

Для цитирования: Шевченко И.С. Стратегии и тактики электорального дискурса Джорджа Буша // Теория и история на реториката. – София : Унив. изд. "Св. Кл. Охридски"

Please cite as: Shevchenko, I.S. (2013). Strategii i taktiki jelektoral'nogo diskursa Dzhordzha Busha [Strategies and tactics of George Bush' electoral discourse]. Teorija i istorija na retorikata. – Sofija: Univ. izd. "Sv. Kl. Ohridski" – *Theory and History of Rhetorics*. – Sofia: St. Climent Ohridski Univ. Press (in Russian)

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСА ДЖОРДЖА БУША

И.С. Шевченко

Abstract

The article focuses on the American political discourse and investigates the system of verbal strategies of George Bush's electoral discourse. They present a manipulative cluster of informative - introductive, modifying and creative strategies corresponding to the worldview of politicians - republicans claiming at the highest state positions.

Key words: *electoral discourse, manipulation, strategy, tactics, worldview*

1. Вступительные замечания

Всего несколько лет отделяет нас от правления президента Джорджа Буша (мл.) и его электоральная риторика остается по-прежнему актуальной для исследователей - политологов, лингвистов, социологов. В свете новых выборов президента США 2012 года заслуживают пристального внимания и всестороннего анализа характеристики предвыборного дискурса, дважды приводившего Буша к победе.

Политическая коммуникация находится в центре внимания лингвистики, социологии, политологии, теории PR, когнитологии, истории. В социальных науках политическое общение рассматривают как общение по поводу власти сквозь призму политической борьбы [9]. В ее ходе партии и политики создают свой «политический капитал», который в результате институционализации позволяет бороться за властные посты и удерживать их. Политическая борьба отличается особыми приемами и стратегиями, наиболее конфронтативными в предвыборных кампаниях. Электоральные технологии – разновидность информационных войн, когда большому количеству людей внушается предпочтение одного из кандидатов. Информационное воздействие не случайно, оно носит системный и планомерный характер и реализуется особыми стратегиями.

В современной лингвистике укрепилось понимание коммуникации как речевой реализации интенций ее участников: интенций самопредставления, привлечения внимания, анализа ситуации и т.п. Это дает возможность реконструировать интенции по речевому вкладу говорящего. Будучи

когнитивно-коммуникативным феноменом, реализованной в языковой форме социальной практикой индивидов и групп, дискурс с необходимостью привлекает для своего анализа междисциплинарные методы, которые объединяют когнитивный (концептуальный) и коммуникативный (прагматический) подходы. Среди последних заслуживает внимания и интен-анализ [7] – относительно новое направление в дискурсивных исследованиях, обоснованное в работах социальных психологов и философов и применяемое в социологии массовой коммуникации, и его сочетание с анализом стратегий и тактик дискурса. Цель данной статьи – рассмотрение речевых стратегий электорального дискурса с точки зрения кластера интенций политиков-республиканцев, претендентов на высшие государственные посты США, а ее объектом является репертуар стратегий и тактик республиканцев в предвыборных кампаниях 2000 и 2004 годов по материалам их публичных выступлений.

2. Теоретические основания когнитивно-коммуникативного анализа речевых стратегий и тактик электорального дискурса

В соответствии с когнитивно-коммуникативным направлением анализа под *дискурсом* понимаем интегральный феномен, мысле-коммуникативную деятельность, совокупность процесса и результата, который включает как экстралингвистический, так и собственно лингвистический аспект; в последнем кроме текста выделяется пресуппозиция и контекст (прагматический, социальный, когнитивный), которые обуславливают выбор языковых средств. *Электоральный* политический дискурс представляет собой систему лингвокогнитивных, коммуникативно-функциональных, аксиологических и прагматических аспектов, характеризующихся институциональностью, модифицированной информативностью, персуазивностью, особой ролью масс-медиа, театральностью, авторитарностью [2]. Его персуазивная гиперфункция реализуется через функции презентации и манипуляции. В процессе аргументирования «говорящий реализует себя как языковая личность, демонстрируя свою языковую, коммуникативную и лингвистическую компетенцию. Задействованными оказываются его знания, представления, здравый смысл, ценностная система, его эпистемическое, эмоциональное состояние, а также его социальный статус и социальные роли, которые ему приходится «исполнять»» [1: 5].

В электоральном дискурсе прослеживаются стратегии, характерные для политического дискурса в целом, однако их количественная конфигурация специфична, как и репертуар наиболее употребительных речевых тактик. Наиболее важной чертой, отличающей электоральный дискурс является, во-первых, высокая степень агональности (соревновательности) и театральности, персуазивности электорального, отражающаяся в тактическом репертуаре дискурса республиканцев. Во-вторых, цель всякой избирательной кампании –

победа на выборах – достигается особыми стратегиями воздействием на аудиторию-электорат, в ходе которого ранее имевшаяся у аудитории информация заменяется на желательную для претендента.

Стратегия общения (коммуникативная стратегия) представляет собой «цепочку решений говорящего, его выбор определённых коммуникативных действий и языковых средств», либо «реализацию набора целей в структуре общения» [6: 37]. Вместе с тем, коммуникативная стратегия – это и характеристика когнитивного плана общения, которая состоит из последовательности действий участника коммуникации по достижению цели (целей) взаимодействия. Интеграция когнитивного и коммуникативного начал заложена в самой природе стратегий, которые, с одной стороны, реализуют когнитивные установки говорящего, с другой – служат средством воплощения его базовых интенций. Стратегии по своей форме ориентированы на нормы социума, а по содержанию связаны с интенциями личности. Такое строение стратегий соответствует общему свойству речевой деятельности человека в социуме: единству социального и индивидуально ориентированного поведения.

Дискурсивная *стратегия* – это когнитивно-прагматическая программа общения, которая основывается на мотивах коммуниканта и определяет характер реализации коммуникативных актов в дискурсе. Способом реализации стратегий является дискурсивная *тактика*, которая влияет на выбор средств осуществления коммуникативных актов. Стратегия и тактика соотносятся как общее и частное, род и вид: тактика представляет собой набор приемов реализации стратегического замысла, конкретную реализацию стратегии на определенном этапе коммуникации. В качестве конституента дискурсивной тактики выступает высказывание, причем по формальным показателям тактика может включать как одно, так и несколько высказываний.

Среди стратегий дискурса выделяют основные – семантические (когнитивные) стратегии и вспомогательные стратегии – прагматические, диалоговые и риторические [5: 109], как правило, они взаимно переплетаются в дискурсе.

Электоральный дискурс представляет собой персуазивно-манипулятивную разновидность аргументативного дискурса, поскольку он имеет целью воздействие на коллективного адресата с целью изменения его картины мира путем замены определенных компонентов его информационного поля. Воздействие на интенциональную сферу электората осуществляется через воздействие на его когнитивную сферу. С когнитивной точки зрения речевые стратегии представляют собой совокупность процедур над моделями мира участников ситуации общения и имеют целью коррекцию модели мира адресата [5: 109] в желательном для кандидата направлении. Механизм изменения картины мира предполагает несколько этапов: (1) введение темы и первичная оценка известной адресату информации, (2) модификация / устранение известной адресату информации, (3) введение нового знания в

соответствии с целями адресанта (это «интродуктивные, варьирующие, аддитивные стратегии» [3: 3.]).

2. Интенциональная карта электорального дискурса Джорджа Буша

С прагматической точки зрения стратегии предполагают реализацию интенций, выбор языковых средств, направление развития речевого взаимодействия, его характер и способы. Интенциональная направленность дискурса находится в центре внимания прагмалингвистики, когнитивистики, психолингвистики. Интенциональные состояния характеризуются, по Дж. Серлю, как фундаментальные и целостные свойства сознания, неразложимые на более простые элементы. *Интенция* выступает инструментом соотнесения субъекта с внешним миром [13], понятие интенциональности в равной мере применимо как к ментальным состояниям, так и к лингвистическим сущностям, таким как речевые акты и предложения [ibid]. Его положение о том, что «язык выводим из интенциональности» свидетельствует о первичности когнитивного по отношению к языковому, дискурсивному.

Анализ содержания публичных выступлений Джорджа Буша и его сторонников дает представление о ментальной модели дискурса и позволяет выделить ряд ведущих интенции (наличие сопутствующих и метакоммуникативных интенций зависит от ведущих интенций и жанров дискурса). Наглядное и обобщенное представление ментальной модели дискурса достигается применением разработанной Т.Н. Ушаковой и др. [7] специальной процедуры *интент-анализа* как «свертывания» анализируемых текстов, позволяющей в достаточно компактной форме представить ментальную карту дискурса как последовательности следующих основных интенций (наши количественные данные для республиканского электорального дискурса приведены обкругленно): самопрезентация (до 30% выборки), анализ ситуации (до 20 %), критика и дискредитация соперника (до 20%), предупреждение и разоблачение (10%), побуждение и воздействие на аудиторию (15%),самооправдание (5%). Преобладание самопрезентации, уход от откровенного «черного» PR характеризует дискурс республиканцев в целом.

Воплощенные вербально, интенции реализуются через определенные стратегии и тактики дискурса. По нашим данным, среди стратегий электорального дискурса республиканцев наиболее заметны следующие ведущие стратегии:

- (1) стратегия самопрезентации - создания собственного позитивного имиджа,
- (2) стратегия дискредитации оппонента,
- (3) стратегия содержательного анализа и оценки ситуации,
- (4) стратегия самозащиты;
- (5) стратегия побуждения и манипулирования.

Среди них стратегии (1) – (4) являются преимущественно когнитивно-информативными, а стратегия (5) – преимущественно прагма-манипулятивной, хотя такое разделение условно в силу взаимного проникновения и наложения интенций, лежащих в их основе. Тактики, которыми непосредственно реализуются эти стратегии, многообразны и зависят как от жанра дискурса (политическая программа, речь-монолог, интервью, ток-шоу и т.п.), так и от конфигурации интенций, наличествующих у конкретного субъекта дискурса в определенной ситуации. В целом интенциональная карта электорального дискурса лидеров республиканцев демонстрирует следующее распределение интенциональных составляющих в зависимости от объектов референции: объект «Свои» – интенции ободрение, похвала, разъяснение, отвод обвинений; объект «Я» – позитивная самопрезентация, формирование имиджа; референтная ситуация – анализ и оценивание; «Чужие» – противостояние угрозы обвинения и разоблачения; электорат – побуждение голосовать «за», похвала и заигрывание; объект соперник – обвинение и разоблачение.

3. Речевые стратегии и тактики в электоральном дискурсе республиканцев

Электоральный дискурс республиканцев формируется вокруг концепта ВЫБОРЫ, относящегося к домену «ПОЛИТИКА» в американской концептосфере, который объединяет слоты СУБЪЕКТ, ОБЪЕКТ, ОСНОВАНИЯ ВЫБОРА. Концепт ВЫБОРЫ служит гиперфреймом и охватывает концепты, соответствующие отдельным слотам: слоту СУБЪЕКТ ВЫБОРА – концепт НАРОД; слоту ОСНОВАНИЯ ВЫБОРА – концепты ДЕМОКРАТИЯ, СВОБОДА, ТЕРРОРИЗМ, ВОЙНА; слоту ОБЪЕКТ ВЫБОРА – концепты ВЛАСТЬ, ПРЕЗИДЕНТ [2].

Стратегии речевого воздействия с когнитивной точки зрения представляют собой совокупность процедур над моделями мира избирателей; с прагматической точки зрения они являются информационно-операционной презентационной системой, состоящей из последовательности информационно-интродуктивных, информационно-модифицирующих и информационно-креативных стратегий, содержательный компонент которых передает картину мира политиков-республиканцев.

Механизм изменения картины мира электората предполагает несколько этапов: введение темы и первичная оценка известной адресату информации, модификация / устранение известной адресату информации, введение нового знания в соответствии с целями адресанта. Эти этапы обслуживаются обнаруженными стратегиями и соответствующими тактиками: стратегия презентации и самопрезентации реализуется, в основном, такими тактиками, как: понятийная, ценностная, образная категоризация, самовосхваление,

конструирование сверхцели, позитивное позиционирование своего «Я» «от достигнутого».

3.1. По нашим данным, в качестве **информационно-интродуктивных стратегий** выступают, как правило, когнитивно-информативные стратегии (само)презентации, содержательного анализа и оценки ситуации, которые реализуется в трех тактиках, выделяемых на основании того, какая из составляющих концепта – понятийная, образная или ценностная – подвергается оценке адресанта. Это, соответственно, тактики понятийной, образной и ценностной категоризации. Непосредственно связанный с интродуктивным блок модифицирующих стратегий служит целям варьирования ранее поданной информации. Применением информативно-модифицирующих стратегий, осуществляющих аргументированное рационально-эмоциональное воздействие, достигается разрыв ассоциативных связей адресата и установлений новых.

В позитивной (само)презентации «Я» и «своих», направленной на кандидата и его сторонников, доминируют тактики понятийной и ценностной категоризации, например, в концептах ДЕМОКРАТИЯ и СВОБОДА (как условий обеспечения взаимопонимания и мира) подчеркивается приверженность Джорджа Буша и его партии этим американским ценностям, противопоставляемым «идеологии ненависти»:

I believe that democracy can take hold in parts of the world that are now non-democratic and I think it's necessary in order to defeat the ideologies of hate. History has shown that it can work, that spreading liberty does work / Bush Interview with Matt Lauer, Aug. 30, 2004/

Информативно-интродуктивные стратегии самопрезентации нередко реализуются тактиками (а) самовосхваления (*I know how to lead...*), (б) конструирования сверхцели (*We will fight the terrorists around the worldAnd we'll continue to spread freedom*), (в) позитивного позиционирования и использования прежних заслуг (успокоение американцев, принятие сложных решений) – тактика «от достигнутого результата» (*I have tried to comfort Americans who lost the most on Sept. 11th*).

Для стратегии самопрезентации кандидата на пост президента характерна актуализация концепта НАРОД, подчеркивание связи между ПРЕЗИДЕНТОМ и НАРОДОМ.

3.2. Среди **информационно-модифицирующих стратегий** излюбленными приемами дискредитации оппонента в дискурсе республиканцев являются тактики прогнозирования будущих ошибок конкурента – создание «отрицательных меток» путем предупреждения электората о таких просчетах: например, Дж. Буш обвиняет Дж. Керри в смене позиции по поводу войны в Ираке:

You cannot lead the war on terror if you keep changing positions on the war on terror and say things like, “Well, this is just a grand diversion.” /The First Bush-Kerry Presidential Debate, Sept. 30, 2004/

Объекты референции «чужие» актуализируются тактиками понятийной и ценностной категоризации и, как правило, включают слоты концепта ТЕРРОРИЗМ, ВОЙНА (слот ПРОТИВНИК).

Стратегия дискредитации оппонента, по нашим данным, не является ведущей для электорального дискурса США (14% выборки). Это можно объяснить тем, что открыто нападая на конкурентов, кандидат тем самым лишь помогает им, привлекает внимание электората. Дискредитация реализуется в тактиках понятийной и ценностной категоризации:

The general counsel of the Federal Election Commission did find that the 1996 soft-money ads were illegal. /The First Bush-Kerry Presidential Debate, Sept. 30, 2004/

Достигаемое при помощи лексем негативной коннотации снижение социального статуса «чужого» позволяет не относиться к нему как к равному и, соответственно, пренебрегать его мнением, не вступать с ним в переговоры и даже вытеснять с политической арены. Примером служат следующие высказывания, где референтом является Аль Каида (критикуемая за отсутствие выборности, пренебрежение свободами) и актуализируются слоты концептов ДЕМОКРАТИЯ, СВОБОДА (в их американском понимании):

Americans are asking, why do they hate us? They hate what we see right here in this chamber – a democratically elected government. Their leaders are self-appointed. They hate our freedoms – our freedom of religion, our freedom of speech, our freedom to vote and assemble and disagree with each other. /Bush G.W. Address ..., Sept.20, 2001/

Стратегия содержательного анализа и оценки ситуации воплощается тактиками понятийной категоризации, в том числе детализации и генерализации, а также ценностной и образной категоризации.

Стратегии побуждения и манипулирования реализуются в дискурсе республиканцев следующими тактиками: введение добавочной информации, в том числе усиление мотивации, угроза, ожидание немедленного результата, фокусировка нового ракурса (рефрейминг) – трансформация контекста (помещение информации в новый контекст) и трансформация смысла (придание информации новой оценки).

Стратегия самозащиты представлена в электоральном дискурсе республиканцев тактиками ценностной категоризации, превентивного нападения, переадресации удара.

Среди наиболее частотных тактик, реализующих прагма-манипулятивную стратегию – тактика усиления мотивации голосования избирателей путем их объединения (с помощью местоимений в речи) против общего врага: (*Everybody knows it's hard work, because there's a determined enemy that's trying to defeat us*”).

3.3. Информативно-креативные стратегии направлены на электорат как референциальный объект, на «своих» и свое «Я». Этот дискурсивный блок стратегий непосредственно трансформирует картину мира адресата, вводя

информацию о действиях и планах лидера-республиканца и его партии, с одной стороны, и побуждает избирателей осуществить выбор в пользу претендента-республиканца, с другой. Первое осуществляется тактиками фокусировки нового ракурса и введения добавочной информации.

Тактика введения добавочной информации состоит в сообщении адресату новых фактических данных, касающихся обсуждаемой ситуации, которые могут быть выгодны для адресанта. Например, презентация планов республиканской администрации относительно войны в Ираке в случае победы на выборах (референциальный объект «свои») с использованием позитивно окрашенной лексики (*sovereign, security, rebuild, support*):

There are five steps in our plan to help Iraq achieve democracy and freedom. We will hand over authority to a sovereign Iraqi government, help establish security, continue rebuilding Iraq's infrastructure, encourage more international support, and move toward a national election that will bring forward new leaders empowered by the Iraqi people. /President Bush's Speech, May 24, 2004/

Введение добавочной информации в агональных ситуациях воплощается в тактике угрозы. Важнейшей функцией вербальной агрессии в политике, определяющей саму суть данного феномена, является ее использование в качестве орудия политической борьбы за власть [4]. В угрозе сила адресанта проявляется через категоричное обещание причинить зло оппоненту и демонстрацию решимости выполнить обещанное: например, угроза как предупреждение возможной агрессии:

We will come together to strengthen our intelligence capabilities to know the plans of terrorists before they act, and find them before they strike. /President Bush's Speech, May 24, 2004/.

Тактика фокусировки нового ракурса состоит в предложении некоторого нового угла рассмотрения проблемы, который заставил бы слушателей пересмотреть ранее вынесенные суждения, что соответствует *рефреймингу* (reframing) в теории нейролингвистического программирования. Рефрейминг – реорганизация понимания в подсознании и на сознательном уровне, придание дополнительного смысла сохраняемому содержанию [10]. Трактовка рефрейминга в психологии основана на представлении мозга человека как «механизма» для обработки данных, сравнимого с нейронными сетями (*neural networks, neurocomputers, connectionist networks etc.*), обрабатывающими и сохраняющими поступающую информацию (знание), делающими ее доступной пользователю [11: 2].

Выделяются два вида рефрейминга как способа изменения картины мира: в одном случае изменяется контекст (известная информация помещается в иной контекст), а в другом – смысл (известной информации придается иная оценка). Тактика фокусировки нового ракурса (трансформация смысла), как правило, направлена на изменение оценки аудитории. Это разновидность манипулирования – влияние «особого способа говорения (*particular mode of speaking*) на особый способ мышления и особый способ действий» [8].

Например, Дж. Буш поясняет вынужденный характер своей милитаристской политики (изменение оценок действия с добровольных на навязанные):

We did not seek this war on terror, but this is the world as we find it. We must keep our focus. We must do our duty. /President Bush's Speech, May 24, 2004/

В последнем случае нейролингвистическое программирование использует терроризм – одну из главных фобий американцев для изменения отношения электората к милитаристской политике республиканцев.

Используя новые ракурсы, манипулируя общественным мнением, политические лидеры, фактически, добиваются доминирования своей картины мира – того, чтобы «один способ подачи знаний превалировал над другим», то есть понятия трансформируются «из горизонтальной плоскости в вертикальную, образуя иерархию» [12]. В электоральном дискурсе республиканцев к таким понятиям принадлежит ключевые положения партийных программ: *Social Security, tax, Medicare, school reform* и пр.

Прямое обращение к избирателям с побуждением голосовать за республиканцев как разновидность воздействующих тактик не типична для электорального дискурса и зафиксирована лишь в завершающих композиционных блоках публичных выступлений политиков:

I want to thank you for listening tonight. I'm asking for your vote. God bless you. /The Third Bush-Kerry Presidential Debate, Oct.13, 2004/

Выделенные стратегии и тактики электорального дискурса служат целям воплощения различных базовых интенций говорящего, которые способны реализоваться не обособленно, а в виде кластера: самопрезентация + оборона, самопрезентация + запугивание и т.п.

4. Выводы

Проведенное исследование, выполненное в когнитивно-дискурсивной научной парадигме лингвистики, раскрывает комплекс когнитивных (концептуальных) и коммуникативных (прагматический) характеристик электорального дискурса республиканцев. Воздействующий характер электорального дискурса обусловлен его ведущими интенциональными составляющими, подчиненными персуазивной гиперцели; к ним относятся: самопрезентация и презентация своей программы, анализ ситуации, критика и дискредитация соперника, побуждение голосовать за претендента, предупреждение и разоблачение, самооправдание.

Персуазивность электорального дискурса осуществляется через механизм изменения картины мира электората и предполагает несколько этапов: введение темы и первичная оценка известной адресату информации, модификация / устранение известной адресату информации, введение нового знания в соответствии с целями адресанта, что достигается соответствующими стратегиями и тактиками дискурса.

Стратегии речевого воздействия электорального дискурса нацелены на трансформации базовых политических концептов в картинах мира избирателей – НАРОД, ДЕМОКРАТИЯ, СВОБОДА, ТЕРРОРИЗМ, ВОЙНА, ВЛАСТЬ, ПРЕЗИДЕНТ. Стратегии представляют собой информационно-операционную презентационную систему, состоящую из стратегий самопрезентации, дискредитации оппонента, содержательного анализа и оценки ситуации, самозащиты, побуждения и манипулирования, реализуемых специфичными тактиками. На разных этапах трансформации картины мира эти стратегии объединяются в три блока: информационно-интродуктивный, информационно-модифицирующий и информационно-креативный блоки; их содержательный компонент реорганизует картину мира избирателей в соответствии с базовыми концептами республиканцев.

С содержательной точки зрения ведущими стратегиями в этих блоках служат: стратегия самопрезентации – создания собственного позитивного имиджа, стратегия дискредитации оппонента, стратегия содержательного анализа и оценки ситуации, стратегия самозащиты; стратегия побуждения и манипулирования, причем анализируемый дискурс демонстрирует наличие нежестких параллелей типов интенциональных состояний и речевых стратегий, что объясняет тенденцию реализации стратегий и тактик в виде кластера.

Подводя итоги, следует отметить, что электоральный дискурс демонстрирует наличие нежестких параллелей и связей типов интенциональных состояний и типов речевых стратегий и тактик в дискурсе, причем интенции имеют тенденцию реализоваться в виде кластера. Предпринятый анализ электорального дискурса Джорджа Буша может быть перспективным для сопоставления с дискурсом Барака Обамы и других политических лидеров, борющихся за власть.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации. – Киев, 1997. – 300 с.
2. Горина Е.В. Когнитивно-коммуникативные характеристики американского электорального дискурса республиканцев: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук. – Харьков, 2008. – 20 с.
3. Иванова Ю. М. Стратегии воздействия в жанре предвыборных теледебатов: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук. – Волгоград, 2003. – 20 с.
4. Игнатова И. В. Отражение концепта «власть» в английской и русской фразеологии // Концептуальный анализ языка: современные направления исследования: [сб. научн. трудов / отв. ред. Е. С. Кубрякова] – М.-Калуга : ИП Кошелев А.Б. (изд-во «Эйдос»), 2007. – С. 223–231.
5. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: УРСС, 2002. – 284с.
6. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
7. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / Под ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д.Павловой. – СПб, 2000. – 316 с.
8. Chang G. C., H. B. Mehan. Discourse in a religious mode: The Bush administration's discourse in the War on Terrorism and its challenges // Pragmatics. – 2006. – Vol. 16, No. 1. – P. 1–14.
9. Chilton P. Analysing political discourse: Theory and practice. – London and New York : Routledge, 2004. – 350 p.
10. Dilts R. Changing Belief Systems with NLP. – Capitola, CA: Meta Publications, 1990.– 170 p.
11. Haykin S. Neural Networks. A Comprehensive Foundation. – New York etc. : Macmillan, 1995. – 696 p.
12. Mehan H. The discourse of the illegal immigration debate: A case study in the politics of representation // Discourse and Society. –1997. – V. 8, No. 2. – P. 249–27.
13. Searle J. Intentionality: An Essay in the Philosophy of Mind. – N.Y.: Cambridge University Press, 1983. – 270 p.

E-mail: irina.shevchenko7@gamil.com
Сайт:
<https://sites.google.com/site/shevchenkoirinas>
Журнал:
<https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>

E-mail: irina.shevchenko7@gamil.com
Сайт:
<https://sites.google.com/site/shevchenkoirinas>
Журнал:
<https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>

E-mail: irina.shevchenko7@gamil.com
Сайт:
<https://sites.google.com/site/shevchenkoirinas>
Журнал:
<https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>

E-mail: irina.shevchenko7@gmail.com
Сайт:
<https://sites.google.com/site/shevchenkoirinas>
Журнал:
<https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>

E-mail: irina.shevchenko7@ gmail.com
Сайт:
<https://sites.google.com/site/shevchenkoirinas>
Журнал:
<https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>

E-mail: irina.shevchenko7@ gmail.com
Сайт:
<https://sites.google.com/site/shevchenkoirinas>
Журнал:
<https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>

E-mail: irina.shevchenko7@ gmail.com
Сайт:
<https://sites.google.com/site/shevchenkoirinas>
Журнал:
<https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>

