погляду формування іміджу інформацію, а й впливати на реципієнтів. Таким чином, можна вважати, що «інформаційна складова політичного іміджу є ядром усіх його компонентів, пронизуючи всі рівні його формування, зміцнення та тиражування» [Пекониди, с. 62]. Іншими словами, процес конституювання та підтримки політичного іміджу неможливий поза

інформаційним полем мовної комунікації, він створюється мовними засобами та реалізується через різні інформаційні канали, переважно через засоби масової інформації. При цьому саме тексти є ретранслятором і трансформатором змістовної сторони політичного іміджу, що формується.

Для того щоб детально розкрити процес формування політичного іміджу та визначити імідж як лінгопрагматичний феномен, розглянемо його сутнісні характеристики, що виділяються різними авторами:

1. Цілеспрямованість. Для закріплення того чи іншого уявлення про суб'єкт політики у свідомості реципієнта, безумовно, потрібна усвідомлена цілеспрямована планомірна мовна діяльність як самого суб'єкта, так і ЗМІ про нього, які ретранслюють його політичну діяльність, політичні погляди та формують політичний імідж [Корнієнко].

2. Абстрактність. Будь-який імідж, у тому числі політичний формується або в індивідуальній свідомості індивіда, або в масовій свідомості колективу, проте майже завжди цей образ дещо відірваний від реальності і характеризується певним ступенем абстрактності [Матвієнків, с. 38].

3. Частотна повторюваність. Для того, щоб та чи інша характеристика стала частиною політичного іміджу політичного суб'єкта, ця характеристика має бути міцно закріплена в масовій свідомості, що досягається за допомогою постійного ретранслювання характеристик політичного іміджу у процесі мовної комунікації. Адже імідж політика та рівень довіри до нього формується в процесі комунікації політичної особистості з різними соціальними групами, де, як зазначає О. Шкурко, визначальними є такі психологічні характеристики, як відкритість, доброзичливість, професіоналізм, чесність і надійність [Шкурко, с. 263].

4. Емоційна забарвленість. Для ефективнішого закріплення політичного іміджу в масовій свідомості реципієнтів у процес формування політичного іміджу необхідно включати емоційну складову, яка активно впливає підсвідомість людини, переводячи політичний імідж у розряд стереотипів. У процесі конструювання політичного іміджу, саме емоційність дає змогу

політику «донести до виборців упевненість у тому, що політик буде постійно прагнути до реалізації поставленої мети, проявляти волю та наполегливість у прийнятті політичних рішень і брати на себе відповідальність за них» [Шурко, с. 263].

5. Інформативність. Важливою відмінністю політичного іміджу є його здатність акумулювати в собі великі масиви інформації, внаслідок чого імідж виступає свого роду «згорнутим текстом». Імідж як варіант малого тексту може бути розгорнутий у великий текст, якщо виникне потреба, отже, управління іміджем полягає в тому, що аудиторії допомагають «розгорнути згорнутий текст у потрібному напрямі, виконуючи за неї певну частину роботи» [Почепцов, с. 66].

6. Дискурсивність. Виходячи з можливості розгортання в більший текст або великий масив інформації, політичний імідж можна віднести до дискурсивних явищ, тобто до явищ, зумовлених насамперед політичним дискурсом, тобто текстом, поміщеним у соціальний простір, який зазнає інтерпретації [Кобзева, с. 94].

Таким чином, політичний імідж з погляду лінгвопрагматичного підходу – це цілеспрямовано створюваний у процесі мовної комунікації абстрактний, частотний, емоційно забарвлений образ суб'єкта політичного процесу, що володіє високим ступенем інформативності, можливістю розгортання у великий текст і обумовленістю політичним дискурсом, що транслюється медіазасобами від безпосереднього суб'єкта політичного процесу до опосередкованого суб'єкта сприйняття мовного повідомлення.

1.2. Мовна особистість політичного лідера

Однією з характерних тенденцій сучасного розвитку мовознавства є детальна розробка проблеми людського чинника в мовленнєвій діяльності. Звернення лінгвістів до антропоцентризму обумовлено визнанням провідної

ролі людини в процесах породження та використання мови. У новій лінгвістичній парадигмі на перший план висувається мовна особистість.

На думку С. Г. Воркачова, поняття «мовна особистість» утворено проекцією у сферу мовознавства відповідного міждисциплінарного терміна, у значенні якого переломлюються філософські, соціологічні та психологічні погляди на суспільно значущу сукупність фізичних і духовних властивостей людини [Воркачев, с. 70].

У широкий науковий ужиток термін «мовна особистість» увів Ю. М. Караулов, для якого мовна особистість – це та наскрізна ідея, яка пронизує всі аспекти вивчення мови і одночасно руйнує межі між дисциплінами, що вивчають людину поза її мовою. Згідно з визначенням науковця, мовна особистість – це людина, яка має здатність створювати і сприймати тексти, що відрізняються: «ступенем структурно-мовної складності; глибиною та точністю відображення дійсності; певною цільовою спрямованістю. У цьому визначенні пов'язані здібності людини з особливостями породжуваних текстів» [Караулов, с. 3]. Ця модель включає три структурних рівні. Перший – вербально-семантичний, що передбачає для носія мови нормальне володіння природною мовою. Другий рівень – когнітивний, одиницями якого є поняття, ідеї, концепти, що складаються у кожній мовній особистості в упорядковану «картину світу». Третій – прагматичний полягає у виявленні та характеристиці мотивів та цілей, що керують розвитком мовної особистості. Взаємодія рівнів утворює «комунікативний простір особистості» [Караулов, с. 8].

Ю. Н. Караулов зазначає, що вивчення та опис мовної особистості передбачає відтворення структури мовної особистості на основі її дискурсу. Комплексне вивчення мовної особистості, на думку Ю. Н. Караулова, включає: 1) характеристику вербально-семантичного рівня її організації; 2) реконструкцію мовної картини світу, чи тезаурусу певної особистості (характеристику когнітивного рівня); 3) виявлення її життєвих чи ситуативних домінант, установок, мотивів, що знаходять відображення у дискурсі

(характеристику мотиваційного рівня) [Караулов 2010, с. 43]. Такий опис дає можливість виявити філософсько-світоглядні передумови, етнонаціональні особливості, соціальні характеристики та історико-культурні витoki мовної особистості.

У понятті мовної особистості фіксується зв'язок мови з індивідуальним свідомістю особистості, зі світоглядом. Будь-яка особистість виявляє себе і свою суб'єктність не лише через предметну діяльність, а й через спілкування, яке немислимо без мови та мовлення. Мовлення людини безперечно відбиває її внутрішній світ, слугує джерелом знання про її особистість. Більш того, очевидно, що людину не можна вивчити поза мовою, оскільки важко зрозуміти, що являє собою людина, поки ми не почуємо, як і що вона говорить. Але також неможливо мову розглядати у відриві від людини, тому що без особистості, що говорить мовою, вона залишається не більше ніж системою знаків.

Під мовною особистістю в мовознавстві розуміється сукупність здібностей і характеристик людини, що зумовлюють створення та сприйняття нею мовленнєвих творів, мовна компетенція, що характеризується глибиною та точністю відображення дійсності, ступенем структурно-мовної складності, при цьому інтелектуальні характеристики мовної особистості висувуються на перший план [Бондаренко, с. 8].

На особливу увагу заслуговує прояв мовної особистості в політичному дискурсі, оскільки політичний дискурс нині є широко поширеним у засобах масової інформації та здійснює значний вплив на суспільну свідомість.

Мовна особистість політика, як і будь-який інший різновид мовної особистості, виявляється в мові (текстах) і через мову і реконструюється у своїх основних рисах з урахуванням мовних засобів. У структурі мовної особистості можна виділити різні рівні: когнітивний (система знань про світ), вербальний (лексичні та граматичні знання) та мотиваційний (мети, мотиви, встановлення особистості). Отже, мовну особистість окремого політика слід розглядати як варіант, конкретну комбінацію елементів різних рівнів цього типу мовної

особистості, тобто як комплекс, що складається із когнітивної, вербальної, прагматичної систем конкретного політика.

Діяльність політика як суб'єкта політичної комунікації націлена, перш за все, на реалізацію персуазивної функції, тобто функції впливу, що домінує над пізнавальною та спрямованою на досягнення основної мети політичної комунікації – боротьби за владу. Крім цього, політик постає як когнітивно-мовленнєвий суб'єкт власного дискурсу (Я – індивідуальне, політик – унікальна мовна особистість) та як суб'єкт інституційного дискурсу (Я – соціальне, політик – представник певного соціального інституту). Це зумовлює особливості мовленнєвої діяльності політика, закріпленої у створюваних ним текстах [Стецик, с. 145].

Реалізуючи себе у дискурсивних діях, політичний діяч трансформується в дискурсивну особистість, яка виявляє свої індивідуальні ознаки: етнічні, професійні, вікові, гендерні. Саме в дискурсі особистість виявляє важливий для комунікативного процесу емоційний стан. Дискурсивна особистість політика передбачає систему індивідуальних дискурсивних стратегій і тактик, когнітивних, семіотичних, мотиваційних переваг, сформованих у процесах комунікації та залишають свої сліди у створюваних текстах.

Мовній особистості політика властивий розвиток. Залежно від численних і постійно мінливих екстралінгвістичних параметрів трансформується репертуар мовних засобів, змінюються такі характеристики мови, як загальний тематичний зміст, конфігурація міжособистісних відносин учасників комунікації, що позначається на використанні ними в мовленні «формальної» та «неформальної» лексики, форми мовного спілкування (усна /письмова, підготовлена/спонтанна мова, монолог/діалог) тощо.

Мовні засоби і мовні стратегії мовної особистості як суб'єкта політичного дискурсу, що досліджуються в ході дискурс-аналізу, можна розглядати як спосіб реалізації системи культурно обумовлених значень, що відображають знання, пресупозиції і цінності, що розділяються членами соціуму. Мовна особистість політика є дискурсивно-текстовий феномен, у

якому через різні тексти з різним ступенем інтенсивності виявляються надіндивідуальні та індивідуальні риси.

1.3. Особливості політичного дискурсу

У сучасних соціальних науках широко використовується термін «дискурс», опубліковані різні роботи з його інтерпретацією, але наразі немає єдиної думки в розумінні дискурсу та методики його дослідження.

Термін «дискурс» вживається в різних гуманітарних наукових традиціях, наприклад, у лінгвістиці «дискурс» представлений головним чином англомовною науковою традицією. Авторитетною визнано концепцію Т. ван Дейка про лінгвістичні характеристики дискурсу. Вчений підкреслює динаміку та багатовимірність дискурсу, на його думку, у дискурсі відображені особливості менталітету та культури [ван Дейк, 1998, с. 47].

П. Серіо розуміє цей феномен у широкому ключі та дає терміну «дискурс» вісім тлумачень: 1) еквівалент поняття «мова», тобто, будь-яке конкретне висловлювання; 2) одиниця, що за розмірами перевищує фразу; 3) вплив висловлювання на його одержувача з урахуванням ситуації; 4) розмова як основний тип висловлювання; 5) мова з позиції того, хто говорить на протиположний розповіді, який не враховує такої позиції; 6) вживання одиниць мови, їхня мовна актуалізація; 7) соціально чи ідеологічно обмежений тип висловлювань, характерний для певного виду соціуму; 8) теоретичний конструкт, призначений для досліджень продукування тексту [Серіо, 1999, с. 26-27].

Проблемами політичного дискурсу займаються політологи, психологи, філософи, соціологи, економісти, фахівці з теорії комунікації, лінгвісти, що дозволяє дійти висновку, що політичний дискурс є об'єктом міждисциплінарного вивчення. Інтерес до цієї проблеми спричинив появу нового розділу в мовознавстві – політичної лінгвістики.

У лінгвістиці є широке та вузьке розуміння політичного дискурсу. Спочатку розглянемо широке трактування цього поняття. О. І. Шейгал у своїй роботі «Семіотика політичного дискурсу» ставить знак рівності між термінами «політичний дискурс» та «політична комунікація» та розуміє їх як «будь-які мовні утворення, суб'єкт, адресат або зміст яких відноситься до сфери політики» [Шейгал, с. 23]. Мовний матеріал можуть складати політичні виступи, коментарі, публікації, що стосуються різних аспектів політики.

Політичний дискурс – це використання мови в публічній комунікації. Якщо розглядати цю дефініцію у вузькій сфері, можна навести слова Т. ван Дейка, який свідчить, що політичний дискурс – це сукупність жанрів, обмежена політичною сферою. До сфери політики належать такі жанри, як парламентські дебати, партійні програми тощо. Водночас політичний дискурс – це інституційний дискурс. Тобто це такий дискурс, який проголошується у відповідній обстановці. Це може бути урядова сесія, з'їзд політичної партії тощо. Таким чином, дискурс називається політичним, коли він провадиться в політичній обстановці [Дейк, 2013].

Зміст кожного дискурсу характеризується певною тематикою. Оскільки політичний дискурс охоплює весь політичний спектр, де учасник дискусії включений до політичної бесіди з проблемних питань у тій чи іншій країні чи державі, то дослідження цих тем дозволяє аналізувати та дійти висновку не лише щодо самого дискурсу, а й щодо цілей матеріалу, що передається, та завдань політичних лідерів. Політичний дискурс – це складне багатожанрове поняття, що є видом комунікації, що перебуває в політичній сфері, метою якої є завоювання, утримання та розподіл влади.

На думку О. Шейгал, до системоутворюючих ознак політичного дискурсу можна віднести інституційність, інформативність, смислову невизначеність, фантомність, фідеїстичність, езотеричність, динамічність, фактор мас-медіа, дистанційність, авторитарність та театральність. Усі ці ознаки мають певну специфіку, обумовлену інтенційною складовою дискурсу у сфері політичної комунікації [Шейгал, 244-245].

Специфіка дискурсу політичної комунікації полягає у зіставленні з іншими видами дискурсу, представлена в його головній функції – застосування у вигляді інструменту політичної влади, що реалізується в оволодінні владою, боротьбі за неї, збереженні влади, здійсненні, стабілізації та перерозподілі влади. Це дає можливість виділити ключові функції дискурсу політичної комунікації, які вважаються аспектами прояву аналізованої функції: інтеграція групових політичних агентів та функції диференціації, функції атональності та гармонізації, інтерпретація та орієнтація, акційна та інформаційна функція, функція контролю та спонукання [Буданова, с. 10].

На думку Рут Водак, мові політики властиві суперечливі функції. З одного боку, вона має бути доступною для розуміння, щоб виконати пропагандистську функцію. З іншого боку, політична мова призначена для певної групи людей, відповідно до історичних і соціально-психологічних причин [Wodak, с. 24].

Персуазивна функція є основною в політичній комунікації, вона покликана здійснювати необхідний вплив на слухача для досягнення належного ефекту. О.І. Шейгал включає це у своє визначення політичного дискурсу, говорячи про те, що політична комунікація зводиться до боротьби за владу [Шейгал, 4]. Політичний дискурс часто використовується для маніпуляції людьми, оскільки його кінцевою метою є здобуття влади. Боротьба за владу має переконати аудиторію в чесних намірах політика. Для цього політичними діячами використовується багата палітра стилістичних засобів. Персуазивна функція може мати дві форми вираження: експліцитну (гасла, заклики до народу тощо) та імпліцитну, для передачі емоцій автора, підштовхуючи до певних дій.

Окрім цього, решті функцій мови також відводиться важлива роль у політичному дискурсу. Комунікативна функція відповідає за передачу інформації; емотивна – за вираження почуттів і емоцій мовця, пробудження емоцій у відповідь у адресата. У політичному дискурсі дуже важливо, щоб електорат поділяв наміри політика.

Фатична функція пов'язана з встановленням і підтримкою мовного спілкування. Вона переплітається з емотивною, тому що сподіватися на успіх можна тільки в тому випадку, якщо у сторін загальні цілі та завдання та однаковий погляд на їх вирішення.

Метамовна функція передає правильне значення будь-якого слова чи словосполучення, щоб політик був упевнений, що виборці зрозуміли його правильно.

Остання функція – естетична – допомагає зробити виступ виразним, тому ця функція дуже важлива у політичному мовленні.

Для політичного дискурсу характерні стандартизованість та експресія. Перший елемент робить дискурс зрозумілим для населення, тоді як другий компонент надає висловлюванню емоційного забарвлення. Крім цього, експресивність робить текст цікавим для сприйняття, що важливо у світі політики, оскільки продуманий дискурс може допомогти політичному діячеві залучити на свій бік електорат.

1.4. Дискурс-аналіз як метод вивчення політичного дискурсу

Вважається, що основними методами досліджень у рамках політичного дискурсу є «когнітивно-дискурсивний і порівняльний аналізи, що здійснюються з урахуванням лінгвокультурної парадигми та національних особливостей носіїв відповідних мов та культур» [Будаєв, с. 202]. С. Дроздова розширює методологічний ряд і зазначає, що аналіз дискурсу здійснюється за допомогою критичного, когнітивного, описового та кількісного методів [Дроздова, с. 8].

С. Кривенко зауважує, що політичний дискурс вивчається з погляду різних наук. Це стало результатом лінгвістичного перевороту, який відбувся в другій половині XX ст., та спричинив виникнення цілого спектру «нових напрямів і методів дослідження мовного спілкування, які вплинули на вивчення мовної комунікації, що відбувалося в межах антропології, культурології, естетики, семіотики і герменевтики, кібернетика, нейропсихології, різних

напрямів психології та філософії, соціології тощо» [Кривенко, с. 3]. Як вважає дослідниця, кожен із цих напрямів напрацював власні методи аналізу, свій понятійний апарат. Тобто політичний дискурс став об'єктом міждисциплінарного дослідження, методологія яких перетинається та доповнює одна одну [Кривенко, с. 3].

Дослідження дискурсу зводяться до дій, які отримують синонімічні назви: 1) дискурсивний аналіз; 2) дискурсний аналіз; 3) дискурс-аналіз. Дискурсивний аналіз є міждисциплінарним напрямом, що вивчає дискурс і певний розділ лінгвістики.

Для того щоб зрозуміти, як використовується мова, нам потрібно виділити та вивчати певну систему інтелектуальних здібностей, знання та переконання, які набувають розвитку ще в ранньому дитинстві, у сукупності з багатьма факторами, оскільки в основі поведінки закладено мовну компетенцію [цит. за Чепак, с. 74].

Немає жодних сумнівів, що дискурс-аналіз відіграє важливу роль у політичній лінгвістиці. Справді, у реальній практиці за умови застосування цього методу для аналізу політичного дискурсу мають враховуватися такі чинники, такі як ступінь впливу на текст, сприйняття адресанта різної освіти (включаючи чинники мовні, культурологічні, політичні та інших) та інших [Чудинов, 2008, с. 41].

У книзі «Дискурс-аналіз. Теорія та метод» Йоргенсена та Філіпса описується порівняльний аналіз трьох теоретико-методологічних підходів до дискурсивного аналізу. Вчені вважають, що ці три підходи належать до однієї загальної міждисциплінарної галузі – соціально-конструкціоністського дискурс-аналізу: 1) дискурсна теорія Лакло та Муфф; 2) критичний дискурс-аналіз; 3) дискурсивна психологія. На думку вчених, усі ці підходи висувають загальну ідею про те, що використовувані нами способи спілкування не тільки відображають світ, ідентичність та соціальні взаємини, але, навпаки, вони відіграють активну роль у їх створенні та зміні [Филлипс, Йоргенсен, 2008, с. 18].

Теорія дискурсу Ернесто Лакло та Шанталь Муфф ґрунтується на пост-структуралістській ідеї [Філліпс, Йоргенсен, 2008, с. 26], а дискурс трактується як відкрита структура, яка має багато варіантів значень. Основа цієї теорії полягає в тому, що дискурси, на думку вищезгаданих вчених, залучені до постійної конкуренції, у ході якої вони борються за власне значення. Іншими словами, в теорії дискурсу Лакло і Муфф виявлено процес боротьби дискурсів і зафіксовано їх значення на всіх рівнях соціального.

На думку Н. Фейрклафа, мета критичного аналізу дискурсу полягає у розгляді зв'язку між використанням мови та нерівними відносинами влади [Fairclough, с. 134], тобто мова сприймається як інструмент контролю влади над суспільством.

Р. Водак виокремлює декілька принципів критичного дискурс-аналізу:

- 1) дискурс-аналіз розглядає лінгвістичний характер соціальних і культурних процесів і структур;
- 2) дискурс-аналіз досліджує владу в дискурсі і владу над дискурсом;
- 3) суспільство та культура діалектично пов'язані з дискурсом – вони формуються дискурсом і в той же час констатують дискурс, отже, кожний окремий приклад застосування мови відтворює чи трансформує суспільство та культуру, включаючи відносини влади;
- 4) використання мови може бути ідеологічним, що визначається аналізом текстів та дослідженням їхньої інтерпретації, сприйняття й соціального впливу;
- 5) дискурси мають історичний характер, їх можна розглядати лише в контексті;
- 6) зв'язок між текстом і суспільством є не прямим, а соціально та когнітивно опосередкованим;
- 7) критичний дискурс-аналіз передбачає систематичну методологію та зв'язок між текстом і його соціальними умовами, ідеологіями і відносинами влади;
- 8) дискурс – це форма соціальної поведінки [Wodak, с. 17–20]

Третій підхід зосереджено на аналізі контекстів реального спілкування, тому основними об'єктами дослідження дискурсивної психології є норми та наміри учасників спілкування. У цьому випадку адресанти обирають підходящі висловлювання у підсвідомості та навмисно регулюють своє мовлення, щоб залучити до діалогу адресатів і впливати на них. Згідно з думкою М. Фейрклафа, тут мова не тільки є досвідом, а й утворює досвід і реальність у психології [Филлипс, Йоргенсен, 2008, с. 174].

Крім того, у книзі пропонується ще один (четвертий) підхід до дискурс-аналізу, утворений також на основі соціального конструкціонізму – комбінований підхід, який є ідеальним синтезом сучасних теорій дискурсу, включаючи елементи вищезгаданих трьох підходів [Филлипс, Йоргенсен, 2008, с. 250]. Більше того, у цьому комбінованому підході пропонується використання теоретичної моделі дискурс-аналізу Йоргенсена та Філіпса для дослідження.

Безперечно, слід зазначити і роботу Т. ван Дейка, яка присвячена дискурсивному аналізу. Для Т. ван Дейка дискурс ширший за поняття тексту, оскільки дискурс є єдністю мовної форми, значення і дії. Він характеризує дискурс як складну комунікативну подію, в якій можна виділити того, хто говорить, і його адресата – слухача. На думку вченого, через різницю цілей дослідження, природи об'єкта, що вивчається, контексту, можна вибирати різні методи для дискурсивного дослідження, тому вчений поєднує методи лінгвістичних досліджень і виділяє низку напрямів дискурс-аналізу: 1) граматичний, що включає в себе крім граматики і семантику; 2) прагматичний аналіз мовленнєвих актів та комунікацій; 3) риторичний аналіз; 4) стилістичний аналіз; 5) аналіз специфічних жанрових структур; 6) конversaційний аналіз розмов; 7) семіотичний аналіз звукового та візуального матеріалу [Dijk, 2008, с. 3].

Проте вчений вказує, що вищезазначені форми аналізу дискурсу мають власну специфіку та виділяють різні галузі досліджень дискурсу. Згідно з Т. ван Дейком, особливість дискурс-аналізу не тільки полягає в описі тексту в галузі

теорії, а й полягає у розробці різних рівнів дискурсу. Кожен із вищепоказаних рівнів має специфічні риси, які можуть бути інтерпретовані з різних позицій – як у рамках лінгвістики, так і поза її межами. Як вважає Е.О. Негров, методи дискурс-аналізу, створені задля отримання прихованої інформації, що стоїть за тим чи іншим текстом, розкриття справжніх мотивів та інтенцій адресантів дискурсу дозволяють зрозуміти задум самого тексту та набір ідей, способи виразів, за допомогою таких прийомів промовець досягає політичної реальності [Негров, с. 108].

Слід зазначити, що дискурс-аналіз відрізняється від інших типів аналізу (фонологічного, лексичного аналізу та синтаксичного аналізу) в основному двома відносно незалежними характеристиками: перша полягає у вивченні мовної форми в тісному зв'язку з конкретною ситуацією мови; друга полягає в тому, що типовим об'єктом аналізу часто є мовна одиниця, яка перевищує одне речення, це може бути група речень, абзац або навіть текст. Ці дві риси дискурсивного аналізу особливо важливі для вивчення змісту дискурсу.

Висновки до розділу 1

Імідж політика – це створюваний у процесі мовної комунікації абстрактний, конкретний, емоційно-забарвлений образ суб'єкта політичного процесу, що володіє високим ступенем інформативності, можливістю розгортання у великий текст і обумовленістю політичним дискурсом, що ретранслюється засобами медіа від безпосереднього суб'єкта політичного процесу до опосередкованого суб'єкта сприйняття мовного повідомлення. Дослідження структури іміджу політика підтверджує провідну роль інформаційної складової політичного іміджу, яка пронизує всі рівні його формування та реалізується у процесі мовної комунікації.

Мовна особистість політика є видом повноцінного представлення особистості, що містить у собі і психічний, і соціальний, і етичний та інші компоненти, але заломлені через її мову, її дискурс.

Дискурс – це особливий тип акту мовної комунікації, взятої у подієвому аспекті, що розглядається як цілеспрямована соціальна дія, у процесі якої в подієвому аспекті під впливом екстралінгвістичних, прагматичних та інших чинників породжується текст. Дискурс є складною єдністю мовної практики та екстралінгвістичних факторів, зумовлених учасниками комунікації, їх установками та цілями, умовами продукування та сприйняття повідомлення.

Політична діяльність, що вирізняється дискурсивним характером, багато в чому базується на комунікативній складовій, оскільки поза мовою зв'язок між діячами політичної системи неможливий. Політичний дискурс постає у вигляді особливого типу мовної комунікації у сфері політики, що відрізняється специфічною інформативністю, інституційністю, темпоральністю і динамічністю та виконує функції соціального контролю та орієнтації, легітимізації та відтворення влади, консолідації, а також спонукальну, метамовну, фатичну, естетичну та інші функції.

Дискурс-аналіз як підхід відображає взаємні співвідношення між мовою, політикою та суспільством, використання цього підходу дозволяє виявити те, за допомогою яких мовних засобів реалізується комунікативний вплив. Окрім лінгвістичних факторів, висловлювання в рамках політичного дискурсу знаходиться під впливом екстралінгвістичних факторів, таких, як комунікативна ситуація політичного дискурсу, його адресати, культура політика, його ідеологія тощо. Комунікативна ситуація цього дискурсу впливає на адресанта, його вибір лексичних, синтаксичних та інших засобів передачі інформації чи на адресатів мовлення. Відповідно, мовець враховує фактор слухачів, використовуючи різні мовні засоби відповідно до ідентифікації адресатів, що є важливим аспектом комунікації і обов'язково враховується тим, хто хоче досягти передбачених ефектів політичного виступу.

РОЗДІЛ 2

МОВНИЙ ПРОФІЛЬ МАРГАРЕТ ТЕТЧЕР І ТЕРЕЗИ МЕЙ

2.1. Характеристика дискурсу Маргарет Тетчер

Образ Маргарет Тетчер є одним із знакових у сучасному британському дискурсі. Її образ визначається лексичними одиницями, фразеологізмами та різноманітними стилістичними прийомами, які розглядаються в сучасній лінгвістиці як основний спосіб пізнання світу. Аналіз ключових слів політичного дискурсу, присвяченого створенню образу політика, допомагає візуально та кількісно визначити лексичні напрями та тенденції створення політичного іміджу.

Звернемося до розгляду мовленнєвої особистості Маргарет Тетчер. У якості практичного матеріалу було обрано 12 публічних виступів прем'єр-міністра (промови, інтерв'ю, коментарі).

2.1.1. Лексичні особливості політичних промов Маргарет Тетчер

Завданням підрозділу є семантичний аналіз ключових лексем і фразеологічних одиниць, задіяних у створенні образу британського політика в сучасному британському політичному дискурсі, встановлення лексико-семантичних груп, найбільш продуктивних у поданні образу Маргарет Тетчер.

При вивченні висловлювань Маргарет Тетчер з погляду лексики було виявлено, що прем'єр-міністерка використовує переважно нейтральну лексику, що є цілком очевидним, оскільки тексти орієнтовані на масову й неоднорідну аудиторію, що відрізняється за соціальними, віковими, гендерними, расовими та іншими ознаками. Безумовно, високий відсоток нейтральної у стильовому відношенні лексики в політичному тексті робить його більш доступним і зрозумілим.

Дослідники політичної публіцистики вказують, що розмовна лексика використовується в текстах для посилення експресії, зближення з реципієнтами, створення комфортної обстановки спілкування з ними, наприклад: *This is not a moment when anyone with the interests of this country at heart should be talking about cutting our defences [Speech at Kensington Town Hall]*.

Разом із тим, у промовах прем'єр-міністерки наявні розмовні лексичні одиниці. Так, говорячи про війну на Фолклендських островах, Тетчер категорично заявляє, що не дозволить розбійникам піти з награбованим, з нечесною здобиччю, вживаючи розмовну лексичну одиницю “swag” (swag – informal, money or goods taken by a thief or burglar [FreeDictionary]), наприклад: *We fought to show that aggression does not pay and that the robber cannot be allowed to get away with his swag [Speech to Conservative Rally at Cheltenham]*.

Критикуючи лідера опозиції, який не визначився зі своєю точкою зору щодо єдиної європейської валюти, Тетчер звинувачує його в підлещуванні перед аудиторією та пропозиції використовувати як єдину валюту, так і британські фунти (flannel – informal, use bland fluent talk to avoid addressing a difficult subject or situation directly [FreeDictionary]). Варіювання книжкової та розмовної лексики спрямоване на дискредитацію опонентів прем'єр-міністерки: *Is the right hon. Gentleman really going to flannel? The answer is yes – I heard it. Why did he flannel, as he did on radio last week, when asked about a single currency? He tried to pretend that we could have it and keep the pound sterling as well [Debate on the Address]*.

Окрім розмовних слів, політичний дискурс Маргарет Тетчер містить книжкову лексику: sophistication, culmination, narrative, relationship, improvement, respond, development, significant, anniversary, meaningful, determination, disquiet, to qualify, завдяки яким підтримується солідність, офіційність, надійність інформації, наприклад: *Miss Roberts was very fervent in her determination to stand by the Empire [Speech in Sleaford]*.

If we cannot reform those Community policies which are patently wrong or ineffective and which are rightly causing public disquiet, then we shall not get the

public support for the Community's future development [Speech to the College of Europe].

Політичні промови Маргарет Тетчер насичені клішованими фразами, штампами, що відносяться до політичної комунікації, а саме *guarantee deterrence, repeated threats, nuclear weapons programme, hold talks, follow-up measures, maintain peace, make efforts, have priority, change for the better* тощо, наприклад: *That was the only way in which we could maintain peace. The Socialists had said that we did not want to make friends with Russia but Mr. Churchill and Mr. Eden had gone to Russia and had worked unsparingly for co-operation with Russia [Speech in Sleaford].*

When things are going badly_in business it was usual to economise but in running the country that was not the way to bring about a change for the better [Speech in Sleaford].

Клішовані фрази допомагають оформити текст у певному стилі та тематиці, а також допомагають зробити промову переконливою, змусити адресата тексту повірити в об'єктивність погляду його автора.

Для політичної мови, яка відрізняється високою щільністю інформації, типова наявність загальноприйнятих та авторських скорочень. У своїх промовах Маргарет Тетчер використовує абревіацію: *Labour would return us to conflict, confrontation and government by the consent of the TUC [Confidence in Her Majesty's Government].*

In my discussions with other Heads of Government at the CSCE summit in Paris, I found a unanimous and impressive determination that Iraq's aggression must not succeed [Confidence in Her Majesty's Government].

We have done more than any other Government to resist protectionism, keep Europe's market open to trade with the rest of the world, and make a success of the GATT negotiations [Confidence in Her Majesty's Government].

Аналіз промов Британської прем'єр-міністерки показує, що характерною рисою політичного дискурсу в лексичному плані є дуже широке використання професійної політичної термінології, що включає такі лексичні одиниці:

legitimacy, delegation, minister, agenda, leader, cabinet, government, administration: *Her Majesty The Queen has asked me to form a new administration and I have accepted [Remarks on becoming Prime Minister].*

Частотними одиницями в промові Маргарет Тетчер є економічні терміни: inflation, unemployment, economic growth, income tax, industry, enterprise, market economy тощо, які є засобами лексичної репрезентації найважливіших проблем для політики партії, очолюваної нею: *They seem to think that we can afford to go deeper into debt so that the Government can prop up a loss-making company.*

It is a vision which stems from our deep-seated attachment to parliamentary democracy and commitment to economic liberty, enterprise, competition and a free market economy [Confidence in Her Majesty's Government].

Розмірковуючи про інфляцію, Тетчер використовує біржовий термін “hiccough” (a usually minor and short-lived interruption or disruption, or change [Merriam-Webster]), що означає короткочасне падіння акцій:

It depends on what happens to Sterling, and it depends on the profit margins. You can't keep a downward fall steady, you know, it just had a hiccough, in about the 1981. ...we shall keep a downward pull on inflation and we shall continue to go in that downward path, with a slight hiccough possibly [TV Interview for London Weekend Television Weekend World].

Прем'єр-міністерка також вживає фінансові терміни, говорячи про єдину європейську валюту (a currency basket – a set of several currencies with different weightings [Investopedia]), наприклад: *We have already in London as a financial centre led the rest of Europe on saying there is this thing called the ECU, instead of issuing securities in terms of pounds. But we will issue some measured by the ECU so that what you get back is measured by a basket of currencies [Interview for Sunday Times].*

У політичному мовленні Маргарет Тетчер трапляються оніми, чи власні назви. Власне ім'я є поєднанням лінгвістичного та екстралінгвістичного планів, а його значення – це складний комплекс як мовної інформації (особливості існування імені в мові, етимологія його основи, мотиви іменування), так і

відомостей про властивості денотатів та специфіку застосування імені в різних ситуаціях. Серед онімів у політичній комунікації прем'єр-міністра Великобританії:

– назви континентів, країн, міст: *We have seen Vietnam and all of Indochina swallowed up by Communist aggression [Speech at Kensington Town Hall];*

– назви народів та етнічних груп: *Our ancestors – Celts, Saxons, Danes – came from the Continent [Speech to the College of Europe];*

– назви партій: *Within a week of the Helsinki conference, Mr Zarodov, a leading Soviet ideologue, was writing in Pravda about the need for the Communist Parties of Western Europe to forget about tactical compromises with Social Democrats, and take the offensive in order to bring about proletarian revolution [Speech at Kensington Town Hall];*

– історичні події: *Only miles from here, in Belgium, lie the bodies of 120,000 British soldiers who died in the First World War [Speech to the College of Europe];*

– імена політичних діячів різних країн: *It was Churchill and Eden who founded the reputation in foreign affairs. In America they looked to them as we looked to President Wilson in the last war [Speech in Sleaford];*

– імена інших відомих британських та закордонних персоналій: *But we must also heed the warnings of those, like Alexander Solzhenitsyn, who remind us that we have been fighting a kind of ‘Third World War’ over the entire period since 1945—and that we have been steadily losing ground [Speech at Kensington Town Hall];*

– найменування установ, періодичних видань, культурно-історичних об'єктів та ін., наприклад: *Indeed, Izvestiya recently argued that Soviet support for the Communist MPLA is “an investment in detente” —which gives us a good idea of what they really mean by the word [Speech at Kensington Town Hall].*

Вплив на реципієнта досягається словами з позитивною конотацією, які включають такі лексичні одиниці, як: justice, peace, freedom, democracy, society, dignity тощо: *What has happened in Australasia is part of a wider reawakening to*

the need to provide a more positive defence of the values and traditions on which Western civilisation, and prosperity, are based [Speech at Kensington Town Hall].

Мовні одиниці з негативною конотацією представлені такими лексемами та словосполученнями: violence, hateful, ideology, depression, the extremist, turmoil, jeopardy, the radicalism, struggle, tyranny, war, to frighten, chaos and retreat та інші, які несуть великий прагматичний потенціал і здійснюють потужний вплив на адресата, наприклад: *It is clear that internal violence—and above all political terrorism—will continue to pose a major challenge to all Western societies, and that it may be exploited as an instrument by the Communists [Speech at Kensington Town Hall].*

Caught up in the problems and hardships that Socialism has brought to Britain, we are sometimes in danger of failing to see the vast transformations taking place in the world that dwarf our own problems, great though they are [Speech at Kensington Town Hall].

Використання фразеологічного багатства характеризує М. Тетчер як політика, наближеного до народу. Незважаючи на її статусність і посаду, Маргарет Тетчер ототожнює себе з народом, що виявляється у вживанні стійких виразів, які найчастіше характеризують розмовний стиль мови. Використовувані фразеологізми надають промова Маргарет Тетчер жвавості, образності й емоційності, наприклад: *Most of us remember a time when although people saved for a rainy day, they couldn't hope to leave what one might call a capital sum to their children [Speech at Kensington Town Hall].*

У поданому прикладі Маргарет Тетчер використовує фразеологізм “to save for a rainy day” у значенні накопичення заощаджень (to save for a time in the future when something will be needed [Merriam-Webster]) і згадує час, коли люди хоч і збирали на «чорний день», але не могли сподіватися витратити цю суму на дітей.

Незважаючи на те, що Маргарет Тетчер як прем'єр-міністр у своїх промовах висвітлює питання політики, економіки тощо, вона часто використовує фразеологічні звороти, які надають іронічності висловлюванню.

Більш того, Маргарет Тетчер показує своє ставлення до навколишньої дійсності і висловлює свою думку про різні проблеми. Це пояснюється тим, що фразеологізм є поєднанням кумулятивної функції – функції фіксації та накопичення в своєму змісті суспільно значущого досвіду, інформації про факт дійсності, а також оціночно-характеризуючої функції (знання про певне явище дійсності та емоції, які при цьому відчуються), наприклад:

We were told ‘you can’t give council tenants the right to buy’. But we did and the houses sold like hot cakes [Speech to Conservative Party Conference].

Так, фразеологізм “to sell like hot cakes”, що семантично позначає швидкий продаж (to sell at a rapid rate [Merriam-Webster]), дозволяє Маргарет Тетчер пояснити причину великого попиту на нерухомість як наслідок скасування її урядом заборони на надання права продажу майна орендарям муніципального житла.

Фразеологізм “to bear fruit” (to produce a desired result or reward [Merriam-Webster]), вжитий у поданому нижче прикладі, є біблійною метафорою, яка трапляється в Євангелії за Матвієм. Оригінальне значення метафори в Біблії означає плоди духовної праці. Маргарет Тетчер використовує цей вислів з такою самою конотацією і вказує на те, що її партія може бути задоволена, оскільки політика дає свої результати в обговоренні з Радянським Союзом питання щодо застосування ядерної зброї: *Our policies, Conservative policies, are bearing fruit and we have every reason to be pleased [Speech to Conservative Party Conference].*

Особливістю введення в один контекст декількох фразеологічних оборотів є також прийом системно-функціональної пов’язаності вживання ФО, коли протягом промови здійснюється «вертикальний» зв’язок фразеологізмів та вживання кожної ФО естетично, тематично та ідеологічно структуровано з метою створення цілісного образу повідомлення. У поданому контексті Маргарет Тетчер використовує низку фразеологізмів: “winter of discontent”, що семантично позначає тривалий період тривоги (a sense of grievance [Merriam-Webster]), фразеологізм “autumn of understanding”, із семантикою

непорозуміння (a period of maturity or incipient decline [Merriam-Webster]), “winter of common sense”, що семантично позначає відсутність здорового глузду (a period of inactivity or decay [Merriam-Webster]): *If our people feel that they are part of a great nation and they are prepared to will the means to keep it great, a great nation we shall be, and shall remain. So, what can stop us from achieving this? What then stands in our way? The prospect of another winter of discontent? I suppose it might. But I prefer to believe that certain lessons have been learnt from experience, that we are coming, slowly, painfully, to an autumn of understanding. And I hope that it will be followed by a winter of common sense [Speech to Conservative Party Conference].*

За допомогою гри слів Маргарет Тетчер порівнює цей період тривоги і невдоволення із зимою, період непорозуміння – з осінню в надії на те, що економічна ситуація в країні покращиться наступного року. Це зумовлено тим, що Маргарет Тетчер бачила перспективи розвитку своєї держави і вважала, що наявні проблеми мали тимчасовий характер, які мали б завершитися з настанням більш сприятливого часу.

2.1.2. Стилiстичнi особливостi полiтичних промов Маргарет Тетчер

На рiвнi насиченостi мовлення стилiстичними засобами у висловлюваннях прем'єр-мiнiстра видiлено такi фонетичнi прийоми, як алiтерацiя та асонанс, що допомагають сформувати в публiки сприятливу реакцiю на виступ, акцентувати увагу слухачiв/читачiв на окремих тезах, посилення впливу тексту тощо:

But we do so, not as at some last flickering of a flame which must soon be dead. No—we rejoice that Britain has re-kindled that spirit which has fired her for generations past and which today has begun to burn as brightly as before [Speech to Conservative Rally at Cheltenham].

Now that the Election is over, may we get together and strive to serve and strengthen the country of which we're so proud to be a part [General election victory remarks].

All the signs are that we are winning the fight against inflation and that monetary growth is back on track [Interview for Sunday Times].

Найбільш яскравим показником політичного ставлення до міжнародних проблем є епітет, тобто стилістичний троп, який передає якісну чи відносну семантику, в якій виразно проявляється політична оцінка – і через неї позиція мовця: *And there are those who gnaw away at our national self-respect, rewriting British history as centuries of unrelieved gloom, oppression and failure [Speech to Conservative Party Conference].*

У публічних промовах простежується висока політична культура Тетчер, її вміння аналізувати найскладніші життєві явища. Завдяки використанню різноманітних яскравих епітетів створюється насичена та емоційна атмосфера виступу, наприклад: *When we return to power we shall reverse Mrs Castle's stupid and spiteful attack on hospital pay beds [Speech to Conservative Party Conference].*

Маргарет Тетчер влучно використовує метафоричні звороти, порівнюючи політичні рішення та дії з військовими акціями: *...I have not much room for manoeuvre, but we have to start out from there and see where we get [Press Conference after Dublin European Council].*

In its first seventeen months this Government has laid the foundations for recovery. But there was a formidable barricade of obstacles that we had to sweep aside [Speech to Conservative Party Conference].

Політична арена уявляється прем'єр-міністерці боксерським рингом, на якому вона зобов'язана захищати свої переконання: *I am prepared to fight for choice. Why are other people afraid? And I would fight my corner. I always fight my corner [Interview for Sunday Times].*

Великобританія, зокрема економіка країни, метафорично представляється Тетчер незалежним кораблем у світовому океані; завдання прем'єр-міністра як глави уряду – не допустити «розгойдування корабля» та гідно провести його

кризь негоду економічної нестабільності, що виражається у використанні ланцюгової метафори: *There will be a number of people, and I think the Labour Party programme is one, who can rock the boat. They have been rocking the boat. All I can do is to try to keep the boat steady, and that means saying very firmly the policies will continue. We may go through a period of rocking, but if we keep our policies firm and do all the right things, you know, keep public spending under control, keep the budget deficit low, keep public borrowing down, keep the money supply under control. These are the things that will tell, and the boat will come through surely and steadily, and sterling will stay firm [TV Interview for London Weekend Television Weekend World].*

За допомогою метонімії прем'єр-міністр описує внесок кожного жителя в перемогу над Фольклендами; говорячи про верфи і суднобудівні заводи, Тетчер має на увазі фахівців, інженерів, робітників, які працюють на благо країни:

It took the battle in the South Atlantic for the shipyards to adapt ships way ahead of time; for dockyards to refit merchantmen and cruise liners, to fix helicopter platforms, to convert hospital ships – all faster than was thought possible; it took the demands of war for every stop to be pulled out and every man and woman to do their best [Speech to Conservative Rally at Cheltenham].

Маргарет Тетчер також часто вдається до використання антитези – стилістичного прийому протиставлення контрастних за своїм характером словесних образів, що розкривають контрадикторну сутність позначуваного, несумісність різних сторін предмета, явища чи самих предметів і явищ, наприклад: *If there are further cuts, perhaps the Defence Secretary should change his title, for the sake of accuracy, to the Secretary for Insecurity [Speech to Conservative Party Conference].*

The lesson of the economic history of Europe in the 70's and 80's is that central planning and detailed control do not work and that personal endeavour and initiative do [Speech to the College of Europe].

Антитеза надає всьому висловленню стилістичної маркованості, ефекту новизни, що створюється нетрадиційністю опозицій, забезпечує особливу виразність.

Подання інформації з використанням такого стилістичного засобу як порівняння дозволяє забезпечити вигідну оратору інтерпретацію: *They would remember the retort of Mr. Churchill to a French General who said at the most critical time of the war that Britain was down and out and that it would have its neck wrung like a chicken [Speech in Sleaford].*

Наприклад, яскраве порівняння “spending money like water” в описах розподілу державного бюджету попереднім Урядом дозволяє Тетчер підвищити емоційну насиченість і образність висловлювання: *If spending money like water was the answer to our country’s problems, we would have no problems now. If ever a nation has spent, spent, spent and spent again, ours has [Speech to Conservative Party Conference].*

Таким чином, їй вдається спровокувати в слухачів негативне ставлення до представників опозиційної партії, винної в бездумному марнотратстві національного бюджету.

Мовлення Маргарет Тетчер рясніє лексичними повторами, які посилюють враження та увагу слухачів: *I will go on criticising Socialism, and opposing Socialism because it is bad for Britain – and Britain and Socialism are not the same thing [Speech to Conservative Party Conference]*

Yet they are not prosperous as we in the West are prosperous, and they are not free as we in the West are free [Speech to Conservative Party Conference].

У цих висловлюваннях акцент робиться на слова *free, prosperous* і *Socialism*, вони виділяють головну думку висловлювання, а також збільшують емоційний вплив на слухача.

Повтор ключових слів спрямований на навіювання тверджень, що висуваються, і встановлення авторитету оратора. Прем’єр-міністерка використовує лексичні повтори для привернення уваги до своєї промови: *It*

[budget] is a much much more complicated subject than many people realize [Press Conference after Dublin European Council].

If ever a nation has spent, spent, spent and spent again, ours has [Speech to Conservative Party Conference].

Now, you would never have expected me to settle for one-third of a loaf, and indeed, it would still have left Britain with much much much too big a net contribution — a contribution next year of the same size as the German one and many many many times that of France [Press Conference after Dublin European Council].

В останньому прикладі повтор займенників *much* і *many* посилений повтором-підхопленням слова *contribution* всередині речення.

У наступному прикладі використовується повтор-підхоплення частини метафори, якою Тетчер позиціонує свою особисту відповідальність за прийняття політичних рішень: “*I have not very much room for manoeuvre, but room I have is that I am prepared to use to seek to find a genuine compromise*” [Press Conference after Dublin European Council, 1979].

Синонімічний повтор у промовах Тетчер дозволяє прем'єр-міністерці комплексно оцінити дії уряду та політичні наміри опонентів: “*...many of my fellow Heads of Government find our policies not strange, unusual or revolutionary, but normal, sound and honest*” [Speech to Conservative Party Conference ('the lady's not for turning'), 1980].

“Those who urge us to relax the squeeze, to spend yet more money indiscriminately in the belief that it will help the unemployed and the small businessmen are not being kind or compassionate or caring” [Speech to Conservative Party Conference ('the lady's not for turning')].

В останньому прикладі синонімічний повтор посилено алітерацією.

Зрештою, будь-який виступ політичного діяча не обходиться без вживання цитат як потужний спосіб аргументації та впливу на електорат. Так, у промові Тетчер трапляються висловлювання:

1) У. Черчіля: *“If you give in to aggression there will be no end to the humiliation you will have to suffer”* [Speech to Conservative Party Conference, 1990];

2) Т.Рузвельта: *“No man is above the law, and no man is below it; nor do we ask any man’s permission when we require him to obey it. Obedience to the law is demanded as a right – not asked as a favour”* [Speech to Conservative Party Conference, 1984];

3) О.Ф. Бісмарка: *“Do I want war? Of course not! I want victory!”* [Speech to Conservative Party Conference, 1982];

4) С. Голдвіна: *“Never prophesy, especially about the future”* [Speech to Conservative Party Conference ('the lady's not for turning')];

5) Ф. Дрейка: *“Oh Lord God, when Thou givest to Thy Servants to endeavour any great matter, grant us to know that it is not the beginning but the continuing of the same until it be thoroughly finished, which yieldeth the true glory!”* [Address to a Joint Session of Congress];

6) А. Лінкольна: *“With malice towards none, with charity for all, with firmness in the right that God gives us to see the right. Let us strive on to finish the work we are in, to do all which may achieve and cherish a just and lasting peace among ourselves and with all nations!”* [Address to a Joint Session of Congress].

Посилаючись на авторитетні джерела, Маргарет Тетчер прагне найбільш ефективно пояснити мотиви своїх дій і переконати аудиторію в їхній правомірності.

На синтаксичному рівні у висловлюваннях прем’єр-міністра виокремлюється такий прийом, як інверсія, спрямована на формування емоційного настрою: *Now is the time for management to lift its sights and to lead with the professionalism and effectiveness it knows is possible* [Speech to Conservative Rally at Cheltenham, 1982].

Make no mistake! Free Kuwait we shall! [Speech at Lord Mayor’s Banquet, 1990]

У наступному висловлюванні Тетчер емпатично звертається до аудиторії за допомогою словосполучення *believe you me*, в якому займенник *you* зазвичай опускається; прем'єр-міністерка акцентує увагу собі за допомогою особистих займенників *me* та *I*. Цей прийом слугує встановленню авторитету оратора: *Believe you me, we still have a much freer country on trade than some of those European countries... But I am aware that the short term problems hit unevenly and they do particularly hit mortgage payers and, believe you me, the amount that people are paying on mortgage for many of them it is a much bigger factor than the community charge* [Interview for Sunday Times].

Синтаксичні повтори сприяють автоматизації сприйняття тез виступу та реалізують тактику встановлення авторитету оратора; у наступному висловленні прем'єр-міністерка послідовно заявляє про можливість зупинення зростання ПДВ, використовуючи анафору та рамкову конструкцію: *It is possible if there is the will. It is perfectly possible if there is the will. You could have a very simple mechanism. One of the mechanisms we proposed for bringing receipts up was a very simple one — that there should be a cash refund of our money ... [...] It is perfectly possible and there is enough left within the 1%; VAT ceiling – perfectly possible, if there is the will* [Press Conference after Dublin European Council, 1979].

Анафоричні повтори сприяють формуванню емоційного настрою слухача, часто використання особистого займенника *we* спрямоване на інтеграцію аудиторії та оратора: *We in Britain, together with Germany, are the financiers of the European Economic Community. We are a poor country. We are the seventh poorest out of the nine, whereas Germany is one of the wealthier ones. We, next year, will contribute more than Germany. We are saying we cannot go on financing the Community; we cannot go on putting money in the Community's coffers* [Press Conference after Dublin European Council, 1979].

We are fighting, as we have always fought, for the weak as well as for the strong. We are fighting for great and good causes. We are fighting to them against the power and might of those who rise up to challenge them [Speech to Conservative Party Conference, 1984].

Для формування емоційного настрою також характерним є такий прийом, як анадиплосис: *But all this will avail us little unless we achieve our prime economic objective – the defeat of inflation. Inflation destroys nations and societies as surely as invading armies do. Inflation is the parent of unemployment* [Speech to Conservative Party Conference ('the lady's not for turning')].

Тетчер була послідовна у своїх висловлюваннях та діях і вимагала від політичного співтовариства такого ж ставлення до роботи; за допомогою епіфори в наступному прикладі прем'єр-міністерка закликає Європейське співтовариство дотримуватися обумовлених раніше умов: *It is a case which was in line with one of the assurances given us when we entered the Community and which is committed to writing: that if inequitable situations arose, then it would be up to the Community to find a solution. Such a situation has arisen. We are asking the Community to find a solution* [Press Conference after Dublin European Council].

Члени речення, що повторюються, можуть бути розташовані в порядку наростання інтенсивності, таким чином утворюючи фігуру градації: *We agree with structure, but it will take a long time — too long for the budget. They could quite well say, 'Well, we have got fewer responsibilities now for education, we can spend the money elsewhere', and you would finish up with higher taxation, a higher community charge and much higher government and local government expenditure* [Interview for Sunday Times].

Тетчер використовувала паралельні синтаксичні конструкції, що особливо легко сприймаються на слух: *The year previously, we hadn't hesitated just before a Conservative Party Conference to put it up, because that was the right thing to do. This time we didn't hesitate to put it down, because that was the right thing to do* [Interview for Sunday Times].

Навіюванню тверджень, що висуваються, також сприяє використання паралельних конструкцій, в яких члени речення дзеркально змінюють свою синтаксичну роль, тобто хіазму: *Without a healthy economy we cannot have a healthy society. Without a healthy society the economy will not stay healthy for long* [Speech to Conservative Party Conference ('the lady's not for turning')].

Industry is becoming more scientific-minded: scientists more industry-minded. Both have a responsibility to recognize the practical value of the ideas which are being developed [Speech to the Royal Society, 1988].

Питальні форми речення, зокрема риторичні питання, є притаманними для промов Маргарет Тетчер; зміна інтонації, викликана запитальною формою, привертає увагу слухачів, перериваючи одноманітність інтонаційного малюнка промови: *And where better to take a stand than here in Plymouth?* [Leader's speech, Brighton 1980 Margaret Thatcher].

Риторичним питанням, додатково актуалізуючи увагу слухачів за рахунок зміни інтонації, Маргарет Тетчер переконує електорат у неоднозначному характері та складності ухвалення політичних рішень. У поданих нижче прикладах цей прийом сприяє демонстрації відповідальності глави держави у складній економічній ситуації: *If I could press a button and genuinely solve the unemployment problem, do you think that I would not press that button this instant? Does anyone imagine that there is the smallest political gain in letting this unemployment continues, or that there is some obscure economic religion which demands this unemployment as part of its ritual?* [Speech to Conservative Party Conference]

Функція риторичного питання не зводиться лише до вираження особливої експресивності висловлювання, а також полягає у вибудовуванні питально-відповідної форми викладу думки, що робить промовлений оратором текст менш складним для сприйняття аудиторією: *What sort of twisted compassion is that?* [Thatcher's report to the House of Commons on the Rome Summit].

Завдяки вживанню питально-відповідної форми складається враження, що оратор і слухач спільно вирішували важливі політичні питання, що незмінно вело до встановлення довірчих відносин між ними: *“What are our chances of success? It depends what kind of people we are. Well, what kind of people are we? We are the people that in the past made Great Britain the Workshop of the World”* [Speech to Conservative Party Conference, 1975].

Маргарет Тетчер вміло використовувала різні виразні та стилістичні засоби мови з метою впливу на аудиторію. Для встановлення більш тісного контакту з аудиторією вона використовувала у своїх виступах стилістичні засоби на усіх рівнях мови. Відкритість, точність та чіткість її публічного мовлення справляли сильне враження на публіку, а також приносили бажаний результат.

2.2. Характеристика дискурсу Терези Мей

Політична кар'єра Терези Мей розпочалася 1997 р. У 2002 р. пані Мей стала першою жінкою – головою Консервативної партії, а 2010 р. прийняла призначення на посаду міністерки внутрішніх справ та одночасно міністерки у справах жінок та рівноправності. У 2016 р. Тереза Мей стає другою жінкою в історії Сполученого Королівства (після Маргарет Тетчер), яка обійняла посаду прем'єр-міністерки. За версією журналу «Forbes», Тереза Мей стала другою у списку найвпливовіших жінок світу у 2017 р.

Мовна особистість політичного лідера – багатокomпонентна модель, що включає вербально-семантичний, ціннісний і культурологічний, особистісний компоненти. Вербально-семантичний компонент мовної особистості передбачає володіння всіма лексичними та стилістичними можливостями мови. У якості практичного матеріалу було обрано 9 публічних виступів прем'єр-міністерки (промови, інтерв'ю, коментарі, офіційні листи).

2.2.1. Лексичні особливості політичних промов Терези Мей

З лексичної точки зору мовлення Терези Мей багато в чому нагадує мовлення Маргарет Тетчер. У своїх виступах прем'єр-міністерка постійно використовує літературно-книжкову лексику, у тому числі офіційні чи піднесені синоніми нейтральних слів: *At this momentous time, it is more important than ever that we face the future together, united by what makes us strong: the bonds*

that unite us as a people, and our shared interest in the UK being an open, successful trading nation in the future [U.K's Plan for Brexit].

Використання літературно-книжної, запозичень, термінів сприяє формуванню емоційного настрою аудиторії: *Part of that will mean working very carefully to ensure that - as powers are repatriated from Brussels back to Britain - the right powers are returned to Westminster, and the right powers are passed to the devolved administrations of Scotland, Wales and Northern Ireland [U.K's Plan for Brexit].*

The victors have the responsibility to act magnanimously. [U.K's Plan for Brexit]

Розмовна лексика, яка також характерна для стилю Терези Мей, представлена здебільшого фразовими дієсловами та похідними від них іменниками та прикметниками: *Not partial membership of the European Union, associate membership of the European Union, or anything that leaves us half-in, half-out [U.K's Plan for Brexit].*

But those who urge us to reveal more – such as the blow-by-blow details of our negotiating strategy, the areas in which we might compromise, the places where we think there are potential trade-offs – will not be acting in the national interest [U.K's Plan for Brexit].

Закономірно, що виступам Терези Мей властиво активне використання політичної термінології: *elected into government; referendum; won a majority; House of Commons; Nation agenda; social justice; to announce candidacy; leadership; to invoke Article Fifty; negotiating strategy; disrupt consumption; legislation; social justice тощо, наприклад: The referendum was divisive at times. And those divisions have taken time to heal [U.K's Plan for Brexit].*

The House of Commons has voted overwhelmingly for us to get on with it [U.K's Plan for Brexit].

Indeed, under my leadership, not only will the Government protect the rights of workers' set out in European legislation, we will build on them [U.K's Plan for Brexit].

Ще зі студентської лави Тереза Мей опановувала мистецтво публічних виступів і є чудовим взірцем політичної риторики.

Прем'єр-міністерка використовує фінансові та економічні терміни: a budget surplus, budget deficit, income tax, mortgage, economic infrastructure, наприклад: *Since joining the EU, trade as a percentage of GDP has broadly stagnated in the UK. That is why it is time for Britain to get out into the world and rediscover its role as a great, global, trading nation [U.K's Plan for Brexit].*

And the second reason I believe it is possible to reach a good deal is that the kind of agreement I have described today is the economically rational thing that both Britain and the EU should aim for. Because trade is not a zero sum game: more of it makes us all more prosperous [U.K's Plan for Brexit].

Фінансовий термін cliff-edge (economics, in taxation, a situation where a small increase in income leads to a large loss of benefits or increase in taxes due) вживається прем'єр-міністеркою для опису політичної ситуації, пов'язаної з Брекситом: *For as I have said before - it is in no ones interests for there to be a cliff-edge for business or a threat to stability, as we change from our existing relationship to a new partnership with the EU [U.K's Plan for Brexit].*

But the purpose is clear: we will seek to avoid a disruptive cliff-edge, and we will do everything we can to phase in the new arrangements we require as Britain and the EU move towards our new partnership [U.K's Plan for Brexit].

Характерними рисами лексики політичного дискурсу Терези Мей є дуже широке використання кліше та штампів: last but not least – нарешті, що не менш важливо; apart from the fact that – крім того, що; in the absence of – в умовах відсутності; to the extent that – за умови, що; by the same token – аналогічно до цього; to take / hold the view that – дотримуватися думки, що; strictly speaking – строго кажучи; the above-said – підбиваючи підсумок вищесказаного; to bear in mind – брати до уваги, наприклад: *From space exploration to clean energy to medical technologies, Britain will remain at the forefront of collective endeavours to better understand, and make better, the world in which we live [U.K's Plan for Brexit].*

Характер політичних промов передбачає використання різноманітних онімів. Подібно до Маргарет Тетчер, у мовленні Терези Мей спостерігаємо такі власні назви:

1) континентів, країн, міст тощо: *It means we believe in the Union: the precious, precious bond between England, Scotland, Wales and Northern Ireland [Statement from the new Prime Minister Theresa May];*

2) імена закордонних та британських політичних діячів: *And President Elect Trump has said Britain is not “at the back of the queue” for a trade deal with the United States, the world’s biggest economy, but front of the line [U.K’s Plan for Brexit];*

3) назви організацій, співтовариств, союзів: *As we leave the European Union, we will forge a bold new positive role for ourselves in the world, and we will make Britain a country that works not for a privileged few, but for every one of us [Statement from the new Prime Minister Theresa May];*

4) назви партій: *Because not everybody knows this, but the full title of my party is the Conservative and Unionist Party, and that word ‘unionist’ is very important to me [Statement from the new Prime Minister Theresa May].*

Незважаючи на складну ситуацію в країні, тон мовлення має позитивний характер, мовні засоби вираження ретельно вивірені й підібрані та включають такі одиниці з позитивною конотацією, як peace, stability, secure, prosperous, interests, values, brighter future, potential, genuine, growth: *Britain has led Europe on the measures needed to keep our continent secure – whether it is implementing sanctions against Russia following its action in Crimea, working for peace and stability in the Balkans, or securing Europe’s external border [U.K’s Plan for Brexit].*

They are the basis for a new, strong, constructive partnership with the European Union – a partnership of friends and allies, of interests and values [U.K’s Plan for Brexit].

Лексеми з негативною конотацією спостерігаємо в нижче поданому контексті: *All of us in Europe face the challenge of cross-border crime, a deadly terrorist threat, and the dangers presented by hostile states [U.K's Plan for Brexit].*

Мовлення прем'єр-міністра характеризується використанням неологізмів, що виконують номінативну та прагматичну функцію. Поява нового слова тісно пов'язана із соціальною потребою в тій чи іншій лексичній одиниці. Так, у мовленні Терези Мей з'явилося слово *Brexit*, яке набуло широкого поширення для позначення великої політичної події в новітній історії: *This has not been taken into account by the markets. At the same time, traders confidently evaluate the influence of Brexit on both the British and the global economy, there is another possibility that they did not consider: The United Kingdom may not leave the European Union [Brexit means Brexit].*

У газеті "The Times" Тереза Мей іронічно коментує появу такої кількості неологізмів: *Will I be the first to introduce the term Brecession? This is the name of the internal recession, which does not reflect global trends, it is domestic. I will receive my prize when Brexit leads to Brecession and ends at Bremorse. This entire curse will be reviewed, and the final victory will come to Bremain. Now you need a period of calm Breflection [The Times]*

Неологізми можуть виконувати різні функції, зокрема номінативну, але в мовленні прем'єр-міністра вони переважно висловлюють її суб'єктивну оцінку цього явища, що принесла їй багато труднощів у політичній кар'єрі: *The warm way can hardly be considered a departure. This is called 'Breturn', when the state returns to the status quo [The Times].*

Використання неологізмів є одним із найбільш діючих лексичних способів для привернення уваги адресата. Також вони вживаються як комунікативна стратегія мовця, що прагне досягти своїх комунікативних цілей, наприклад, для переконання аудиторії: *Why we will go further to reform our schools to ensure every child has the knowledge and the skills they need to thrive in post-Brexit Britain [U.K's Plan for Brexit].*

Лексика політкоректних висловлювань Терези Мей представлена в основному евфемізмами, більшу частину з яких складають лексичні одиниці, які безпосередньо відображають ідеї політичної коректності, тобто пом'якшують різні види дискримінації, такі як: black – темношкірий (замінює a Negro – негр); injustices – несправедливості (замінює social and economic problems – соціальні та економічні проблеми); pessimists – песимісти (замінює adversaries – противники); armed forces – збройні сили (замінює troops – війська); the budget deficit – дефіцит бюджету (the shortage of funds – брак коштів); an important moment – важливий момент (замінює Brexit – вихід Великої Британії з ЄС) тощо.

Наприклад, Тереза Мей уникає вживання слів poor (бідні) і rich (багаті), звертаючись до складніших конструкцій, що описують як становище соціально незахищених і малозабезпечених груп населення, так і сильних світу цього, не принижуючи людську гідність перших: *I said that the Government I lead will be driven not by the interests of a privileged few, but by the interests of ordinary, working-class families [Statement from the new Prime Minister].*

He made sure that people on the lowest wages paid no income tax at all [Brexit speech to Conservative conference].

У наступному прикладі прем'єр-міністр уникає лексики, що прямо вказує на осіб сексуальних меншин, яка може вважатися непристойною і зачіпати почуття людей: *And he won the right for two people who love one another - regardless of their sexuality -to marry [Brexit speech to Conservative conference].*

Політично коректна лексика є не лише потужним засобом протистояння вербальній агресії, що реалізується в рамках стратегії ввічливої та поважної комунікації, а й способом досягнення політиками цілей у переконанні учасників комунікації у правильності свого курсу.

Фразеологія мови, будучи її найвиразнішою частиною, у руках політика стає дієвим інструментом втілення публіцистичного чи художнього образу, розкриття своєї політичної позиції.

Політичному дискурсу Терези Мей властиве вживання фразеологізмів, яскравих порівнянь, що мають розмовний характер: *I don't often wear my heart on my sleeve; to rejoin it through the back door; nobody should fool themselves; to wriggle out of that; no coronation brought about by back-room deals; there is a great hunger for this kind of One Nation vision [Launch Statement].*

Фразеологічні ресурси, поруч із лексичними, характеризують мовленнєву манеру мовця, невіддільні від творчої особистості оповідача, ідейного задуму й образної системи публічної промови, наприклад: *We don't need – as I sometimes hear people say – to ‘punch above our weight’. Because our weight is substantial enough already. So let's ignore the pessimists, let's have the confidence in ourselves to go out into the world, securing trade deals, winning contracts, generating wealth and creating jobs [Brexit speech to Conservative conference].*

Використовуючи фразеологізм “to punch above (one's) weight” (to perform, achieve, or do something at a level that is considered beyond one's abilities, talents, or personal attributes [Merriam Webster]), Тереза Мей вселяє оптимізм у своїх слухачів, назвавши противників песимістами, і не забуває натякнути на всіх тих, хто вважає, що Великобританія про себе занадто високої думки на політичній арені.

Фразеологічні одиниці в мовленні британського прем'єр-міністра виконують функцію вираження оцінки того, що відбувається, наприклад: *I made this pledge then, to the people that I serve: I know you're working around the clock, I know you're doing your best, and I know that sometimes life can be a struggle [Statement from the new Prime Minister].*

Вживаючи фразеологічну одиницю “to turn the clock back” (if you try to turn the clock back, you want things to be the way they were in the past [Merriam Webster]), Тереза Мей фокусує увагу слухачів на важливості нового плану, що розробив її уряд для виходу Великобританії з ЄС: *We do not want to turn the clock back to the days when Europe was less peaceful, less secure and less able to trade freely [U.K's Plan for Brexit].*

Фразеологізм “a blank sheet of paper” (an opportunity to start fresh despite past mistakes or problems [Merriam Webster]) закріплює у свідомості слухача образ книги, новий розділ якої зараз починають. У проведенні подібної паралелі Тереза Мей натякає на багаторічну історію відносин Великобританії та ЄС та небажання Великобританії повністю обривати всі діючі економіко-політичні зв'язки: *But as we work out together how to do so, we do not start with a blank sheet of paper, like other external partners negotiating a free trade deal from scratch have done [Florence speech]*.

У промові прем'єр-міністра Великобританії фігурують такі фразеологічні одиниці, які характеризують її як політика, близького до народу, що не приховує своїх емоцій – ‘*to wear heart on sleeves*’; окреслюють політику її уряду – ‘*we have provided stability and crucially we have rolled our sleeves up*’; ‘*it's why we will put the preservation of our precious Union at the heart of everything we do*’; та викривають діяльність опонентів – ‘*to leave out in the cold*’; ‘*this support was given behind the scenes*’.

Фразеологізми мають великий емоційно-оцінний і експресивний потенціал, що робить мовлення політичних діячів, таких як Тереза Мей, особливо яскравим.

2.2.2. Стилiстичнi особливостi полiтичних промов Терези Мей

На стилістичному рівні мовна особистість Терези Мей проявляється у використанні лексичних і синтаксичних стилістичних засобів.

Як і всі британські політики, Тереза Мей не цурається вживання метафор, що апелюють до емоційної складової аудиторії: *Whether you supported Leave or Remain in the referendum campaign – and whether you predicted the sky would fall in or whether you didn't – the result means we face a period of uncertainty that needs to be addressed head on [Launch Statement]*.

Метафора характеризується високим ступенем експресивності, показує авторське бачення світу, образно характеризує предмет, явище, наприклад: *And*

they did so with their eyes open: accepting that the road ahead will be uncertain at times, but believing that it leads towards a brighter future for their children – and their grandchildren too [U.K's Plan for Brexit].

У поданому нижче прикладі метафора приховано порівнює перебування Великобританії у складі ЄС із прочитанням нудного розділу у книзі, пропуск якого впливає на розуміння подальшого сюжету, а тому неможливий. Новий розділ, тобто вихід із ЄС, у цьому контексті обіцяє порятунок від набридлої монотонності: *And it is an exciting time for many in Europe too. The European Union is beginning a new chapter in the story of its development [Florence speech].*

Метафори і метонімії в політичному дискурсі, головним чином, виникають у результаті сполучуваності. Це інструменти, за допомогою яких адресант будує композицію політичної промови, передає її смисл: *Britain has always – and will always – stand with its friends and allies in defence of these values [Florence speech].*

Епітет як один із поетичних засобів вживається політиком для досягнення бажаної реакції на висловлювання з боку читача чи слухача: *That means fighting against the burning injustice that, if you're born poor, you will die on average 9 years earlier than others [Statement from the new Prime Minister].*

Епітети дозволяють прем'єр-міністру увиразнити політичні поняття, роблять їх більш об'ємними, наприклад: *We've just emerged from a bruising and often divisive campaign [Launch Statement].*

Порівняння – зіставлення одного предмета з іншим з метою створення художнього опису першого – сприяє виявленню, крім основних, додаткових ознак описуваних понять, наприклад: *You can respond by trying to hold things together by force, tightening a vice-like grip that ends up crushing into tiny pieces the very things you want to protect [U.K's Plan for Brexit].*

Тереза Мей використовує антитезу для зіставлення двох протилежних думок або образів для більшої сили та яскравості вираження, наприклад: *A country that gets out into the world to build relationships with old friends and new allies alike [U.K's Plan for Brexit].*

Цей прийом допомагає Терезі Мей наголосити на перевагах вільної торгівлі між Великобританією та Європейським Союзом, показує її особисте ставлення до описуваних явищ, наприклад: *Free trade between Britain and the European Union means more trade, and more trade means more jobs and more wealth creation. The erection of new barriers to trade, meanwhile, means the reverse: less trade, fewer jobs, lower growth [U.K's Plan for Brexit].*

Прем'єр-міністерка використовує численні лексичні повтори, спрямовані на автоматизацію сприйняття тез виступу: *It means we believe in the Union: the precious, precious bond between England, Scotland, Wales and Northern Ireland* [Statement from the new Prime Minister].

На синтаксичному рівні Тереза Мей використовує анафору, анадиплосис, паралельні конструкції, риторичні запитання, перелічення, градацію тощо.

Анафора посилює відчуття внутрішньої єдності європейських народів перед зовнішньою загрозою. За допомогою цього стилістичного засобу Тереза Мей відстоює інтереси свого народу, послідовно та структуровано викладаючи думки: *Every vote for the Conservatives will make it harder for opposition politicians who want to stop me from getting the job done. Every vote for the Conservatives will make me stronger when I negotiate for Britain with the prime ministers, presidents and chancellors of the EU. Every vote for the Conservatives will mean we can stick to our plan for a stronger Britain and take the right long-term decisions for a more secure future*” [General election statement].

Анафора демонструє не лише багаторічний досвід співробітництва, а й є запевненням у сталості соціально-політичних та економічних зв'язків між учасниками договору: *We will always be a champion of economic openness; we will always be a country whose pitch to the world is high standards at home ...* [Florence speech].

Анадиплосис – прийом, у якому одне чи кілька слів повторюються в такий спосіб, що останнє слово чи фраза першої частини відрізка мови повторюється на початку наступної частини. Тереза Мей часто використовує цей прийом, щоб утвердити свою позицію і наголосити на головній думці

висловлювання: *Here in Italy today, our two countries are working together to tackle some of the greatest challenges of our time; challenges where all too often geography has put Italy on the frontline [Florence speech].*

Для промов Терези Мей характерні паралельні синтаксичні конструкції, що надають мовленню ритмічності. Синтаксичний повтор, виражений паралелізмом, – це прийом, у якому подібні за граматичною та семантичною структурою елементи, перебувають у суміжних частинах тексту, але створюють єдиний образ. За допомогою цього прийому Терезі Мей вдається виділити найбільш значні частини висловлювання, додаючи їм експресивності та глибини. Часте використання паралелізму дозволяє Мей чітко збудувати ієрархію цінностей, показати аргументований план дій, які слід зробити для добробуту всього суспільства: *When we take the big calls, we'll think not of the powerful, but you. When we pass new laws, we'll listen not to the mighty but to you. When it comes to taxes, we'll prioritise not the wealthy, but you. When it comes to opportunity, we won't entrench the advantages of the fortunate few* [Statement from the new Prime Minister].

Цей виразний засіб мови є типовим для ораторського мовлення. Зміст, виражений у паралельних конструкціях, особливо легко сприймається на слух і сприяє встановленню авторитету оратора: *If you're black, you're treated more harshly by the criminal justice system than if you're white. If you're a white, working-class boy, you're less likely than anybody else in Britain to go to university. If you're at a state school, you're less likely to reach the top professions than if you're educated privately. If you're a woman, you will earn less than a man. If you suffer from mental health problems, there's not enough help to hand. If you're young, you'll find it harder than ever before to own your own home* [Statement from the new Prime Minister Theresa May].

Перелічення створюється повторенням однорідних синтаксичних одиниць – як окремих членів речення, так і словосполучень. Перелічення ґрунтується на синтаксичному процесі розширення, під яким розуміється додавання до деякої синтаксичної одиниці інших одиниць того ж

синтаксичного статусу і загальної з нею синтаксичного зв'язку в структурі речення. Процес розгортання мовного ряду у промовах Т. Мей, провідною ознакою якого є контактне розташування компонентів у лінійному ряду, надає цій конструкції стилістичної значимості, наприклад: *This is firstly because, having held conversations with almost every leader from every single EU member state; having spent time talking to the senior figures from the European institutions, including President Tusk, President Juncker, and President Schulz; and after my Cabinet colleagues David Davis, Philip Hammond and Boris Johnson have done the same with their interlocutors, I am confident that the vast majority want a positive relationship between the UK and the EU after Brexit [U.K's Plan for Brexit].*

Градація – розташування висловлювань, що мають відношення до одного предмета, у послідовності відповідно інтонації – емоційного посилення чи пониження. Стилiстичний прийом градації, використаний прем'єр-міністеркою в багатьох її виступах, робить її політичні промови ефективнішими, наприклад:

The United Kingdom has outstanding capabilities. We have the biggest defence budget in Europe, and one of the largest development budgets in the world. We have a far-reaching diplomatic network, and world class security, intelligence and law enforcement services [Florence speech].

Необхідно зазначити, що проведений аналіз практичного матеріалу показує, що ораторський стиль Терези Мей має свої особливості щодо використання оратором лексичних і синтаксичних стилістичних засобів.

Висновки до розділу 2

Розгляд мовленнєвої особи британських прем'єр-міністерок Маргарет Тетчер та Терези Мей дозволило виявити лексичні та стилістичні засоби створення їхнього політичного образу.

Лексичний рівень репрезентації мовної особистості Маргарет Тетчер включає нейтральну, розмовну та книжкову лексику, політичну та економічну термінологію, оніми, клішовані фрази, лексику з позитивною та негативною

конотацією. Частотне використання цих лексичних одиниць у промові М. Тетчер вказують на те, що вона була успішним політичним лідером, яка вдало просувала ідеї своєї партії. Внаслідок того, що фразеологічний фонд мови тісно пов'язаний з її культурним кодом, стійкі словесні комплекси, що використовуються в промові Маргарет Тетчер, формують національно-культурні рамки політичного дискурсу.

Специфіку вербальної поведінки визначає належність репрезентанта до політичної посади, яка передбачає використання стандартних для оратора прийомів, таких як алітерація, асонанс, епітет, метафора, метонімія, порівняння, лексичні та синонімічні повтори, синтаксичні повтори (анафора, епіфора, анадиплосис), інверсія, паралельні та рамкові синтаксичні конструкції, риторичні питання.

Аналіз промов Терези Мей дає можливість охарактеризувати її як мовну особистість, здатну закликати аудиторію до правильних дій, використовуючи чіткі аргументи. Вона використовує нейтральну, розмовну та книжкову лексику, політичну, фінансово-економічну термінологію, оніми, неологізми, евфемізми. Проведений аналіз публічного виступу прем'єр-міністра Великобританії дозволяє зробити висновок, що політкоректність на сьогодні є невід'ємною частиною британського політичного дискурсу.

Фразеологічні одиниці, завдяки образності та змістовності, часто використовуються в політичному мовленні та виступають як яскравий виразний засіб, а також реалізують необхідну прагматичну функцію мови. З їхньою допомогою Тереза Мей впливає на електорат та членів власної партії.

Її вербальній системі властиві чіткість, аргументованість і переконливість, а також яскравість та образність, що досягається використанням метафори, епітетів, метонімії, порівняння, антитези тощо. Важливим елементом політичного мовлення також є прийоми стилістичного синтаксису, фігури мови, що допомагають досягти експресивності та динамічності висловлювання, які включають анафору, анадиплосис, паралельні конструкції, риторичні запитання, перелічення, градацію.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ БРИТАНСЬКОГО ПОЛІТИКА

3.1. Медіа-презентація Маргарет Тетчер та Терези Мей

Медійний портрет можна розглядати як образ публічної особи, який створюється засобами масової інформації шляхом інформування аудиторії про її особистісні, суспільні та професійні якості. Медійний портрет політика ситуативно залежний, не статичний і може змінюватися, події в його діяльності визначає сприйняття і формування оцінки політика адресатом. Те, яким буде уявлення про політика у свідомості аудиторії, часто залежить від позиції ЗМІ, тобто саме в медіадискурсі здійснюється створення образу політичного лідера.

З одного боку, портрет політичного діяча може формуватися на основі дискурсу самого політика (його офіційних та неофіційних виступів); з іншого боку – на основі матеріалів ЗМІ, що описують діяльність політика, оцінюють прийняті ним рішення та обговорюють перспективи розвитку подій; біографічних і політологічних матеріалів, що аналізують діяльність політика.

Медійний образ створюється на основі реальних фактів, але при цьому він, безумовно, є продуктом образного осмислення реального світу журналістом, оскільки засоби масової інформації найчастіше маніпулюють суспільною свідомістю, і тому відбір, редагування, а найчастіше і деформація, і структуризація матеріалу здійснюються навмисно, залежно від світоглядних та ідеологічних позицій замовника газетного матеріалу.

3.1.1. Медійний образ Маргарет Тетчер

Стать як зовнішня характеристика виражається лексико-граматично: за допомогою вживання жіночих власних назв, лексем “woman”, “female”, а також особового займенника жіночого роду “she” та присвійного займенника “her”.

Лексико-граматичне вираження статі не несе жодної оцінної інформації і не має впливу потенціалу, який сприяє формуванню того чи іншого ставлення до образу. Однак акцентування гендера, вказівка на той факт, що той чи інший політик – жінка (у світі політики, який, здебільшого, все ще є чоловічим) може містити імпліцитну інформацію та служити вираженням ставлення автора статті. Так, наприклад, підкреслення того факту, що та чи інша жінка-політик є першим лідером-жінкою в країні, може виражати позитивну оцінку, яка імплікує такі позитивні якості, як сміливість, цілеспрямованість, рішучість тощо, наприклад:

Ironically, what prompted the Labour Party to aggressively promote women in its ranks was its third defeat at the hands of Margaret Thatcher, the first female prime minister in British and European history [Quotas Boost Women Pols].

Margaret Thatcher was a great woman not only for the UK but for the entire world. She was a model for right and proper government [Thatcher was a model for proper government].

Тим не менш, жінка, яких би висот великої політики вона не досягала, все одно грає на чужому, «чоловічому» полі. Вираження оцінки в масмедійному дискурсі нерозривно пов'язане з актуалізацією концептуальної опозиції «свій – чужий», що також знаходить своє вираження у вигляді акценту на статевій приналежності. Розглянемо такий приклад:

Mrs Thatcher deserves much credit for her showing in the first ballot and she will probably do well today: but if the combined Whitelaw-Prior-Howe-Peyton forces secure a majority over her, the supposition should be that she has failed to establish her brand of conservatism as a basis from which to lead her party effectively or appeal to the country at large. The purpose of the third ballot, with its provision for the transfer of second preferences, is to ensure that the leadership is not decided like a beauty contest and that in the absence of an outright victor the party is given a chance to re-unite behind the second-best of the greatest majority [Only the last winner counts].

За допомогою використання прислівника “probably” та негативної конструкції “failed to establish” підкреслюється, що через те, що Маргарет Тетчер була першою в країні жінкою-лідером такого рівня, їй довелося зіткнутися з тим, що вся її діяльність на посаді була під особливо пильною увагою. Зауважимо, що важливу роль у формуванні образу жінки-політика у поданому контексті є використання іронії (to ensure that the leadership is not decided like a beauty contest), що натякає на гендерну приналежність прем'єр-міністерки.

Медіатексти, присвячені жінкам-політикам, відображають тенденцію до зображення жінки в звичній ролі дружини, супутниці життя (тобто згадки у зв'язку з чоловіком чи партнером), таким чином знижуючи її значимість як повноцінного політичного діяча:

Nor was it extraordinary that, once at Westminster, she should do well. Women had before. Ambition, diligence and her husband's wealth were duly rewarded. She was an opportunist who took her opportunities, and ascended the greasy pole unencumbered by obstacles of her own making, such as blind faith or awkward conviction [Mrs Thatcher serves her time].

У запропонованому прикладі автор натякає, що запорукою успіху Маргарет Тетчер є не тільки її амбіційність та трудолюбивість, а й гроші її чоловіка. У цьому прикладі експліцитно вказано на те, що посада М. Тетчер – це заслуга радше її чоловіка. Окрім цього, ствердження, що жінки вже й раніше справлялися з покладеною на них високою політичною місією, тому й у новій прем'єр-міністерки має все вийти, виражає приховану іронію.

З плином часу, коли Маргарет Тетчер проявила себе як сильний політичний лідер, журналісти почали стверджувати, що вона природжений політик: *It was not extraordinary that she became a politician. This is what she was born to be [Mrs Thatcher serves her time].*

Найчастіше автори статей натякають, що приналежність до жіночої статі – це недолік і що стать може стати перешкодою на шляху до досягнення успіху

на політичній ниві. Якщо жінка досягає успіху в політичній діяльності, журналісти іронічно натякають на чоловічі риси її характеру:

He describes Mrs Thatcher as "the best man" the Tories have got and praises her for her success over Rhodesia, attributing her achievement to Lord Carrington, the Foreign Secretary. "I think he would be a very formidable leader. I think he would take an awful lot of beating." [Tories will get rid of Thatcher, says Wilson]

Маргарет Тетчер була цілеспрямованою, рішучою та дуже жорсткою у відстоюванні своєї політичної лінії. Тетчер не можна було дорікнути за сентиментальність, за що вона отримала прізвисько «залізна леді». Проте масмедійний дискурс, описуючи її рішучий «залізний» характер, зауважували, що прем'єр-міністерка була також жінкою та матір'ю:

She prodded President George H.W. Bush to lead the fight against Saddam Hussein after Iraq invaded Kuwait in 1990. " This was not time to go wobbly, " she later said she told the president. Remarks like that fed the Iron Lady image, but she was more complicated and paradoxical than the political caricature would suggest: In a time when feminism was waxing, here was a self-made woman and working mother who was neither a feminist nor a liberal [Can conservatives call].

У цьому фрагменті створюється образ жінки, якій вдається успішно поєднувати свої материнські обов'язки та політичну боротьбу. Цей приклад – ілюстрація того, як журналіст використовує той імідж, який створює сам політик (і/або його іміджмейкери): автор наголошує, що імідж Тетчер – це не просто «жінка-політик, яка має дітей». Материнство висувається на перший план як найвища цінність відповідно до архетипу матері і представлено як перевагу в політичній боротьбі.

Згадка жінки-політика в медіадискурсі неминуче супроводжується описом (у тому чи іншому вигляді) зовнішності (зачіски, одягу, макіяжу, аксесуарів). Навіть такий серйозний політик, як «залізна леді» Маргарет Тетчер представлена в медіатекстах як сексуальний об'єкт: *“Margaret Thatcher exuded a strong, sexual charisma. And she was not shy about using it. Ordering Aquascutum to revamp her entire wardrobe, she had her skirts pulled up, her décolleté lowered, and*

began showing more of her good legs” [The Sexy Side of Maggie]. Висунення на перший план подібних зовнішніх характеристик принижує досягнення М. Тетчер.

Медіатексти, присвячені жінкам-політикам, здебільшого містять певну інформацію про їх зовнішність, фізичну привабливість: *The queen-like figure in black taffeta - a pinkish tulip providing the only decoration - gave as good as she got* [Dreamy, says Thatcher, the new chief Tory].

Акцент на зовнішній привабливості сприяє зниженню статусу жінки-політика, оскільки зводить її до об'єкта чоловічої уваги, тоді як політик має бути активним суб'єктом, а не предметом будь-чого захоплення/бажання. Таким чином, акцент на красі не сприяє позитивній оцінці жінки-політика.

Також описується манера триматися на публіці та перед камерами: *“For me it’s like a dream,” said Mrs Margaret Thatcher last night swivelling skilfully and with waxwork-like composure before a wall of cameras so that each one had a full front portrait* [Dreamy, says Thatcher, the new chief Tory].

Looking decidedly cooler than a vase full of daffodils which almost visibly wilted in the sauna heat of television lights the new lioness of Conservatism faced her first public press conference at Central Office [Dreamy, says Thatcher, the new chief Tory].

Варто зауважити, що використання образних порівнянь (waxwork-like composure, cooler than a vase full of daffodils) та автономазії (new lioness of Conservatism) у поданих прикладах сприяють створенню позитивного образу Маргарет Тетчер.

Значна увага журналістів приділяється характеру й особистим якостям прем'єр-міністерки. Зазначається, що Маргарет Тетчер була дуже відповідальною та уважною, наприклад: *“She listened attentively and proposed her own ideas. One of her first questions: “Do we let the game die, or do we have a go at saving it?”*” [Sports writers brief Thatcher on Heysel riot]

Презентуючи манеру спілкування Маргарет Тетчер з іншими політиками, журналістами та людьми, журналісти описують політика за допомогою лексем,

що представляють палітру різноманітних емоцій, стереотипно приписуваних жінкам:

“She was surprised when told of the speed at which events happened in the Heysel Stadium” [Sports writers brief Thatcher on Heysel riot].

“After several hours of informal talks over dinner they said she had been sympathetic to their complaints about the realities of Israel occupation” [Margaret Thatcher makes promise to help the Palestinians]

“Her anxiety had been intensified by an unproductive meeting with Mr Yitzhah Rabin, the Israeli Defence Minister, whose responsibilities include administration of the occupied territories” [Margaret Thatcher makes promise to help the Palestinians].

Маргарет Тетчер була амбіційною жінкою-політиком, тому відмова в наданні їй почесного докторського ступеня описується ЗМІ як особиста болюча поразка, що актуалізується у використанні метафор:

“Oxford University dealt a wounding blow to the Prime Minister yesterday when its governing assembly, Congregation, refused her an honorary doctorate by a margin of more than two to one” [Oxford votes to refuse Thatcher degree].

“Salt will be rubbed in the wound by the fact, emphasised by many speakers in favour of the proposal, that all Oxford-educated prime ministers this century have received honorary doctorates” [Oxford votes to refuse Thatcher degree].

“The scale of the Prime Minister's defeat was due to a huge turnout by scientific and medical dons, who rarely take part in academic debates but have been roused by the effects of government economic cuts on their research” [Oxford votes to refuse Thatcher degree].

Маргарет Тетчер репрезентується в масмедійному дискурсі в суперечливому світлі. В одному контексті вона представляється як нерішуча жінка-політик. З іншого боку, вона безапеляційно відкидає пропозиції та ідеї: *“At one stage Mrs Thatcher tentatively suggested that perhaps all games could be played behind closed doors and that the clubs could survive on the money from television, the pools companies and advertising. She dismissed the idea when it was*

pointed out that there would be little point in playing the game in those circumstances” [Sports writers brief Thatcher on Heysel riot].

Прем'єр-міністерка часто зазнавала іронічної критики з боку опонентів та описувалася як «мама» нації та своєї партії, наприклад:

*After a prolonged and painful labour, the Conservative Party last night announced that it had given birth to a new Prime Minister - a baby boy called John. His mother, Margaret, was reported to be 'thrilled'. It was the son and heir she had always wanted [To Margaret and the Tory party, a son and heir]. Журналіст далі висловлює надію, що «хлопчик», як він іронічно називає наступного прем'єр-міністра, не буде виконувати жіночу роботу, натякаючи на гендерний статус попередньої прем'єр-міністерки: *There's this consolation for the new Prime Minister - he doesn't have very far to move. But once inside No 10, Mr Major will have to prove that the Conservative Party has not sent a boy to do a woman's job* [To Margaret and the Tory party, a son and heir]*

Після подання у відставку та, особливо, після смерті Маргарет Тетчер, ЗМІ, переважно, дають позитивну оцінку Маргарет Тетчер як політичній особистості, наприклад:

Mrs Thatcher's Commons appearance yesterday must have made some Tory MPs who stood and cheered her amid Labour cries of "Judases" wonder if they had blundered. Efforts to pay tributes ranged from the mawkish to the aggressive, but she handled them deftly, even humorously [Thatcher resigns].

“No leader can last this long unless she speaks for some deep national sentiments. Three seem particularly conspicuous. British masochism saw her through the unemployment crisis. British bloody-mindedness took on and won the Falklands war. A shared Little Englandism has been the reliable guide to most foreign crises” [Mrs Thatcher serves her time].

“I then said, I raise my glass in honor of Lady Margaret Thatcher, not only a voice, but a real power; a woman who has made the world better for millions of people” [Margaret Thatcher dies: news and reaction].

3.1.2. Медійний образ Терези Мей

Предметом аналізу в цьому підрозділі є медійний образ Терези Мей та засоби його створення у ЗМІ. Інтерес до цієї теми обумовлений тим фактом, що Тереза Мей є другим прем'єр-міністром-жінкою в історії Великобританії, ставлення до неї в суспільстві неоднозначне, мовна акцентуація її зовнішнього вигляду, стилю, поведінки у текстах ЗМІ є об'єктом пильної уваги політологів та лінгвістів, які намагаються проаналізувати, розкрити особливості її політичного стилю та створити її політичний образ.

Портретування британської прем'єр-міністерки Терези Мей засобами масової інформації вибудовується на промальовуванні таких семантичних акцентів, як: зовнішність і стиль, ораторська майстерність, особисті якості, зовнішньо- та внутрішньополітична діяльність, громадська думка.

Вивчивши та проаналізувавши публікації, ми дійшли висновку, що одним із важливих і найпоширеніших аспектів мовного конструювання іміджу Терези Мей є його відповідність гендерним нормам та очікуванням, тобто провідним аспектом при формуванні медійного образу цієї жінки-політика став гендерний аспект. Основним засобом створення жіночності (фемінності) образу Терези Мей можна вважати образні порівняння, що базуються на архетипі жінки-домогосподарки, наприклад: *“The prime minister, a cricket fan, was the lunchtime guest on Friday on BBC Radio 5 Live’s Test Match Special, where she insisted that she was not robotic and gave the presenters a box of her homemade brownies to make the point in the break during the match between England and the West Indies”* [May hails leadership of Geoffrey Boycott, who was axed over team revolt]

Вирази “was not robotic”, “homemade brownies” у поданому прикладі підтверджують це припущення.

У наступному прикладі представлений такий самий стереотип сприйняття Терези Мей як домогосподарки, а її програма з виходу з Євросоюзу порівнюється з кулінарним рецептом: *“Pretty soon, the prime minister will need to do something she has studiously avoided since taking the job and tell us what Brexit*

recipe she wants. To purists, Remain or Leave, the MP is an unsatisfactory hybrid, talking hard Brexit while her stance in Brussels delivers a softer, slow-cooked one" [Financial times]

Особливий інтерес викликає аналіз лексико-семантичних засобів, що репрезентують і передають зовнішній вигляд жінки-політика. Для створення цього образу зовнішність набуває особливого значення. Семантична варіативність уявлення зовнішності дозволяє деталізувати насамперед її жіночі якості на фоні професійної діяльності, призначеної історично чоловікам. Журналісти описують стиль одягу, предмети гардеробу, зачіску, макіяж та аксесуари. ЗМІ наголошують, що Тереза Мей вміло створює образ впевненої та сильної жінки, демонструючи ці якості через стиль одягу: *"Theresa May took a night off from red boxes last night to attend the Pride of Britain awards, eschewing her usual tailoring for a black jumpsuit with lace sleeves. The Prime Minister has famously never been afraid to show her love of fashion"* [Theresa May dons a jumpsuit for the Pride of Britain awards]

Компетентність виділяється як ядерна якість образу жінки-політика на основі аналізу таких лексем, як wisdom, (in)competent, know, understand, well-informed. Акцентується або її наявність (wisdom, know, understand, competent) або сумнів у наявності (not fully absorb wisdom), або повна відсутність цієї якості (incompetent). Оскільки компетентність вважається позитивною для будь-якого політика, підкреслення її відсутності або сумнів у її наявності виражають різний ступінь негативної оцінки, наприклад:

"I get on all right with her and she is good. She's too narrow on her department ... She's been at the Home Office far too long, so I only know in detail what her views are on the Home Office. She doesn't know much about foreign affairs" [Ken Clarke caught on camera ridiculing Conservative leadership candidates].

Медійний образ Терези Мей характеризується відчутним гендерним аспектом, що підтверджується тим фактом, що вона отримала від журналістів іронічне прізвисько «Madam Brexit», яке наголошує на її ролі у процесі виходу

Великобританії з Євросоюзу: *“British prime minister Theresa May was left smirking at a press conference with her Polish counterpart on Thursday after an interpreter accidentally called her ‘Madam Brexit’”* [‘Madam Brexit’: Theresa May smiles as interpreter gets her name wrong].

“Part of Morawiecki’s opening speech was translated as: “It’s very important for us that this cooperation, even though it will be based soon on different rules and different regulations than it has been so far because of Brexit, because as Madam Brexit said, Brexit is Brexit.” [‘Madam Brexit’: Theresa May smiles as interpreter gets her name wrong].

Варто зауважити, що масмедійні засоби дають суперечливу характеристику особистості Терези Мей. Зокрема, у поданому прикладі ЗМІ позитивно описують прем’єр-міністерку як цілеспрямовану особистість: *“Mrs. May built a reputation for dogged competence during six years at the Home Office, a tricky beat that has wrecked many political careers”* [Theresa Maybe, Britain’s indecisive premier].

У поданому прикладі йдеться про зусилля, докладені Т. Мей для того, щоб завоювати авторитет у політичних колах. Епітет “dogged” описує її як політика, який сформував хорошу репутацію за завзятістю і компетентністю і характеризує її як наполегливу жінку-політика.

Проте ЗМІ часто представляють Т. Мей у негативному ключі, як недостатньо рішучого, повільного політика:

“When the Tory establishment call her “a bloody difficult woman” she rightly wears it as a badge of pride. But the flip side is that she is not fleet of foot when crises build, she digs in her heels (remember the Passport Agency crisis in 2014 when the backlog caused hundreds to miss their holidays, and the Border Force crisis in 2011 when border checks were axed)” [Theresa May helped to divide Britain. She won’t heal it].

Поданий приклад демонструє дві взаємопов’язані метафори, а саме “she is not fleet of foot” – вона не поспішає, “she digs in her heels” – вона впирається. У

цьому уривку критикується її неквапливість у прийнятті рішень, і також акцентується на її впертості та небажанні переглядати свою політичну лінію.

Саме нерішучість Мей у питаннях забезпечення організації Брекзиту, на думку ЗМІ, є її головним недоліком. Так, у поданому нижче прикладі критикується запропонована Мей стратегія з виходу Британії з ЄС, яка розцінюється журналістом як невизначена, нечітко сформульована та хаотична. Засобом створення негативної оцінки є емоційно-оціночні епітети:

“The strategy for Brexit, which is due to be triggered in less than three months, remains undefined in any but the vaguest terms, and seems increasingly chaotic” [Theresa May, Britain’s indecisive premier].

З іншого боку, ідеї Терези Мей оцінюються як надмірно радикальні. Така оцінка надається, наприклад, виступу Терези Мей, в якому вона заявила про подальший неліберальний шлях розвитку країни, і це твердження викликало обурення. Уся стаття просякнута іронією стосовно слів прем’єр-міністерки, автор стверджує, що встановлений консенсус між «лівими» та «правими» налагоджений і функціонує гармонійно, і заява Терези Мей про те, що настав час змін, сприймається скептично. Уся її промова характеризується однією яскравою метафорою “drove a bulldozer”: *But on October 5th Theresa May strode up to the podium at the Conservative Party conference, awkwardly waved at the crowd, cleared her throat and unceremoniously drove a bulldozer through those assumptions* [May’s revolutionary conservatism].

Метафора є прихованим порівнянням Терези Мей з водієм, який «безцеремонно проїхався бульдозером» по встановленому порядку і закликав змінювати те, що десятиліттями діяло в рамках налагодженої системи.

У низці публікацій образ жінки-політика Т. Мей наділяється певною маскулінністю, яка конструюється за допомогою лексичних одиниць, що належать до тематики «Війна»: *“Mrs. May told the reporters on the place she was ‘not a quitter’ when asked if she would fight the next general election as party leader. ‘We will fight these elections, we will fight them strong and hard’”* [‘I’m not a quitter’: Theresa May says she could fight another election as PM].

“Meanwhile senior ministers are also preparing the first discussions on Britain’s future relationship with the EU by Mrs. May’s so-called ‘Brexit war cabinet’” [Barnier: 'Not a minute to lose on Brexit talks' after customs union confirmation].

Справді, політичну сферу можна порівняти з полем битви, наприклад, дебати, вибори часто ототожнюються з військовими діями. Ще одним прикладом вживання лексичних одиниць військової тематики для характеристики Терези Мей є іменник “attacks”, використаний при описі деяких її висловлювань: *“May’s record as home secretary was not ‘that great’, he (Lord Harris Peckham) described her attacks on aspects of capitalism and big business as ‘stupid’, and warned she was making a mistake by criticizing excessive pay” [Theresa May is 'hopeless and weak', says leading Tory party donor].*

Необхідно зазначити, що лексичні одиниці військової тематики та мілітарні метафори у статтях, присвячених Т. Мей, часто мають негативне смислове забарвлення: атака описується як дурна, помилкова, перемоги – як малозначні, або з труднощами.

Наступний приклад характеризує прем’єр-міністерку з позитивного боку: *“Theresa May starts firing off guns on Brexit with the pledge to get the right deal for every single person in this country” [Theresa May fires starting gun on Brexit with pledge to get the right deal for 'every single person’s’ in this country].*

Вислів “firing off guns” прийшов з військової сфери, і метафоричність забезпечується перенесенням властивостей полководця на прем’єр-міністерку, яка, як і полководець, «починає битву» за світле майбутнє Великобританії поза межами Європейського Союзу. Тереза Мей характеризується цією метафорою як смілива та рішуча жінка-політик.

Тереза Мей часто порівнюється з Маргарет Тетчер, оскільки вона – друга жінка прем’єр-міністр за всю історію Великобританії, наприклад: *“Theresa is a bloody difficult woman, but you and I worked with Margaret Thatcher,” he said, as both men burst out laughing [Ken Clarke caught on camera ridiculing Conservative leadership candidates].*

Варто зауважити, що порівняння з Маргарет Тетчер не на користь Терези Мей, яку вважають набагато слабшим політиком: *Lord Harris of Peckham said the prime minister was “no Thatcher” and criticised her “shell-shocked” general election performance, in which the Tories disastrously lost their House of Commons majority from a position of apparent strength* [Theresa May is 'hopeless and weak', says leading Tory party donor].

3.2. Комунікативні стратегії та тактики у промовах Маргарет Тетчер та Терези Мей

Політична діяльність завжди відігравала особливу роль у житті суспільства. Від певної політичної ситуації залежить становище країни на міжнародній арені, її відносини з іншими державами, роль у світовій діяльності. Функція мови в політичній комунікації втілюється через застосування мовних стратегій і тактик.

Огляд теоретичної літератури та дослідження фактичного матеріалу дозволили скласти класифікацію стратагемно-тактичних засобів, вжитих у мовленні Маргарет Тетчер та Терези Мей. Стратегії дискурсу політичного лідера залежать від адресата, тобто мовець використовує комунікативні стратегії з урахуванням цільової аудиторії.

3.2.1. Комунікативні стратегії та тактики в промовах Маргарет Тетчер

Мовленнєва особистість Маргарет Тетчер як політичного лідера реалізується за допомогою використання комунікативних стратегій і тактик, які обумовлені її цілями й мотивами. Використання аналізованих стратегій і тактик дозволяє говорити про Маргарет Тетчер як про політика, яка чітко та аргументовано відстоює права та інтереси своєї нації. Розглянемо основні стратегії, характерні для прем'єр-міністерки Великобританії.

Стратегія позитивного самопозиціонування передбачає позитивну самопрезентацію [Dijk 2008]. Вона є смислотворчим компонентом формування іміджу політика, на основі якого будується сучасна політична система. Створення іміджу політичної особистості формується на тому, які комунікативні прийоми використовує продуцент висловлювання, а створення позитивного враження про мовця базується на комунікативній стратегії самопрезентації, що відноситься до прагматичного типу мовних стратегій. Застосовуючи цю стратегію в політичному дискурсі, продуцент висловлювання формує позитивний образ у вигляді створення сприятливого враження на реципієнта. При цьому мовні засоби, які навмисно використовуються під час продукування політичного дискурсу, конструюють позитивно забарвлений імідж політика.

Ця стратегія реалізується за допомогою декількох комунікативних тактик, таких як ототожнення з іншими відомими людьми, самовихваляння, позитивне позиціонування, актуалізації теми тощо. Це зумовлено бажанням політика сформувати певний імідж в очах аудиторії. У промові Маргарет Тетчер найчастіше використовується тактика ототожнення. Суть цієї тактики полягає в демонстрації приналежності до якоїсь групи (соціальної, політичної). Маргарет Тетчер реалізує таку тактику в контексті демонстрації приналежності до власної консервативної партії:

We Conservatives hate unemployment. We hate the idea of men and women not being able to use their abilities. We deplore the waste of natural resources and the deep affront to people's dignity from being out of work through no fault of their own [Speech to Conservative Party Conference]

We Conservatives do not accept that because some people have no choice, no one should have it. Every family should have the right to spend their money, after tax, as they wish, and not as the Government dictates [Speech to Conservative Party Conference]

Використання тактики ототожнення зі своєю партією характеризує мовну особистість Маргарет Тетчер як яскравого політичного лідера, що відчуває

гордість за заслуги партії. Часте використання фрази “we Conservatives” наголошує на приналежності політичного лідера Маргарет Тетчер до власної партії.

Відразу після перемоги на парламентських виборах у 1979 р. М. Тетчер заявила, що місія її уряду не може вичерпуватися одним лише досягненням економічного прогресу, вона набагато ширша і полягає в забезпеченні згуртованості нації, відновленні «нашої» самовпевненості та самоповаги: *“The mission of this government is much more than the economic progress. It is to renew the spirit and the solidarity of the nation. At the heart of a new mood in the nation must be a recovery of our self-confidence and our self-respect”* [Speech to the Conservative Political Centre Summer School].

У межах стратегії позитивного самопозиціонування Маграрет Тетчер використовує також тактику солідаризації з адресатом повідомлення. Ця тактика використовується в контексті, коли мовець солідарний з адресатом і приймає або розуміє його думку. Наприклад, в одному з інтерв'ю Маргарет Тетчер відображає зацікавленість в ідеї визнання жінки повноправним учасником політичного, економічного та соціального життя: *“Any woman who understands the problems of running a home will be nearer to understanding the problems of running a country”* [Margaret Thatcher's First Speech at White House as PM].

Стратегія самопрезентації також реалізується в мовленні політика з допомогою тактики самосхвалення, наприклад: *Just look at what we have achieved—low inflation; tax cuts; wider ownership; a revival of enterprise and, over the last year, unemployment has fallen at record speed by 400,000. And we want it to fall further. And with continued economic growth, it should* [Speech to Conservative Party Conference].

Позиціонуючи себе на світовій арені, Тереза Мей часто вдається до використання особового займенника “I”, що є однією з основних характеристик стратегії самопрезентації. Вживання особових займенників у політичному тексті свідчить про тактику персоніфікації та індивідуалізації, наприклад: ‘I

have just been to Buckingham Palace where Her Majesty the Queen has asked me to form a new government, and I accepted' [Theresa May's first speech to the nation as prime minister - in full].

Комунікативна **стратегія «гра на підвищення»** відноситься до мовних стратегій здійснення впливу на аудиторію. Вона широко застосовується адресантом для того, щоб підняти свій авторитет і реалізувати мету максимального підвищення власного статусу перед публікою. Маргарет Тетчер реалізує цю стратегію за допомогою використання таких тактик:

– тактика відведення критики – використовується з метою доказу неспроможності аргументів та (або) фактів, за допомогою яких можна пояснити (виправдати) певні вчинки та дії, наприклад: *“It is ironic that we should be accused of wanting unemployment to solve our economic problems by the very Government which has produced a record post-War unemployment, and is expecting more”* [Speech to Conservative Party Conference, 1975];

– тактика скромності – мовець використовує цю тактику для цілеспрямованого заниження оцінки власних дій, властивостей, якостей та інших ознак. Тактика скромності є особливістю англійського мовного етикету, яка відображається в так званому «ефекті скромності». Ця тактика використовується у промові Маргарет Тетчер у вигляді мінімізаторів і невизначених прислівників, які занижують значущість позитивних рис і вчинків мовця, наприклад: *“I see some signs that our people are ready to make the tough choice, to follow the harder road”* [The Path to Power.]

Маргарет Тетчер відзначає позитивні зміни, що відбулися завдяки її прем'єрству, проте, дотримуючись правил ввічливості, занижує їх за допомогою невизначеного прислівника *some*.

Однією з найпопулярніших стратегій у політичному дискурсі є **стратегія дискредитації**. Дискредитацією є будь-які навмисні дії, спрямовані на підриг іміджу чи авторитету. Стосовно політичного дискурсу, стратегія дискредитації включає такі комунікативні дії, які спрямовані на те, щоб підірвати довіру до опонента або передбачуваного ідеологічного супротивника.

Це може досягатися оприлюдненням певних негативних фактів (не завжди достовірного змісту), нав'язуванням негативної думки реципієнту, а також інших мовленнєвих дій, які прямо чи опосередковано можуть сигналізувати про недовіру до потенційного опонента. Наприклад, у запропонованому нижче висловлюванні Маргарет Тетчер застосовує тактику оцінного реагування, використовуючи вираз “ditched its principles” у значенні зрадити власні принципи (to get rid of principles [Merriam-Webster]), що дискредитує опозиційну партію: *“They can’t tell the nation why it should trust a Party whose only claim to office is that it has ditched its principles, disguised its policies and denied its past. And when a party does that, how could anyone trust its promises for the future”* [Leader's speech].

Для М. Тетчер, як і личить «залізній леді», був характерний жорсткий і безкомпромісний стиль комунікації, тож і гумор вона використовувала для дискредитації своїх політичних опонентів, застосовуючи тактику критики. Так, на конференції консервативної партії 1990 року Маргарет Тетчер порівняла символ ліберально-демократичної партії Великобританії і саму цю партію з «мертвим папугою» (образ «мертвого папуги» був запозичений з одного із найпопулярніших скетчів комік-групи Монті Пайтон), використовуючи низку евфемізмів: *“So I will say only this of the Liberal Democrat symbol and of the party it symbolises. This is an ex-parrot. [loud laughter and applause] It is not merely stunned. It has ceased to be, expired and gone to meet its maker. [laughter and applause] It is a parrot no more. [laughter] It has rung down the curtain and joined the choir invisible. [laughter] This is a late parrot. [laughter applause] And now for something completely different... [laughter]”* [Speech to Conservative Party Conference].

М. Тетчер не забувала критикувати і своїх головних конкурентів – лейбористів. Наприклад, вона могла в іронічній формі звинувачувати деяких із них у нерозумінні, на чиєму боці перебувала Великобританія в період холодної війни, а риторику лейбористів, особливо їхнього лівого крила, називала «орвелівським кошмаром» (Orwellian nightmare): *Perhaps some people in the*

Labour Party think we are on the same side as the Russians! [Speech at Kensington Town Hall]

I have always known that that task was vital. Since last week it has become even more vital than ever. We close our Conference in the aftermath of that sinister Utopia unveiled at Blackpool. Let Labour's Orwellian nightmare of the Left be the spur for us to dedicate with a new urgency our every ounce of energy and moral strength to rebuild the fortunes of this free nation [Speech to Conservative Party Conference].

Маргарет Тетчер застосовувала також тактику прогнозування невдач і помилок опонента, заявивши, що країна опинилася перед смертельною зовнішньою загрозою, яку не помічають лейбористи: “*Sedatives have been prescribed by people, in and out of Government, telling us that there is no external threat to Britain, that all is sweetness and light in Moscow, and that a squadron of fighter planes or a company of marine commandos is less important than some new subsidy*” [Speech at Kensington Town Hall].

Прем'єр-міністерка попередила, що від вибору між урядом лейбористів і консерваторів залежатиме майбутнє країни або як вона виразилася «життям або смертю нашого типу суспільства»: “*The Conservative Party must now sound the warning. There are moments in our history when we have to make a fundamental choice. This is one such moment – a moment when our choice will determine the life or death of our kind of society, - and the future of our children*” [Speech at Kensington Town Hall].

Для стилю М. Тетчер у рамках **стратегії персуазивності** як однієї з основних стратегій політичного дискурсу характерні інтертекстуальні посилення думки авторитетних людей, що становить тактику ілюстрації. Так, для підтвердження правильності своєї власної позиції та її більшої переконливості вона процитувала уривок з промови У. Черчіля, проголошеної після закінчення Другої світової війни, в якому він говорив про необхідність згуртування не тільки в період війни, а й у мирний час:

“During this past week, I have read again a little known speech of Winston Churchill, made just after the last war. This is what he said: “We must find the means and the method of working together not only in times of war, and mortal anguish, but in times of peace, with all its bewilderments and clamour and clatter of tongues”. Thirty-six years on, perhaps we are beginning to re-learn the truth which Churchill so clearly taught us” [Speech to Conservative Rally at Cheltenham].

***Інформаційно-інтерпретаційна стратегія** відображає особистісну оцінку проблеми. Ця стратегія реалізується у вигляді тактики визнання існування проблеми. Для Маргарет Тетчер характерно відкрито заявляти про проблеми, наприклад: “Still more serious gaps have opened up elsewhere—especially in the troubled area of Southern Europe and the Mediterranean. The rise of Russia as a world-wide naval power, threatens our oil rigs and our traditional life-lines, the sea routes. Over the past ten years, the Russians have quadrupled their force of nuclear submarines. They are now building one nuclear submarine a month” [Speech at Kensington Town Hall].*

У поданому нижче висловлюванні М. Тетчер говорить про поточні проблеми, коли суспільство підпорядковується тим, хто думає більше про почуття, ніж про думки та ідеї. Застосування аналізованої тактики реалізується за допомогою використання питання про найсерйозніші проблеми людства: *“Do you know that one of the great problems of our age is that we are governed by people who care more about feelings than they do about thoughts and ideas” [Speech to Conservative Party Conference, 1975]*

Однією з характерних стратегій у промові політика є **стратегія обіцянки**. Маргарет Тетчер вважає, що соціалізм є руйнівним для Британії, та обіцяє критикувати його прояви та не допустити його розвитку: *“And I will go on criticising Socialism, and opposing Socialism because it is bad for Britain—and Britain and Socialism are not the same thing. As long as I have health and strength, they never will be” [Speech at Kensington Town Hall].*

Розглянемо ще один контекст: “*So as economic growth has taken off, we’ve cut income tax. And as soon as we prudently can, we’ll do it again*” [Speech to Conservative Party Conference, 1987].

У запропонованому прикладі Маргарет Тетчер використовує стратегію обіцянки, застосовуючи висловлювання про плани повторення дій (*we’ll do it again*).

Маргарет Тетчер неодноразово використовує займенник “we”, наголошуючи, що спільними зусиллями прибуткові податки можуть бути знижені. Одночасно ототожнюючи себе і з народом, і з партією, М. Тетчер часто перераховує заходи, які вона обіцяє вжити: “*We will free tenants from their dependence on council landlords. We will free parents to choose the schools they want for their children. We will free businesses in the urban development areas from irksome planning restrictions and controls*” [Speech to Conservative Party Conference, 1987].

У висловлюванні політик обіцяє звільнити орендарів від виплат муніципалітету, надати батькам вільний вибір шкіл і звільнити міський бізнес від контролю та обмежень.

Використання **стратегії формування емоційного настрою** обумовлено тим, що політик звертається до населення з повідомленням про важливі події. Ця стратегія реалізується переважно тактикою єднання з народом: “*Our Anglo-Saxon heritage embraces the countries of the Old Commonwealth that have too often been neglected by politicians in this country, but are always close to the hearts of British people*” [Speech at Kensington Town Hall].

“*What kind of people are we? We are the people that in the past made Great Britain the workshop of the world, the people who persuaded others to buy British, not by begging them to do so but because it was best*” [Speech to Conservative Party Conference, 1975].

“*We are the people who, among other things, invented the computer, the refrigerator, the electric motor, the stethoscope, rayon, the steam turbine, stainless steel, the tank, television, penicillin, radar, the jet engine, hovercraft, float glass and*

carbon fibres, etc. - oh, and the best half of Concorde best” [Interview to Soviet Central Television, 1987].

Таким чином, стратегіями, що найчастіше використовуються у виступах та інтерв'ю М. Тетчер, є стратегія самопрезентації, стратегія дискредитації та нападу, інформаційно-інтерпретаційна стратегія, стратегія обіцянки та стратегія формування емоційного настрою. Ці стратегії характеризують Маргарет Тетчер як політика, що чітко й аргументовано відстоює права та інтереси своєї нації та закликає електорат до необхідних дій. Її комунікативна поведінка сприяє поширенню та підтримці заданого вектора політики, культивуванню цінностей та ідеалів, які суспільство поділяє разом із нею.

3.2.1. Комунікативні стратегії та тактики в промовах Терези Мей

У ході дослідження нами були виявлені основні тактики та стратегії, якими користується колишня прем'єр-міністерка Великобританії під час продукування політичних висловлювань.

Проаналізувавши *стратегію самопрезентації* в політичному дискурсі Терези Мей, можна говорити, що ця стратегія покликана створити позитивний образ політичної особистості для народу країни. За допомогою мовленнєвих *тактик створення позитивного іміджу* прем'єр-міністерка Великобританії робить спроби моделювання сильного образу політичної особистості, що подобається «своєму народові». У своїх публічних виступах Т. Мей створює образ працьовитого політика, що присвячує всю себе роботі та досягненню тієї мети, яка є курсом усієї політики Великобританії. Подані приклади яскраво ілюструють сказане вище:

“I have never accepted that. I have been committed day and night to delivering on the result of the referendum and ensuring the UK leaves the EU absolutely and on time” [PM statement on Brexit negotiations]

“I choose to do what is in our national interest. And I commend this Statement to the House” [EU Exit Negotiations].

Стратегія самопрезентації здійснюється Терезою Мей за допомогою тактики індивідуалізації, що реалізується за допомогою використання особового займенника “I”, що дозволяє досягти високого ступеня індивідуалізації в дискурсі. Використовуючи особовий займенник “I”, політик підкреслює свій статус і своє значення не лише як глава парламенту, а й як сильний політичний лідер.

Ще один приклад стратегії самопрезентації можна побачити в останній промові Терези Мей на посаді прем'єр-міністра: *“I am about to go to Buckingham Palace to tender my resignation to Her Majesty the Queen and to advise her to ask Boris Johnson to form a new administration. I repeat my warm congratulations to Boris on winning the Conservative leadership election”* [Theresa May's final speech as Prime Minister].

“I wish him and the Government he will lead every good fortune in the months and years ahead” [Theresa May's final speech as Prime Minister].

У наведених прикладах Терезою Мей часто використовується звернення від першої особи.

У поданому нижче прикладі Тереза Мей також створює позитивний образ і показує себе не лише як політик-патріот, а й як людина, якій не байдужа доля молоді: *“Because I do want this to be a country that works for everyone, where all of our young people – all of you – can grow up optimistic about their futures”* [PM speech at positive opportunities reception].

Стратегія самопрезентації реалізується за допомогою тактики ототожнення, суть якої полягає в ненавмисній демонстрації символічної приналежності до певної соціальної, статусної чи політичної групи: *“So the choice is clear: we can choose to leave with no deal; we can risk no Brexit at all; or we can choose to unite and support the best deal that can be negotiated—this deal”* [EU Exit Negotiations].

Обговорюючи тему міграційної ситуації в Європі, пов'язаної із сирійською кризою, Тереза Мей застосувала стратегію позитивної самопрезентації, використовуючи тактику ототожнення себе з народом – «я з

народом», «я – одна у вас». Мова прем'єр-міністерки Великобританії відрізнялася великою кількістю емоційно-забарвлених прикметників, що досягається за рахунок різноманітних лексичних і стилістичних прийомів, зокрема вживання лексичних одиниць експресивно-емоційного забарвлення та гіперболізації для посилення ілюкутивного ефекту: *“As I told the House last week, the UK can be proud that since the start of that conflict we have been at the forefront of the humanitarian response. We are providing more than £1 billion in aid, making us the second biggest bilateral donor in the world”* [Home Secretary's update on the migration situation in Europe and the Middle East].

“The response of the British public has been one of overwhelming generosity, and many have been moved to make very kind offers of assistance. In order to harness that tremendous generosity, we have set up a web page on gov.uk to provide advice for those who want to help” [House of Commons]

У зазначеному фрагменті Тереза Мей говорить про благодійну допомогу Великобританії у вирішенні проблеми біженців, наголошуючи на неймовірній щедрості британської громадськості в наданні допомоги.

Ще одним прикладом стратегії позитивної самопрезентації може бути фрагмент промови Т. Мей, коли вона говорить про свої майбутні плани та справи: *“I plan to lead, I want to address, the government I lead, since I became, I am not prepared to let them, I will move a motion”* [Theresa May's first speech to the nation as prime minister].

Т. Мей використовує займенник “I”, який ідентифікує її як політика, який готовий брати на себе відповідальність.

Комунікативна **стратегія «гра на підвищення»** реалізується прем'єр-міністеркою за допомогою тактики відведення критики та тактики самовиправдання.

Тереза Мей часто зверталася у своїх промовах до тактики відведення критики, для того щоб переконати аудиторію в тому, що Сполучене Королівство – це та держава, в якій існують найкращі умови для життя, ведення бізнесу, держава, яка має найкращу систему безпеки, армію, спецслужби тощо.

При цьому Тереза Мей збагачує свою промову відповідними гіперболами, які підкреслюють велич і значущість Великобританії у світі: *“We have the best intelligence services in the world”* [Conservative conference speech].

“We have the greatest soft power in the world” [Conservative conference speech].

Стратегія самозахисту реалізується Терезою Мей за допомогою тактики самовиправдання, що спрямована на спростування негативних оцінок та висловлювань своєї позиції, критики позиції опонента, докору тощо: *“I know I’m not a showy politician. I don’t tour the television studios. I don’t gossip about people over lunch. I don’t go drinking in Parliament’s bars. I don’t often wear my heart on my sleeve. I just get on with the job in front of me”* [Launch Statement].

Аналіз політичного дискурсу Терези Мей показує, що **стратегія дискредитації** практично відсутня в мовленні політика. Основний акцент Т. Мей намагалася робити на заслуги своєї партії та своєї країни. Аналізована стратегія актуалізується прем’єр-міністеркою у вигляді різноманітних імплікацій. Яскравим прийомом імпліцитної дискредитації є тактика формування відчуття страху перед опонентом цільової аудиторії. У поданому прикладі Тереза Мей свідомо намагається створити відчуття страху і безпорадності з метою налякати реципієнта потенційним противником у вигляді Росії: *“The past year has tragically proven those threats to be ever more real – not least through the reckless use of a chemical weapon on our own streets by two agents of the Russian intelligence service’s”* [PM speech to the Lord Mayor’s Banquet].

Цей приклад приховано формує в цільової аудиторії відчуття страху перед Росією. Імплікатура часто використовується в політичному дискурсі як спосіб формування негативної оцінності. Наступний приклад також ілюструє імпліцитне формування негативного ставлення до Росії: *“Together with our allies, in response to the attack in Salisbury, we coordinated the largest ever collective expulsion of Russian intelligence officers, fundamentally degrading*

Russian intelligence capability for years to come” [PM speech to the Lord Mayor’s Banquet].

У запропонованому прикладі Тереза Мей використовує стратегію дискредитації, критикуючи лейбористську партію Великобританії, яка, на її думку, довела країну до важкого становища. Підтверджує свої слова політик доречним вживанням ідіоматичного виразу “tear someone to pieces”, у значенні (розривати на частини), тобто прем’єр-міністерка натякає, що зазначена партія сама дискредитувала свою політичну діяльність: *“With the Labour Party tearing itself to pieces, and divisive nationalists in Scotland and Wales, it is nothing less than the patriotic duty of our Party to unite and govern in the best interests of the whole country”* [Launch statement].

Стратегія обіцянки в політичному дискурсі полягає в тактиці переконання реципієнта політиком виконати певні зобов’язання. Так, за допомогою маніпуляційних дій над адресантом здійснюється переконання в тому, що політик може ці обіцянки виконати. У публічних виступах Терези Мей ця стратегія часто репрезентована у виразах, що стосуються тематики Brexit: *“As Prime Minister of the United Kingdom, I have a responsibility to people in every part of our country and I intend to honour that promise”* [PM statement on Brexit negotiations].

Крім того, у цьому прикладі ми спостерігаємо, що політик акцентує увагу на одній із ключових цінностей будь-якої нації – патріотизмі. Впливаючи на реципієнта через апелювання до цінностей, Тереза Мей створює відчуття впевненості в тому, що вона надійний і відповідальний політик, здатний реалізувати висунуті обіцянки й зобов’язання. Як правило, стратегія обіцянки реалізується політиком через запевнення цільової аудиторії в кращому майбутньому після завершення угоди щодо Brexit, і обіцянки, що сам вихід із Європейського союзу буде максимально «безболісним» та комфортним для всіх громадян Великобританії: *“We will move forward by calm, patient discussion of each other's positions. It is my responsibility as Prime Minister to provide that leadership for our country at this crucial time. By following the course I have set out*

today, I am confident we will get there and deliver the right outcome for Britain and the EU” [PM speech on our future economic partnership with the European Union].

До електорат-стратегій ми відносимо *стратегію інтимізації або зближення* з цільовою аудиторією. У політичній комунікації багатьох діячів присутній постійний діалог з реципієнтом мовного висловлювання. Основною метою стратегії інтимізації є демонстрація політиком через певні лексико-синтаксичні засоби того, що він близький до свого народу і є частиною того суспільства, чиї інтереси він представляє. При проведенні аналізу публічних виступів Терези Мей було встановлено, що ця стратегія є часто вживаною в мовленні прем'єр-міністра. Так, з метою створення відчуття у адресанта, що прем'єр-міністр є одним цілим із британським суспільством, політик закликає до почуття патріотизму у своїх висловлюваннях. Ідеї патріотизму, єднання нації, зміцнення відносин є одними з ключових у політичних висловлюваннях Терези Мей: *“The UK has never been afraid to defend our values and our interests, stand up for global rules and tackle difficult issues” [PM words ahead of the G20 Summit].*

“Together we will defeat those who seek to destroy our values, our way of life and seek to divide us” [PM statement on the New Zealand attack].

У цих прикладах політик закликає націю об'єднатися для захисту інтересів та спільних цінностей у непростий період для країни. Крім того, ще одним прийомом у стратегії інтимізації є використання особового займенника “we” і присвійного займенника “ours”, які імпліцитно створюють відчуття рівності адресата й адресанта: *“From the stories we have heard, to the names we have read, their memories live on engrained in our national consciousness. And will do so, rightly, for evermore” [PM speech to the Lord Mayor’s Banquet].*

Крім описаних лексичних прийомів, для реалізації стратегії політик вдається до використання прийомів експресивного синтаксису. Так, для створення атмосфери близькості з аудиторією Тереза Мей використовує паралелізм синтаксичних конструкцій. Наведений нижче приклад

синтаксичного паралелізму, що поєднується з анафорою, демонструє створення політиком сильного враження, що саме вибір народу стане вирішальним для майбутнього країни: *“We may not leave the EU for many months; we may leave without the protections that the deal provides; or we may never leave at all”* [PM: We can deliver the change you voted for].

Демонстрація близькості до народу в політичному дискурсі досягається Т. Мей не лише використанням аналізованих вище прийомів, а й наведенням прикладів зі свого особистого життя, розкриття громадськості певних фактів сімейного побуту. Розкриваючи громадськості особисті подробиці, політик показує себе звичайною людиною, з такими ж радощами та цінностями: *“Finally and most of all, I want to thank my husband Philip – who has been my greatest supporter and my closest companion”* [Theresa May's final speech as Prime Minister].

Обговорюючи проблему тероризму, Тереза Мей наводить приклад свого сімейного життя, вказуючи на те, що і її близьких торкнулася трагедія. Політик вказує на те, що її близькі, як і багато людей у всьому світі, постраждали від тероризму чи стали жертвами цієї світової трагедії. Таким чином, політик намагається зблизитися з цільовою аудиторією: *“This year is the tenth anniversary of the death of the woman who introduced me to my husband, and who was known well to many of us in this United Nations”* [Speech to the UN General Assembly 2017].

Наводячи приклади особистого життя у своїх публічних виступах, Тереза Мей не демонструє жіночу слабкість, а навпаки, доводить, що, крім успішної кар'єри політика, вона щаслива у шлюбі, а сім'я підтримує її. Крім того, залучення подібних прикладів до політичного дискурсу створює відчуття у реципієнта, що політик є частиною суспільства, а її сім'я не відрізняється від звичайної британської сім'ї з її переживаннями та цінностями.

При цьому слід зазначити, що в мовленні політика також трапляються комбінації комунікативних стратегій та тактик. Так, одним із найпоширеніших є поєднання стратегій формування емоційного настрою та інформаційно-

інтерпретаційної: *“With the Labour Party tearing itself to pieces, and divisive nationalists in Scotland and Wales, it is nothing less than the patriotic duty of our Party to unite and govern in the best interests of the country, of the whole country”* [Launch statement].

Розширений повтор використовується політиком для того, щоб наголосити на спрямованості політики партії на задоволенні потреб всього британського народу, а не будь-якої окремої групи людей.

Висновки до розділу 3

Образ політичного діяча складається з певних рис, що виділяються та посилюються в медіадискурсі. З одного боку, він є відображенням реальних характеристик політика, з іншого – проекцією очікувань адресата. Позитивний образ політика формується за допомогою акцентування характеристик ідеального політика, у той час як якості, що не збігаються з образом ідеального політика, наділяються негативною оцінкою.

Розглянувши статті в британській та американській пресі, ми дійшли висновку, що образ прем'єр-міністрів у засобах масової інформації складається з виділення мовними засобами найбільш характерних рис жінок-політиків.

Проаналізувавши промови Маргарет Тетчер, можна дійти висновку про те, що прем'єр-міністерка використовує низку комунікативних стратегій: стратегію позитивного самопозиціонування, що реалізується за допомогою тактики ототожнення, тактики солідаризації з адресатом, тактики самосхвалення та тактики персоніфікації та індивідуалізації. Іншим поширеними стратегіями є стратегія дискредитації, «гра на підвищення», стратегії персуазивності, інформаційно-інтерпретаційна стратегія, стратегія обіцянки та стратегія формування емоційного настрою реципієнта.

У політичному дискурсі Терези Мей найчастіше актуалізуються такі комунікативні стратегії: стратегія самопрезентації (реалізована за допомогою тактики створення позитивного іміджу, тактики індивідуалізації, тактики

ототожнення), «гра на підвищення», стратегія самозахисту, стратегія дискредитації, стратегія обіцянки та стратегія інтимізації або зближення.

Образ політичного лідера, впроваджуваний у масову свідомість, постає як складний соціально-психологічний феномен, у якому відображено сукупність його реальних особистісних якостей, сформованих його діяльністю, засобами масової інформації, політичною рекламою, і відповідних стереотипів масової свідомості.

ВИСНОВКИ

Імідж політика – це зафіксований у мові збірний образ людини, що займає певну нішу в соціальному, економічному, культурному, емоційному та інших релевантних для певної лінгвокультури контекстах.

Вербальний імідж, який розуміється як образ людини, що формується під впливом його мовлення, є одним із компонентів іміджу в цілому. Створенню вербального іміджу сприяють два різноспрямовані процеси: з одного боку, політичний діяч озвучує свій або підготовлений спічрайтерами текст, який має на меті здійснити прагматичний вплив на цільову аудиторію. Другий процес, що полягає у формуванні в цільовій аудиторії враження про політичного лідера, спрямований від адресата до політика і є накладання сітки внутрішніх уявлень цільової аудиторії на модель іміджу політичного лідера, що створюється іміджмейкерами.

Мовленнєва особистість розглядається в роботі як індивідуальна мовна реалізація іміджу політика, зумовлена конкретним часовим, соціальним і культурним оточенням. Проведений аналіз кількох мовних реалізацій іміджу політика дозволив виділити характеристики типажу та індивідуальні характеристики кожної мовленнєвої особистості. Загальні вербальні характеристики британських прем'єр-міністрів детерміновані приналежністю репрезентантів до політичної посади, що передбачає використання класичних прийомів та виразних засобів ораторів.

Виявлені в дослідженні індивідуальні мовні характеристики Маргарет Тетчер та Терзи Мей обумовлені походженням, освітою, професійним досвідом та амбіціями політиків; період керівництва країною та події у країні та світі сформували систему цінностей та унікальний політичний образ кожного прем'єр-міністра.

Політичний лідер має можливість реалізувати себе в різних жанрових різновидах політичного дискурсу, наприклад, у жанрі політичних промов. Публічний виступ – це текст певної тематики, втілений у живому мовленні, яке

для політика перетворюється на потужний і ефективний засіб задля досягнення намічених прагматичних цілей. Імідж політичного лідера складається з цілого набору мовленнєвих умінь і засобів, які він використовує для цілеспрямованого впливу на формування масової свідомості в конкретному соціумі.

Мовленнєва діяльність особистості, з одного боку, індивідуальна, з другого боку, соціально обумовлена. Тому вибір мовних стратегій і тактик залежить як від конкретної ситуації спілкування, так і від типу особистості політичного лідера, а також від його переконань і позицій щодо того чи іншого питання.

Під стратегією в цьому дослідженні розуміється метод ситуативно обумовленої мовленнєвої поведінки, що включає вибір комунікативних дій і мовних засобів і спрямованого досягнення головної мети комунікації. Досягнення проміжних, локальних цілей здійснюється з допомогою набору комунікативних дій – тактик.

У сучасній лінгвістичній дійсності стратегічне планування мови є ефективним засобом управління соціально-політичною свідомістю суспільства; актуальними в промові прем'єр-міністрок є стратегії самопозиціонування, дискредитації, «гри на підвищення», персуазивності, обіцянки, та стратегія формування емоційного настрою.

Дослідження розкриває перспективи подальшого вивчення мовних механізмів формування іміджу політика. Перспективним є порівняльний аналіз мовних засобів створення образу політика-чоловіка та політика-жінки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Акайомова А. Політичний імідж та основні його характеристики. *Політичний менеджмент*. 2009. № 5. С. 29-35.
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика / сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. Москва: Прогресс, 1989. 616 с.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. Москва: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.
4. Бондаренко Я.О. Дискурс акцентуированных мовних особистостей: автореф. дис.... канд.філол. наук: 10.02.04. К., 2002. 19 с.
5. Буданова О. Б. Політична комунікація в інтернет-просторі: український контекст : автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04 / Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2015. 18 с.
6. Бундарина О.А. Коммуникативные технологии формирования и продвижения имиджа муниципальной власти (политологический анализ): дисс. ... канд. полит. наук. Москва, 2002. 205 с.
7. Висоцька О. Л. Науковий дискурс у сучасних лінгвістичних дослідженнях. *Молодий вчений*. 2018. № 8(1). С. 65-70.
8. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании. *Филологические науки*. 2001. №1. С. 64 -73.
9. Гудзь Н. Генезис поняття «дискурс» у сучасній лінгвістиці. *Наукові записки КДПУ ім. В. Винниченка*. Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 2 ч. 2012. № 105. С. 442–445
10. Дейк Т. ван Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации: пер. с английского. Москва: ЛИБРОКОМ, 2013. 344 с.
11. Дейк Т. А. К определению дискурса. Ленинград: Сэйдж пабликэйшнс, 1998. 384 с.
12. Денисюк С.Г. Політичний імідж як відображення політичної свідомості громадян України в умовах соціально-політичних перетворень. *Нова*

парадигма: Журнал наукових праць. Київ: Вид-во НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2005. Випуск 45. С. 133-140.

13. Дроздова С. О. Концепт ВЛАДА у сучасному російському політичному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Дніпропетровськ, 2004. 20 с.

14. Зущик Ю. Ідеологічний тип лексикону політичного лідера в структурі політичної психології. Київ, 1995.

15. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Москва : Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.

16. Караулов Ю.Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения. *Язык и личность*. Москва : Наука, 1989. С. 3-8.

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

18. Киуру К.В. Имидж в политической коммуникации: дискурсивный анализ: дисс. ... док. полит. наук. Санкт-Петербург. 2006. 343 с.

19. Кобзева О. О. Особливості організації сучасного електорального дискурсу. *Закарпатські філологічні студії : науковий журнал*/ голов. ред. І. М. Зимомря. Ужгород : Видавничий дім "Гельветика", 2019. Т. 1. Вип. 9. С. 93-97.

20. Кулеба О.В. Процес формування позитивного іміджу політичного лідера. *Електронний журнал Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2010. № 11. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=218>

21. Кулеба О.В. Роль сучасних інформаційно-комунікативних технологій у формуванні міжнародного іміджу держав. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 3. С. 104-107.

22. Лавренко О. Проблеми формування іміджу кандидата в депутати. *Проблеми політичної психології*. Київ, 1997.

23. Лаврентій А.С. Теоретична ідентифікація іміджу в контекстісучасних дослідницьких підходів. *Електронне фахове видання "Державне управління та розвиток"*. № 10. Київ: НАДУ, 2017.

24. Матвієнків С.М. Трансформація політичної свідомості в умовах становлення демократії в Україні: монографія. 2-е вид. допов. і переробл. Івано-Франківськ: НАІР, 2018. 252 с.

25. Милосердна І. М. Імідж політичного лідера як категорія PR-технології. *Актуальні проблеми політики* : зб. наук. пр. / редкол.: С. В. Ківалов (голов. редкол.), Л. І. Кормич (голов. ред.), І. М. Милосердна (відп. ред.) [та ін.] ; НУ «ОЮА», Південноукр. центр гендер. проблем. Одеса : Фенікс, 2019. Вип. 64. С. 118-133.

26. Негров, Е. О. Официальный политический дискурс в современной России: стратегии развития. *Политическая экспертиза*. Санкт-Петербург : ПОЛИТЭКС 2009. Т. 5. № 4. С. 105-114.

27. Пеконида А.В. Конструирование политического имиджа России современными печатными средствами массовой информации США: дисс. ... канд. полит. наук. Владикавказ, 2012. 246 с.

28. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Санкт-Петербург: Алетея., 2001. 256 с.

29. Серио П. Как читают тексты во Франции. *Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса* / пер. с франц. и португ. Москва: Прогресс, 1999. С. 14-53.

30. Современная политическая лингвистика: учебное пособие / Э. В. Будаев, М. Б. Ворошилова, Е. В. Дзюба, Н. А. Красильникова ; отв. ред. А. П. Чудинов; Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2011. 252 с.

31. Стецик Т. С. До проблеми персуазивних мовних технік здобуття уваги та довіри у американському політичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету „Острозька академія”*. Серія „Філологічна”. Острог : Вид-во Нац. ун-ту „Острозька академія”, 2011. Вип. 19. С. 144–148.

32. Романюк А. Б., Заяць А.В. Аналіз досліджень політичного дискурсу. *Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка"*. 2012. № 743. С. 200-209

33. Трушевич Г.Б. Іміджмейкінг в українській політичній практиці: ціннісний вимір». *Politicus*, В. 4. 2020. С. 75-82.

34. Филлипс, Л. Дж., Йоргенсен, М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ. 2-е изд., испр. Харьков : Изд-во «Гуманитарный центр», 2008. 352 с.
35. Фролов П. Методичні засоби вивчення іміджу політичних лідерів. *Наукові студії з політичної психології*. Київ, 1995. С. 86–92.
36. Халатян А.Б. Особенности организации современного политического дискурса. *Вест-ник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика*. 2010. № 6. С. 51–54.
37. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учебное пособие. 3-е изд., испр. Москва : «Флинта» ; «Наука», 2008. 254 с.
38. Шевченко І. С. Інтердискурсивність політичного дискурсу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2009. № 848. С. 53–57.
39. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Волгоград, 2000. 368 с.
40. Шурко О. Вплив політичного іміджу на свідомість громадян. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2018. Вип. 17. С. 261-266.
41. Честнов І. Критичний дискурс-аналіз як інтерпретативна парадигма посткласичної теорії права. *Філософія права і загальна теорія права*. 2014. № 1–2. С. 84-91
42. Чечель О. Ю. Формування іміджу держави на міжнародній арені. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 10. С. 82-86.
43. Чепак В.В., Ляхович Г.В. В. Мовна та комунікативна компетентності в соціологічному вимірі: пошуки взаємодії. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2015. № 4(1). С. 72-79.
44. Dijk T.A. Discourse and Power. Contributions to Critical Discourse Studies. Houndsmills: Palgrave MacMillan, 2008. 308 p.
45. Fairclough N. Critical discourse analysis and the mercerization of public discourse: the universities. *Discours and Society*. 1993. № 4 (2). P. 133–168

46. Merriam-Webster. URL: <https://www.merriam-webster.com/>
47. Wodak R. Disorders of Discourse. London : Longman, 1996.
48. Wodak R. The discourse of politics in action: Politics as usual. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2011. xvii, 252 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

49. Barnier: 'Not a minute to lose on Brexit talks' after customs union confirmation. News Sky. URL: <https://news.sky.com/story/uk-will-categorically-leave-customs-union-says-downing-street-11237387>
50. Can conservatives call themselves feminists? USA Today. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/2018/03/06/can-you-conservative-feminist-experts-weigh/374061002/>
51. Dreamy, says Thatcher, the new chief Tory. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2015/feb/12/margaret-thatcher-leader-conservative-party-1975>
52. Financial times. URL: <https://www.ft.com/content/40445b42-6682-11e9-a79d-04f350474d6>
53. 'I'm not a quitter': Theresa May says she could fight another election as PM. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2017/aug/30/im-not-a-quitter-theresa-may-says-she-could-fight-another-election-as-pm>
54. Ken Clarke caught on camera ridiculing Conservative leadership candidates. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2016/jul/05/ken-clarke-caught-camera-ridiculing-tory-leadership-candidates-theresa-may-michael-gove>
55. 'Madam Brexit': Theresa May smiles as interpreter gets her name wrong. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2017/dec/22/madam-brexit-theresa-may-smiles-as-translator-gets-her-name-wrong>

56. Margaret Thatcher dies: news and reaction. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/politics/blog/2013/apr/08/miliband-clegg-local-elections-cameron-madrid>

57. Margaret Thatcher makes promise to help the Palestinians. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/world/2021/may/27/margaret-thatcher-makes-promise-to-help-palestinians-archive-1986>

58. May hails leadership of Geoffrey Boycott, who was axed over team revolt. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2017/sep/08/theresa-may-tells-test-match-special-im-not-robotic>

59. May's revolutionary conservatism. The Economist. URL: <https://www.economist.com/britain/2016/10/08/mays-revolutionary-conservatism>

60. Mrs Thatcher serves her time. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/theguardian/2009/jan/02/margaret-thatcher-longest-serving-prime-minister>

61. Only the last winner counts. URL: <https://www.theguardian.com/theguardian/2010/feb/11/tory-leadership-contest-thatcher>

62. Oxford votes to refuse Thatcher degree. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2010/jan/30/thatcher-honorary-degree-refused-oxford>

63. Quotas Boost Women Pols. The Christian Science Monitor. URL: <https://www.csmonitor.com/1997/0514/051497.intl.intl.2.html>

64. Sports writers brief Thatcher on Heysel riot. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/theguardian/2010/jun/01/archive-sports-writers-brief-thatcher-1985>

65. Thatcher resigns. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2013/apr/08/thatcher-resigns-from-archive>

66. Thatcher was a model for proper government. Denver Post. 2013. URL: <https://www.denverpost.com/2013/04/08/margaret-thatcher-87-british-prime-minister-known-as-the-iron-lady/>

67. Theresa Maybe, Britain's indecisive premier. The Economist. URL: <https://www.economist.com/leaders/2017/01/07/theresa-maybe-britains-indecisive-premier>

68. Theresa May dons a jumpsuit for the Pride of Britain awards. The Telegraph. URL: telegraph.co.uk/fashion/people/theresa-may-style-fashion/

69. Theresa May fires starting gun on Brexit with pledge to get the right deal for 'every single person's' in this country. The Telegraph. URL: telegraph.co.uk/news/2017/03/28/theresa-may-fires-starting-gun-brexit-pledge-get-right-deal/

70. Theresa May helped to divide Britain. She won't heal it. The Irish Times URL: <https://www.irishtimes.com/opinion/theresa-may-helped-to-divide-britain-she-won-t-heal-it-1.2715037>

71. Theresa May is 'hopeless and weak', says leading Tory party donor. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2017/sep/09/theresa-may-is-hopeless-and-weak-says-leading-tory-party-donor>

72. The Sexy Side of Maggie: How Thatcher Used Her Softer Quality. Daily Beast. URL: <https://www.thedailybeast.com/the-sexy-side-of-maggie-how-thatcher-used-her-softer-quality>

73. To Margaret and the Tory party, a son and heir. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/theguardian/2013/nov/28/john-major-margaret-thatcher-conservative-party-leader>

74. Tories will get rid of Thatcher, says Wilson. The Guardian. <https://www.theguardian.com/theguardian/2010/nov/17/archive-tories-rid-of-thatcher>

СПИСОК ПРОМОВ ТЕРЕЗИ МЕЙ

75. May T. Conservative conference speech: Key quotes. URL: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-37535527>

76. May T. Brexit means Brexit. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/av/uk-politics-44689824/Theresa-may-brexit-means-brexit-does-mean-brexit>

77. May T. Brexit speech to Conservative conference. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/theresa-may-conference-speech-article-50-brexit-eu-a7341926.html>

78. May T. EU Exit Negotiations, 2018. URL: <https://hansard.parliament.uk/commons/2018-11-15/debates/8595BA5C-B515-4BD3-A9FE-38345E6AE2B4/EUExitNegotiations>

79. May T. Final speech as Prime Minister. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/theresa-mays-final-speech-as-prime-minister-24-july-2019>

80. May T. Florence speech. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pms-florence-speech-a-new-era-of-cooperation-and-partnership-between-the-uk-and-the-eu>

81. May T. General election statement. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-39630009>

82. May T. Home Secretary's update on the migration situation in Europe and the Middle East. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/homesecretarys-update-on-the-migration-situation-ineurope-and-the-middle-east>

83. May T. House of Commons. Migration. Answers of Theresa May. URL: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201516/cmhansrd/cm150916/debtext/150916-0001.htm#15091630000001>

84. May T. Launch Statement. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/theresa-may-s-tory-leadership-launch-statement-full-text-a7111026.html>

85. May T. PM speech at positive opportunities reception, 2019. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-speech-at-positive-opportunities-reception>

86. May T. PM speech on our future economic partnership with the European Union. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-speech-on-our-future-economic-partnership-with-the-european-union>

87. May T. PM speech to the Lord Mayor's Banquet. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-speech-to-the-lord-mayorsbanquet-12-november-2018>

88. May T. PM statement on Brexit negotiations, 2018. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-statement-on-brexit-negotiations-15-november-2018>

89. May T. PM statement on the New Zealand attack. URL: <https://www.gov.uk/government/news/pm-statement-on-the-new-zealand-attack-15-march-2019>

90. May T. PM: We can deliver the change you voted for. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-we-can-deliver-the-change-you-voted-for>

91. May T. PM words ahead of the G20 Summit. URL: <https://www.gov.uk/government/news/pm-words-ahead-of-the-g20-summit>

92. May T. Speech to the UN General Assembly 2017. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/theresa-mays-speech-to-the-un-general-assembly-2017>

93. May T. Statement from the new Prime Minister. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/statement-from-the-new-prime-minister-theresa-may>

94. May T. U.K's Plan for Brexit. URL: <https://time.com/4636141/theresa-may-brexit-speech-transcript/>

СПИСОК ПРОМОВ МАРГАРЕТ ТЕТЧЕР

95. Thatcher M. Address to a Joint Session of Congress. URL: <https://www.americanrhetoric.com/speeches/margaretthatcherjointsessioncongress.htm>
96. Thatcher M. Confidence in Her Majesty's Government. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/108256>
97. Thatcher M. Debate on the Address. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/103770>
98. Thatcher M. First Speech at White House as PM. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/104197>
99. Thatcher M. General election victory remarks. URL: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=220>
100. Thatcher M. TV Interview for Soviet Television, 1987. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/106604>
101. Thatcher M. Interview for Sunday Times, 1981. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/104475>
102. Thatcher M. Interview for Sunday Times, 1990. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/107868>
103. Thatcher M. Leader's speech, Bournemouth 1990. URL: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=136>
104. Thatcher M. Press Conference after Dublin European Council. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/104180>
105. Thatcher M. Remarks on becoming Prime Minister. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/104078>
106. Thatcher M. Speech at Lord Mayor's Banquet, 1990. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/108241>
107. Thatcher M. Speech at Kensington Town Hall. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/102939>

108. Thatcher M. Speech in Sleaford. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/100817>
109. Thatcher M. Speech to the College of Europe. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/107332>
110. Thatcher M. Speech to Conservative Party Conference ('the lady's not for turning'), 1980. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/104431>
111. Thatcher M. Speech to Conservative Party Conference, 1975. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/102777>
112. Thatcher M. Speech to Conservative Party Conference, 1982. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/105032>
113. Thatcher M. Speech to Conservative Party Conference, 1984. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/105763>
114. Thatcher M. Speech to Conservative Party Conference, 1987. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/106941>
115. Thatcher M. Speech to Conservative Party Conference, 1990. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/108217>
116. Thatcher M. Speech to the Conservative Political Centre Summer School ("The Renewal of Britain"), 1979. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/104107>
117. Thatcher M. Speech to Conservative Rally at Cheltenham. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/104989>
118. Thatcher M. Speech to the Royal Society, 1988. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/107346>
119. Thatcher M. The Path to Power. 1995. URL: <https://e-libra.su/read/583438-the-path-to-power.html>
120. Thatcher M. TV Interview for London Weekend Television Weekend World. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/105087>