

КОНЦЕПТ “ВОРОГ” В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ АМЕРИКАНСЬКИХ ПРЕЗИДЕНТІВ (1989-2008 РР.)

Анатолій Худолій

Доктор політичних наук, професор,
Кафедра англійської філології,
Національний університет «Острозька академія» (УКРАЇНА),
35800, Рівненська обл., м. Острог, вул. Семінарська, 2; E-mail: toliy65@yahoo.com
UDC: 81'42:[373]

ABSTRACT

Khudoliy Anatoliy. The concept of “enemy” in political discourse of American presidents (1989-2008).

The article deals with ideological and social concepts distinguished in American political discourse. The purpose of the article is to prove the idea that political discourse of American leaders consists of basic concepts that ideologically affect consciousness and subconsciousness of people. Out of all the concepts distinguished in the speeches one of the leading is the concept of ENEMY. Every concept includes several notions that make it up. Analysis shows that fixed images in mentality of American politicians are not only verbally expressed, but also considerably affect foreign policy course of the United States. Conclusions are made on the basis of ten speeches delivered by each of American presidents during 1989 - 2008.

Key words: political discourse, concept, image, the USA, enemy, foreign policy.

Худолій Анатолій. Концепт “ворог” в політичному дискурсі американських президентів (1989-2008 рр.).

Стаття присвячена ідеологічним і соціальним концептам, виявленим в американському політичному дискурсі. Мета статті підтвердити думку про те, що політичний дискурс американських лідерів вміщує базові концепти, які ідеологічно впливають на свідомість та підсвідомість людей. З усіх виявлених концептів базовим є концепт “ворог”. Кожен концепт складається з низки понять. Проведений аналіз показує, що стійкі образи в ментальності американських політиків мають не лише вербальне втілення, але й здійснюють суттєвий вплив на зовнішню політику США. Висновки зроблено на основі аналізу десяти промов, виголошених кожним з американських президентів упродовж 1989-2008 років.

Ключові слова: політичний дискурс, концепт, образ, США, ворог, зовнішня політика.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Дискурс є складним та багатомірним явищем, оскільки вербальна його складова (текст) є похідною від поєднання всіх інших – як лінгвальних, так і екстралінгвальних чинників. Одним із найбільш емоційно насичених різновидів масово-інформаційного дискурсу, який створюють сучасні ЗМІ, є політичний дискурс.

Власне **актуальним** у дослідженні дискурсу виявляється аналіз концептів, стійких ментальних уявлень, притаманних американським політикам, які відображають соціальний та політичний контекст, аксіологічні стратегії тощо. Стаття опирається на положення праць у галузі лексичної семантики, когнітології та прагматики, в яких увага акцентується на осмисленні значень лексичних одиниць на позначення стереотипних уявлень американського політикуму.

Концепт – це змістовний бік словесного знаку, який співвідноситься з поняттям, яке пов'язане з розумовою, духовною або матеріальною сферою існування людини, за-

кріплене в суспільному досвіді народу, соціально і суб'єктивно осмислене та співвіднесене з іншими поняттями [5, с. 35].

Мета статті полягає у спробі віднайти концепти в політичному дискурсі американських політиків. В умовах зростання ролі внутрішніх чинників на зовнішньополітичну діяльність державних діячів США набуває актуальності дослідження ментальних образів, які відіграють важливу роль у прийнятті політичних рішень.

У статті переслідують такі **завдання**:

- Описати існуючі підходи до аналізу політичного дискурсу;
- Проаналізувати політичний дискурс американських президентів від Дж. Г.В. Буша до Дж. В. Буша та виявити домінуючі концепти;
- Порівняти виявлені концепти, пов'язані з уявленнями про ворога;
- Описати концепт "ворог".

Політичний дискурс – це характеристика мовної комунікації в демократичному суспільстві. Він формується в контексті функціонування політичних інститутів та супроводжує політичний акт у відповідній інституційній атмосфері. Охоплюючи всю сукупність текстів, що відображають політичну й ідеологічну практику держави чи видатних представників певної доби, політичний дискурс безпосередньо пов'язаний із ціннісними орієнтаціями в суспільстві [14, с. 202].

Аналіз останніх досліджень. Основи теорії політичного дискурсу досліджують, починаючи з 50-х рр. ХХ ст. Серед класичних робіт з даної проблематики слід назвати праці Р. Барта [2], Т.А. Ван Дейка [4], Н.М. Міронової [10], Ю. Хабермаса [17], Т.В. Юдіної [24], А.П. Чудінова [19], В.З. Дем'янова [5], а також дослідження вітчизняних авторів: П.М. Донця [6], М.В. Ільїна [7], О.Й. Шейгал [20], А.М. Баранова [1], Г.Г. Почепцова [12;13] та Н.В. Яцишин [23].

Останнім часом політичний дискурс почав більш детально вивчатися і став об'єктом підвищеної зацікавленості в широких наукових колах. За оцінкою А.М. Баранова, в основі виникнення інтересу до політичного дискурсу лежить три головні чинники. Перший з них – внутрішні закономірності розвитку самої лінгвістичної теорії, яка не могла залишити без уваги таку сферу функціонування, як політика. Другий чинник – потреба політичної науки в методах аналізу політичних текстів і текстів ЗМІ для моніторингу різних тенденцій в суспільній свідомості. Третій – соціальне замовлення, пов'язане зі спробами позбавити політичну комунікацію маніпуляцій суспільною свідомістю [1, с. 245].

Аналізуючи дискурс американських президентів вдалося виявити низку концептів, серед яких вирізняють такі: "свій-чужий"; "друг-ворог"; "війна-мир"; "демократія-авторитаризм" тощо. Категоріальне значення для аналізу семантики політичного дискурсу мають поняття «своє» та «чуже». У мові політиків при оцінюванні тих чи інших політичних актів вони нерідко виступають синонімами понять «добре» та «погано». Дихотомія «свій та чужий» в політичному дискурсі США є особливо гострою. Семіотичний принцип розподілу світу на «своє – чуже» найяскравіше відображається в цій категорії саме як у комунікативній одиниці. Комунікативна семантика тут представлена набором сем. Актуалізація тієї чи іншої семи визначається національною належністю, соціальним статусом, політичними переконаннями тощо (табл. 1).

Таблиця 1.

Семи «свій – чужий»

СВІЙ	ЧУЖИЙ	СВІЙ	ЧУЖИЙ
свій	не свій, чужий	знайомий	не знайомий
рідний	чужий	сучасний	не сучасний
американський	іноземний	близький	не близький

Комунікативна категорія «чужого» зачіпає практично всі сторони комунікації та виявляється на всіх її рівнях: і в структурах висловлювань, і в текстовій організації, і в комунікативній структурі дискурсу в цілому [14, с. 213-214].

В таблиці 2 показано, як відбувається розмежування на «своє» та «чуже». У центрі – особа, яка підтримує комунікативний процес. Навколо неї – все, що вона сприймає як рідне (предмети, явища). Значно далі – поняття, що видаються їй чужими: люди, країни, предмети, явища. Кожен із цих елементів здатен стати підставою для формування кате-

горії «чуже». Розмежування також може ґрунтуватися, – на різниці у світосприйнятті, ідеології, мисленні [14, с. 214].

Таблиця 2.

Чужі люди, чужі країни				
Чужі явища	Близькі для свідомості поняття, явища	Мої предмети	Близькі для свідомості поняття, явища	Чужі предмети
		Я		
		Мої предмети		
Чуже світосприйняття Чужа ідеологія Чуже мислення				

Політичний дискурс відрізняється від інших видів дискурсу не лише специфічним лексично-граматичним, структурним, прагматичним наповненням, але й семантичною актуалізацією оцінності. Аналіз функціонування оцінної лексики дозволяє виявити універсальну й національну своєрідність меж семантичного простору індивіда з притаманними йому тими чи іншими ціннісними перевагами.

Ідентифікація та розподіл людей за принципом «свій» – «чужий» чи «ми-група» – «вони-група» є необхідною умовою групоутворення та формування соціальної структури. При цьому «свій» може бути дуже або не дуже близьким. А поняття «чужий» завжди позначає зовнішні кордони «своїх» меж, межі розуміння та ідентичності групи [21, с. 17, 19]. В стані політичного конфлікту, який є одним із видів взаємодії, – протиборства, поділ людей на «свій» – «чужий» стає жорсткішим. «Свого» ідентифікують як однопумця, друга, а «чужий» асоціюється з суперником, ворогом. Окрім того, існують конфлікти типу «війна», в яких інше сприйняття суперника вважають неприпустимими.

Концепт «ворог», на думку Л. Гудкова, формується в «архаїчних соціумах» як спосіб примітивної групової ідентифікації. В XIX – XX століттях поняття «ворог» широко використовують в зовнішній та внутрішній політиці [3, с. 558-567]. В суспільній свідомості і реальній політиці продовжують оперувати цими архаїчними категоріями. Так, К. Шмітт вважає, що у визначенні поняття «політичне» ключову роль відіграють такі категорії, як «друг» і «ворог»: «Зміст розрізнення друга та ворога полягає в тому, щоб позначити найвищу ступінь інтенсивності поєднання чи роз'єднання, асоціації чи дисоціації» [22, с. 39].

Ж.Т. Тощенко виокремив кілька критеріїв розрізнення опонента та ворога:

1. У стосунках з опонентом намагаються зрозуміти його позицію, врахувати пропозиції. Ворога намагаються перемогти будь-якою ціною;
2. Опонента, як правило, поважають за його думку; по відношенню до ворога відсутнє поважне ставлення до нього, права на власну думку;
3. З опонентом ведуть дискусії для вияснення позицій; щодо ворога застосовують насильницькі дії;
4. У взаємодії з опонентом використовують діалог; а у взаємодії з ворогом – мову ультиматумів [15, с. 35].

Конфлікт в своїй динаміці може проходити певні рівні протистояння як в бік ескалації протиборства (суперечка – протиборство – війна) так і в бік зниження напруження боротьби (війна – протиборство – суперечка).

Концепти «свій - чужий» ідеологи наповнюють змістом тієї спільноти, групи чи народу, з яким відбувається загострення стосунків. Під впливом пропаганди «чужий» перетворюється в «ворога». Образ «ворога» є одним із найстаріших образів та архетипів колективного несвідомого. З цим образом у масовій свідомості асоціюються всі біди та нещастя, розпад звичного способу життя, суспільства в цілому. Образ «ворога» виконує компенсаторну функцію, оскільки він об'єднує ту чи іншу спільноту, групу, народ для вирішення будь-якої проблеми [9, с. 37]. Із образом «ворога» тісно пов'язаний образ «героя», який виконує функцію зняття дискомфорту стану, викликаного діями ворогів. Він виражає сподівання народу на чудо, що здійснить герой та переможе ворога. «Героя» часто асоціюють з президентом країни.

Подібні уявлення дієві у кризових ситуаціях, протистоянні, агресивної зовнішньої політики тієї чи іншої країни. Концепт «ворог» охоплює весь набір характеристик та можли-

вих дій об'єкта (людини, народу). В стані політичного конфлікту, який є одним із видів взаємодії – протистояння, поділ країн на “свій - чужий” стає жорсткішим.

Наприклад Р. Рейган, який шукав соціальну базу для неоконсервативної програми в період свого першого президентського марафону, оголосив носіями зла в суспільстві безробітних, які на той час жили непогано. Вони зовсім не перебивалися з хліба на кока-колу. Р. Рейган, звертаючись до виборців, яким доводилось нести на собі тягар соціальних витрат, викривав тих, хто, користуючись суспільним “пирогом”, не брав участі в процесі творення: адже така поведінка суперечила духу капіталістичного суспільства, де цінністю є люди ініціативні, винахідливі. Телебачення раптово підхопило цю настанову, а в телеспектаклях стали фігурувати безробітні, які уособлювали собою всі біди. Аналізуючи телепродукцію тих часів, американські соціологи підкреслювали: Америка не може забезпечити собі динамічність через безробітних [8, с. 110].

В США політичний лідер може стати лідером тільки за умови перемоги над якимось ворогом, а ворогів у США на протязі другої половини XX та початку XXI століття вистачало. Взагалі супердержави не можуть існувати без ворога, їхні інституції та ідеологія потребують суттєвого зовнішнього негативного впливу. Вони не можуть виправдати своє існування тільки розвитком внутрішнього світу. В цьому полягає причина нескінченних процесів, пов'язаних з боротьбою з зовнішніми ворогами США [12, с. 40]. Для мобілізації всіх ресурсів в системі необхідно присутність зовнішніх елементів. Їх породжували за допомогою інформаційного простору. Політична боротьба потребувала полярності, оскільки лише за такої умови можна виправдати будь-які політичні, економічні та соціальні цілі.

Для підсилення ролі президента активно ведуть пошук ворога, а без зовнішньої небезпеки роль та вагомість першої особи в США втрачає сенс. Найвдалішими ситуаціями з точки зору максималізації любові американського народу до президента є кризові явища та події, оскільки вони змушують народ об'єднатися навколо свого лідера.



Схема 1.

Образ ворога страшить, оскільки він несе небезпеку усталеному способу життя, цінностям тощо. Формуючи образ ворога американського суспільства, телебачення виступає в ролі соціального орієнтира, що визначає певні межі хорошої/поганої поведінки. У такій системі координат до людини чи народу (наприклад Росії чи Сербії), яких розмістили в межах поганої поведінки, стає можливим застосування і не зовсім хороших прийомів, тобто його/їх можна затаврувати, їх слід провчити, накласти санкції, припинити з ними торгівлю, напасти, бомбардувати, щоб напоумити чи переконати. У світосприйнятті американського політикуму, поняття “ворог” є ключовим, оскільки саме воно найбільшою мірою пронизане політичним началом. У політичній сфері “ворог” – це не просто конкурент в економіці чи суперник у спортивних змаганнях. У політичній сфері поняття “ворог” міцно пов'язане з такими поняттями як “війна” та “боротьба”, які тлумачать як зіткнення протидіючих сил, організованих політично. Політичний “ворог” – це сукупність людей, які ведуть боротьбу і яка протистоїть такій самій сукупності [22, с. 41].

З цього приводу О. Філіппов зазначає, що головною ідеєю політичного життя країни є розмежування на групи “друзів” та “ворогів”, яке набуває характеру не приватного протистояння конкурентів, а екзистенційного протистояння. “Ворог” означатиме абсолютну неприйнятність чужого, ізоляцію чужорідного від однорідного завдяки такій ізоляції народу (внутрішній) або, коли народ політично єдиний, – протистояння ворогу зовнішньому [16, с. 291].

З точки зору політичного світосприйняття політичне життя суспільства сприймається народом як постійне протиборство інтересів, боротьба цінностей, ідеологій тощо. Тому свою участь у політичному житті людина розглядає як участь у боротьбі проти опонентів. Як зазначає А. Цуладзе, нав'язування людям певних ідей і заклик до їхнього захисту, який формується через створення образу ворога, можуть породити в масах почуття змагальності і навіть ненависті [18, с. 68]. Здатність народу самостійно визначати “друга” та “воро-

га" К. Шмітт розглядав як сутність його політичної екзистенції. Якщо в народі більше немає здатності або волі до цього розрізнення, то народ припиняє своє існування. Якщо він дозволяє, щоб *чужий* приписував йому хто є "ворогом", і проти кого йому слід боротися, а проти кого – ні, то він вже більше не є вільним народом, він підкорений іншій політичній системі [22, с. 52].

Глибинний шар образу "чужого (ворога)" має докультурну біологічну природу. Дані етології показують, що специфічне відношення до чужого закладене вже у фенотипі людини, оскільки існують емпіричні докази на користь того, що девіантний зовнішній вигляд та поведінка особи викликають у багатьох видів тварин реакції відторгнення та агресії [26, с.114]. Відношення до чужих можна назвати природним. Воно носить прагматичний характер, стосується всіх чужинців та формується значною мірою несвідомо (інстинктивно). Ієрархічно вищий пласт образу "чужого" є вже культурно-зумовленим та охоплює ставлення до чужоземців в цілому. Ще одним ступенем вище буде уявлення про представників конкретних етносів, що мають різні назви: стереотип, імідж, забобон, образ ворога.

Концепт "ворога" є навмисним і свідомим вербальним утворенням. Конструювання образу ворога характерно для часів міжнародних криз та війн (як холодних так і гарячих) та служать для мобілізації власної нації.

Дихотомія "друг - ворог" відображає конфлікт, що є осердям будь-якого протистояння. Політичний та міжнародний конфлікт розвивається за принципом «воронки»:

1. На першому етапі відбувається утворення воронки протистояння, починається накопичення образ, формується образ "ворога";
2. На другому етапі сторони створюють «одномірних людей», нелюдів;
3. На третьому етапі протистояння переростає в антагонізм і події розвиваються за принципом дзеркального відображення, коли всі дії та вчинки сторін бумерангом повертаються до них [11, с. 57-63]

Як зазначає В.О. Михайлов, дія завжди рівна протидії. І тут зникають праві і неправі, а залишаються лише ті, хто страждає. Принцип дзеркального відображення вперше оприлюднив та підтвердив американський науковець Ю. Бронфенбреннер, який у 1960-х підтвердив його на прикладі взаємного сприйняття американців та росіян [25, с. 240]. Кожна сторона звинувачувала суперника в тих же злочинах, в яких останній звинувачував її.

Якщо період холодної війни сформував стійкий стереотип ворога в образі комунізму, представником якого був СРСР, потім Китай, Куба, то період після розпаду СРСР на зміну комунізму прийшли нові загрози для США. Дж. Г. В. Буш зустрівся з новими викликами, і одне із випробувань почалося з Іракського захоплення Кувейту. З 1990 по 1991 розпочинається війна у Перській Затоці, коли Ірак окупував Кувейт. Американські збройні сили стримують Саддама Хусейна від повної окупації країни. Війна з диктатором Хусейном стає одним із ключових питань зовнішньої політики президента Буша. США застосували силу при повній підтримці ООН і навіть Росії. Незважаючи на закінчення Холодної війни, Буш часто повертається до періоду протистояння з СРСР, що свідчить про силу сформованих уявлень. Президент Буш, як і решта президентів, покладається на воєнну міць США (див. Таблицю 3).

Таблиця 3.

Концепт "ворог" в промовах Дж. Г. В. Буша (ст.) з 1989 по 1993 рр.

Агресія	21
Війна	29
Воєнна міць США	78
Диктатура	12
Загроза	12
Застосування сили	17
Саддам Хусейн	21
Холодна війна	11

Б. Клінтон визнає інші загрози безпеці США, серед яких ключове місце належить терористам. Знову американський президент повертається до періоду протистояння з СРСР і згадує комунізм. Поняття "холодна війна" 16 раз траплялось у промовах президента Клінтона (див. Таблицю 4). Нові загрози виникають перед США. Війни, в які втягнуті США тривають. Проте, як і раніше, сила американської армії є основою політики. Президент

Клінтон 73 рази згадав “воєнну міць” США. “Ворог” знову загрожує США, хоча всі воєнні конфлікти, в які втрутилися чи започаткували США проходили за межами країни.

Таблиця 4.

Концепт “ворог” в промовах Б. Клінтона за період з 1993 по 2000 рр.

Війна	18
Воєнна міць США	73
Ворог	9
Загроза	24
Терористи	24
Холодна війна	16

Поняття “ворог” набуває глобального змісту для Дж. В. Буша. У промовах президента поняття “ворог” згадувалось 42 рази. Ворогом для США є тероризм. Війна з тероризмом набуває планетарного масштабу, від Іраку, де диктатор Саддам Хусейн загрожує світу бактеріологічною та ядерною зброєю, до радикального ісламу в Афганістані та північній Кореї. Слово терористи прозвучало 179 раз у промовах Дж. В. Буша. Вихід із даної ситуації полягає у застосуванні сили, тобто президент Буш переконаний, що США слід застосовувати силу для вирішення більшості зовнішньополітичних проблем, не дарма він згадав поняття “воєнна міць США” 89 раз (див. Таблицю 5).

Таблиця 5.

Концепт “ворог” в промовах Дж. В. Буша з 2001 по 2008 рр.

Війна	18
Війна з тероризмом	60
Ворог	42
Диктатор С. Хусейн	19
Загроза	66
Воєнна міць США	89
Радикальний іслам	11
Тиранія	17
Терор. режими	12
Терористи	179

Міфологізація загрози та демонізації ворога в риториці американських президентів ґрунтується на релігійній доктрині, у відповідності з якою світ складається з двох протилежних таборів – табору “добра”, де життя організовано у відповідності з божественними принципами, та табору “зла”, де ці принципи відкидають. На проміжку між “добром” та “злом” розташовані країни світу: на одному полюсі знаходяться США та їхні західноєвропейські союзники (вільний світ), а на іншому – країни ЗЛА, і десь посередині – третій світ. А США – найближчі до Бога, ніж будь-яка інша країна [27, с. 170]. Союзниками США є країни з іудейсько-християнською релігійною традицією, вільною ринковою економікою та демократією. В країнах “зла”, навпаки, всі три названі фундаментальні цінності заперечуються, і тому такі країни розташовані ближче до протилежного полюсу.

Вважаємо, що промови американських президентів відображають усталені уявлення свідомості як американських політиків, так і пересічних громадян. Успішність промов зазначених вище американських президентів залежить від загальнонародного настрою, настанов, вербалізованих ідеологем. Американські президенти переслідували дві мети: збудити ненависть до ворога та деморалізувати його. Їм вдалося досягти своєї мети, оскільки протягом кожного періоду того чи іншого президента, адміністрація, пропагандисти знаходили ворога, образ якого з часом видозмінювався, від СРСР періоду холодної війни до ісламських фундаменталістів, Усами бен Ладена, сербів тощо.

Концепт “ворог” мобілізує суспільну думку та формує негативний імідж іншого народу. Вважаємо, що образ ворога у свідомості американських політиків не зникне в найближчі роки, а зазнає змін, як було не раз в історії США.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у дослідженні концептів “демократія” та “союзники” у свідомості американських політиків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику / Баранов А.Н. – М.: Высшая школа, 2001. – 256 с.
2. Барт Р. Текстовый анализ одной новеллы Эдгара По / Ролан Барт // Избранные работы: Семиотика: Поэтика; пер. с фр. Л. С. Козлова / Сост., общ. ред. Г. К. Косиков. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
3. Гудков Л. Идеологема «врага»: «Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции / Гудков Л. – М.: Новое литературное обозрение, «ВЦИОМ-А», 2004. – 816 с.
4. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Дейк Т.А. ван.; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
5. Демьянков В.З. Термин «концепт» как элемент терминологической культуры / В.З. Демьянков // Вопросы филологии, 2001. – № 1. – С.35–47.
6. Донець П.М. Національно-культурна специфіка дискурсу / П.М. Донець // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен // Під заг. ред. Шевченко І.С. – Харків: Константа, 2005. – С. 198-232.
7. Ильин М.В. Политический дискурс как предмет анализа / М.В. Ильин // Политическая наука: Сб. научных трудов / РАН. ИНИОН. – М., 2002. – С. 7–19.
8. Королева В.П. Стереотипы в политике / В.П. Королева // Политика и общество. – 2004. – № 3. – С. 103–110.
9. Лисовский С.Ф. Политическая реклама / С.Ф. Лисовский. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000. – 253 с.
10. Миронова Н.Н. Политический дискурс vs оценочный дискурс / Н.Н. Миронова // Политический дискурс в России. – Москва: Наука, 1997. – С. 41-50.
11. Михайлов А.В. Принцип «воронки» или механизм развертывания межэтнического конфликта / А.В. Михайлов // Социологические исследования. – 1993. – № 5. – С. 57–63.
12. Почепцов Г.Г. Семиотика / Почепцов Г.Г. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2002. – 432 с.
13. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Почепцов Г.Г. – М.: «Реал-бук», К.: «Ваклер», 2001. – 656 с.
14. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: [монографія] / Серажим К. / За ред. В. Різуна. – К.: КНУ, 2002. – 392 с.
15. Тощенко Ж.Т. Парадоксальный человек / Тощенко Ж.Т. – М.: Гардарики, 2001. – 543 с.
16. Филиппов А. Карл Шмитт. Расцвет и катастрофа / А. Филиппов // Шмитт К. Политическая теология: Сборник научных трудов. – М.: «КАНОН-пресс-Ц», 2000. – С. 259–314.
17. Хабермас Юрген. Моральное сознание и коммуникативное действие / Юрген Хабермас. – Т. 29. – 2-е изд., стер. – М.: Наука, 2006. – 377 с.
18. Цуладзе А.М. Формирование имиджа политика в России / Цуладзе А.М. – М.: Книжный дом «Университет», 1999. – 144 с.
19. Чудинов А.П. Политическая лингвистика / Чудинов А.П. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 256 с.
20. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Шейгал Е.И. – Волгоград: Галарт, 2000. – 153 с.
21. Шеллинг Т. Стратегия конфликта / Шеллинг Т. – М.: Изд-во ИРИСЭН, Серия «Международные отношения», 2007. – 366 с.
22. Шмитт К. Понятие политического / К. Шмитт // Вопросы социологии. – 1992. – Т.1. – № 1. – С. 35–67.
23. Яцишин Н.В. Ідеологічні стереотипи в англomовному медійному дискурсі: досвід концептуального аналізу / Н.В. Яцишин // Проблеми семантики слова, речення та тексту. Збірник наукових статей. – Випуск 7. / Відп. Ред. Н.М. Корбозерова. – 2001. – С. 320-325.

24. Юдина Т.В. Дискурсивное пространство политической речи / Т.В. Юдина // Актуальные проблемы теории коммуникации. – СПб., 2004. – С. 172–185.
25. Bronfenbrenner Urie. The Ecology of Human Development: Experiments by Nature and Design / Urie Bronfenbrenner. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1979. – 348 p.
26. Eibl-Eibesfeldt I. Die Biologie des menschlichen Verhaltens. Grundris der Humanethologie / Eibl-Eibesfeldt I. – Munchen: Piper, 1995. – 275 s.
27. Galtung J. The Cold War as an Exercise in Autism / Johan Galtung / Alternatives. – 14(2). – 1987. – P. 169– 193.