

МАСКА-ІМІДЖ У АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

С.О. Тарасова (Харків)

У статті розглядається проблема феномену маски-іміджу в політичному англомовному дискурсі. Саме маска стає невід'ємною характеристикою сьогодення та соціокультурної ситуації у політичному світі. Маска розглядається як багатофункціональний, універсальний, багатовимірний засіб утілення ідей. У політичному дискурсі вона досліджується нами як форма естетизації життя, яка пов'язана з бажанням людини відповідати соціокультурним нормам та вимогам, стилізувати себе під час, простір та відповідну ситуацію. Маска в цьому дискурсі одягається як із серйозними намірами (інформування соціуму, підвищення авторитету і т.д.), так і несерйозними (розсмішити електорат, розрядити атмосферу і т.д.). Визначено основні вектори актуалізації маски-іміджу в політичній сфері – харизматичність, маніпуляція, естетичність, створення іміджу, стилю та гри. Надано детальний аналіз функціональних особливостей маски-іміджу в політичному англомовному дискурсі та наведено актуальні приклади їх реалізації. Описана у статті типологія феномену маски-іміджу в англомовному політичному дискурсі демонструє реалізацію низки цілей – від гармонізації спілкування та привернення уваги аудиторії до висміювання дій опонента та його особисто.

Ключові слова: карнавальна культура, маска, політичний дискурс, роль.

Тарасова С.А. Маска-имидж в англоязычном политическом дискурсе. В статье рассматривается проблема феномена маски-имиджа в политическом англоязычном дискурсе. Именно маска становится неотъемлемой характеристикой настоящего и социокультурной ситуации в политическом мире. Маска рассматривается как многофункциональное, универсальное, многомерное средство воплощения идей. В политическом дискурсе она исследуется нами как форма эстетизации жизни, которая связана с желанием человека отвечать социокультурным нормам и требованиям, стилизовать себя под время, пространство и соответствующую ситуацию. Маска в этом дискурсе одевается как с серьезными намерениями (информирование социума, повышение авторитета и т.д.), так и несерьезными (рассмешить электорат, разрядить атмосферу и т.д.). Определены основные векторы актуализации маски-имиджа в политической сфере – харизматичность, манипуляция, эстетичность, создание имиджа, стиль и игра. Предоставлен детальный анализ функциональных особенностей маски-имиджа в политическом англоязычном дискурсе и приведены актуальные примеры их реализации. Описанная в статье типология феномена маски-имиджа в англоязычном политическом дискурсе демонстрирует реализацию ряда целей – от гармонизации общения и привлечения внимания аудитории до высмеивания действий оппонента и его лично.

Ключевые слова: карнавальная культура, маска, политический дискурс, роль.

Tarasova S.O. Mask-image in the English political discourse. The article deals with the problem of mask-image phenomenon in English political discourse. The mask itself has become an integral feature of the present and socio-cultural situation and in political world. Mask is considered as a multi-purpose, universal, multidimensional mean of implementation of ideas. In political discourse it is investigated by us as a form of aestheticization of life which is associated with a desire to meet human socio-cultural norms and requirements to stylize ourselves under time, pace and the proper situation. Mask in this discourse is dressed with serious intentions (information of society, increasing credibility, etc.) and non-serious (make electorate laugh, lighten the atmosphere, etc.). The main vectors of actualization of masks-image in political sphere are charisma, manipulation, aesthetics, creation of image, style and game. Profound analysis of functional characteristics of mask-image is given and actual examples of its implementation are provided. Described typology of mask-image phenomenon in English political discourse demonstrates implementation of a number of purposes – from harmonization of communication and attraction the audience's attention up to ridiculing actions of the opponent and him personally.

Key words: carnival culture, mask, political discourse, role.

*Masked, I advance.
(René Descartes)*

Карнавал є однією з найважливіших складових частин традиційної народної культури, системою поведінки, яка виробила протягом століть свою мову, яку «до кінця не можна перекласти на словесну мову» [22], але яка володіє величезним творчим потенціалом, що зумовлює актуальність її аналізу.

Карнавальна модель світу є варіантом специфічного світосприйняття та діалектично розвинутою – простежується її розвиток від класичної середньовічної карнавальної ходи до сучасних естрадних вистав, гумористичних ток-шоу, кухонних посиденьок, стенд-ап комедій, які організовані на основі сміху, «світу навиворіт», де дійсність представлена у сміховому порядку, на протигагу норми [13, с. 85]. Сама культура виступає як шоу, соціум – як інтегрований спектакль. За В.О. Самохіною, сучасний карнавал перестав бути тимчасовим [там само], він розчиняється в повсякденності. Це, свого роду, тривалий карнавал, який переріс відведени йому просторово-часові рамки. Таким чином, його елементи завжди присутні в культурі, мистецтві та людській природі – карнавальна культура проникає в серйозні інституційні дискурси, де створює стилізовані образи.

У соціумі людина опосередкується, адаптується через «неписані закони», одним з яких є розігрування членами суспільства **соціальних ролей**. «Соціальну роль» розуміємо слідом за І.С. Коном як «безособову соціальну функцію і норму, виконання якої обов'язково для тих, хто займає дану позицію» [4, с. 136]. Тобто соціальна роль – це те, що «очікується в суспільстві від будь-якої людини, що займає певне місце в соціальній системі, вона є показником різновидів соціальних відносин, що входять в поведінковий репертуар» [там само, с. 136]. Соціальна роль є символічною репрезентацією інституційного соціального порядку. Для кожної конкретної людини його соціальна роль є інтегрованою сукупністю ролей, виконуваних ним в різних життєвих площинах, тобто вбачаємо, що людина приймає на себе роль та в ній існує.

Існування в ролі в соціальному просторі є **буття у виставі** – виконання ролі дозволяє нам розглядати соціальний простір як спектакль [цит. за 14, с. 3]. Наприклад, С. Корнєв вважає, що су-

часний соціальний простір існує як соціальний спектакль, діючий і організований відповідно до системи нормативних і рольових форм, представлених як «Великий Каталог» [5, с. 9]. Соціальне приписує людині набір фіксованих атрибутів, певну роль, відводячи йому простір, окреслений контурами цієї ролі, включаючи його в загальний простір вистави-карнавалу.

Інструментом утілення соціальної ролі людини в карнавальній культурі є **маска** – об'єкт нашого аналізу. Вона є невід'ємною характеристикою сьогодення та соціокультурної ситуації, названої Гі Дебором «суспільством спектаклю» [цит. за 14, с. 3]. Маска є багатофункціональним, універсальним, багатовимірним засобом утілення ідей [9, с. 8]. Вона виводить людину з повсякденності, відкриваючи їй нову систему координат: сакральну, карнавальну, соціальну, конструюючи її іншу [6, с. 5]. Ю. М. Лотман писав, що в історико-культурному просторі людського буття маска є одним з давніх супутників «людини культурної» в численних іпостасях, приховуючи її справжнє «Я» і представляючи в личині, за висловом М. Фуко, «Іншу, відмінну від інших» [22]. Для сучасної людини маска як відмова від власного вигляду, власної ідентичності є важливою частиною її детермінації у суспільстві та культурі, які диктують певні правила і закони, а також необхідною умовою входження до соціального дискурсу. Як зазначається С.І. Сероштан, «природно-необхідна властивість людини адаптуватися виявила себе в ході історії як своєрідна культурна форма – маска» [14, с. 8–9].

Маска є іманентною формою буття та присутня в різних формах комунікативних відносин. А.О. Медведєва класифікує маски за такими категоріями: 1) маска-імідж (передбачає індивідуальний стиль мовлення, жестикуляції, пластичної образності); 2) маска-пародія (гіперболізовано демонструє конкретну особистість, висвітлює манери жестикуляції та фізичної поведінки людини); 3) маска-фігура (свідомо примітивізована ілюстрація характерних рис політичної або публічної особи та недоліків її поведінки опонентами); 4) маска-артист (демонструє стиль у сталій манері самовизначеності, вигаданої узагальнено-карикатурної

фігури); 5) маска-універсал (використовується виконавцями відповідно до виконуваної ними ролі та дає здатність безапеляційно її змінювати, щоб не було заштампованості персонажу); 6) маска-типаж (постійна маска артиста, його роль у всіх творчих номерах) [9, с. 11].

Характерним дискурсом, якому властивий феномен маски, є серйозний інституційний дискурс, наприклад, політичний, у якому ми розглядаємо *маску в рамках карнавальної культури*, що підкреслює актуальність дослідження. Політичний дискурс визначається як спілкування в заданих межах статусно-рольових відношень і виділяється на основі двох ознак: цілей й учасників спілкування. Маска в політичному дискурсі розглядається нами як форма естетизації життя, яка пов'язана з бажанням людини відповідати соціокультурним нормам та вимогам, стилізувати себе під час та простір. В цьому дискурсі вона одягається як з серйозними намірами (інформування соціуму, підвищення авторитету і т.ін.), так і несерйозними (розсмішити електорат, розрядити атмосферу і тощо). Новизною дослідження є вивчення прийомів комічного для втілення намірів політиків, що актуалізуються маскою в політичному дискурсі.

У межах категорії карнавальності суб'єктів політичного дискурсу – політиків – розглядаємо як карнавальних особистостей, які «перебувають в безперервному становленні, розвитку та мають приховані можливості» [13, с. 87]. Їх особливістю є гострий розум, вони можуть підмічати в оточуючих комічні сторони, емоційно на них реагувати, а що є найголовнішим – фіксувати різноманітні протиріччя та давати їм оцінку з комічної, позитивної сторони [там само]. Влучним буде також віднести політиків до представників «особливих особистостей», квінтесенцією яких є «...не її борода, кров, не абстрактна фізична природа, а її соціальні характеристики» [22]. Таке визначення є метафоричною назвою для людей у масках як яскравих та унікальних індивідуумів, відкритих для соціалізації. Саме завдяки таким характеристикам їх дуже часто називають блазнями, адже вони є дуже освіченими людьми з багатим досвідом, але задля справи їм доводиться прикидатися, грати свої ролі.

Беручи за основу класифікацію масок, викладену А.О. Медведєвою [9], вважаємо, що характерною символічною маскою для політичного дискурсу є **маска-імідж**, яка керує зовнішнім виглядом та діями носія. Політики прагнуть стати якомога ближче до аудиторії, достукатися до неї, підлаштуватися під соціальні потреби публіки, відтак їм потрібно надягати маску – саме маска дає їм змогу відчувати свободу, нав'язати свій погляд, отримати вплив та сказати або зробити те, що було б нетипово для них у звичайному житті. Дуже влучно про такі характеристики маски-іміджу писав А. Толошин: «вони є запереченням тотожності, вираженням опозицій, відстороненням і гротеском, пародією, блазнюванням, «естетикою залякування», фантастичним спотворенням обличчя і, зрештою, сатирою, створенням сміхового виворітного світу» [17, с. 63–64]. Слід підкреслити, що маска-імідж демонструє здатність політика до мистецтва театральності у просторі “гри в життя”, де невід’ємним атрибутом є використання комічного.

Специфіка політичного дискурсу обумовлює виділення нами проявів маски-іміджу та створення її типології.

1. Харизматична маска-імідж

Політики – це лідери. Сьогодні вимагає бачити харизматичного, здатного забезпечити стабільне функціонування суспільства та покласти на себе відповідальність за доленосні рішення лідера [15, с. 6].

Харизматичний політичний лідер здійснює емоційний мовленнєвий вплив, основою якого є стан максимального піднесення, запалу [11, с. 125], і в тому числі *комічність*: він надихається ідеями та може надихати ними інших.

Наприклад, під час зустрічі з жителями Аннандейл в штаті Вірджинія кандидат в президенти США від Демократичної партії Хілларі Клінтон удалася до включення найпопулярнішої мобільної гри десятиліття Pokemon GO у свою передвиборчу промову:

(1) *“I don't know who created Pokemon Go... but I'm tryin' to figure out how we get them to have Pokemon Go To The Polls!” (Applauses) [4].*

Харизматичність спричинюється маскою обізнаності Хілларі Клінтон у сучасних трендах,

результатом чого стало шалене піднесення присутніх – вигуки й оплески з боку присутніх – а також підвищення рейтингів Х. Клінтон на 5 % порівняно з попередніми політичними опитуваннями. В основі харизматичності лежить комічність ситуації, спричинена абсурдністю: покемони – це нереальні персонажі, яких за мотивами гри неможливо зловити, а тому і включити їх до передвиборчих перегонів неможливо.

2. Маніпулятивна маска-імідж

Політик, який одягає маску, завжди переслідує визначену ціль, а для того, щоб досягти цієї цілі, йому потрібно маніпулювати іншими, маска стає механізмом, що полегшує та сприяє цьому маніпулюванню за допомогою комічності.

У наступному прикладі президент Рональд Рейган одягає маніпулятивну маску-імідж, коментує абсурдність спроб уряду контролювати розвиток злочинності в країні, використовуючи іронію:

(2) *“We have the **technological genius** to send astronauts to the moon and bring them safely home. But we’re **having trouble** making it safe for a citizen to take a walk in the evening through a park”* [2, с. 314].

В основі іронії лежить протиставлення високого технічного прогресу, розвитку суспільства та неможливістю уряду вирішити буденну проблему злочинності.

Ще одним яскравим прикладом реалізації маніпулятивної маски-іміджу в політичному дискурсі є виступ Барака Обама, який висміює політичні наміри свого опонента:

(3) *This week in Tampa, my opponents will **offer you their agenda**. It should be a **pretty entertaining show**.*

(Laughter) [6].

Таке гумористичне висміювання виступає способом зміни ставлення адресата до певної ситуації або людини, а інструментом створення комічного є порівняння політичної кампанії (*offer you their agenda*) і розважального шоу (*a pretty entertaining show*). Сам по собі маніпулятивний ефект маски-іміджу вплив ґрунтується на майстерності використання іронії та створення ілюзорної дійсності.

Таким чином, в політичному дискурсі маніпулювання свідомістю адресата можна характеризува-

ти як стратегію, що залежать “від здатності зачепити потрібну струну в потрібний час” [20, с. 108].

3. Маска-імідж реноме

Г.І. Марченко зазначає, що політика все більше будується на візуальних основах [8, с. 20], які і створюють імідж. В. Шепель вважає імідж личиною, тобто формою життєпрояву людини, завдяки якій на люди виставляються сильні характеристики людини [20, с. 142–143]. Розуміємо імідж як самопрезентацію, конструюванням свого образу для інших, перш за все опонентів, тобто за допомогою маски впевненості та лідерства політики можуть продемонструвати свої переваги конкурентам. Іміджотворчість підсилюється комічністю.

Прикладом актуалізації іміджотворчої маски є промова Б.Обама у передвиборчій гонці 2008 року. Під час візиту на благодійний захід Б.Обама прокоментував присутність на ньому свого опонента Джона МакКейна, акцентуючи увагу на його економічних повноваженнях:

(4) *Now, recently, one of John’s top advisers told “The Daily News” that if we keep talking about the economy, McCain is going to lose. So tonight, **I would like to talk about the economy,**” he quipped* [5].

Убачаємо, що у цьому випадку Б. Обама надягає на себе маску політика, впевненого у своїй перемозі, що створює йому імідж лідера, готового на все заради перемоги. Комічний ефект створюється вживанням Б. Обамою прийомів синтаксичного і лексичного паралелізму та повтору *to talk about the economy*, що служить для виділення ключових слів і тематичних понять.

4. Стильова маска-імідж

Відомим є вислови Р. Бертон «Стиль виявляє (arguit) людину» і Бюффона «Стиль – це людина» [16].

Стильова маска-імідж використовується задля того, щоб політик був упізнаваний своїм електоратом передчасно або навіть дистанційно. Ю. Зущик вважає, що змістовий зріз структури стилю включає в себе такі елементи: а) ідеологічний тип («політичне обличчя», «політичне забарвлення» тощо); б) особисті риси (реальні чи «награні»); в) соціальні ролі («соціальний статус», «соціальне походження» тощо); г) «прізвисько», «псевдонім» лідера [2, с. 142]. Іншою стороною є функціональний зріз,

який включає: мову (зокрема, лексикон); зовнішню атрибутику (одяг, зачіску, окуляри, автомобіль тощо); міміку, пантоміміку, жестикуляцію та інші елементи невербальної поведінки. Слід зазначити, що особлива увага приділяється вербальній стороні, щоб політичний лідер запам'ятовувався електорату своїми фразами. Шармом цих висловів є їх комічність.

Поєднання змістового та функціонального зрізів стильової маски спостерігаємо, коли президент Лінкольн успішно справлявся з нападами опозиції, він додавав під кінець кожної такої промови:

(5) *And so the man recovered from the bite, the dog it was that died [1].*

Гарне почуття гумору робили містера Лінкольна беззаперечним лідером нації та були його стилем та шармом.

5. Естетична маска-імідж

Як зазначає О.І. Шейгал, «театральність політичного дискурсу пов'язана з тим, що одна зі сторін комунікації – клієнт – народ – виконує у ній переважно роль не прямого адресата, а адресата-спостерігача, який сприймає політичні події як певне дійство, що розігрується для нього» [19, с. 86]. Політики користуються очікуваннями аудиторії, тому кожного разу доводять свою готовність спілкуватися, намагаються перебувати завжди у позитивному настрої, доводити інформацію високо професійною мовою, жартувати з аудиторією, підтримувати контакт. Тобто маска красномовця та «позитивного політика» сприяє формуванню в аудиторії почуття прекрасного, виховує в неї добрий смак.

Цікавим з цього приводу є висловлювання Дж. Буша-молодшого:

(6) *I always jest to people, the Oval Office is the kind of place where people stand outside, they're getting ready to come in and tell me what for, and they walk in and get overwhelmed by the atmosphere. And they say "man, you're looking pretty." [6]*

Джордж Буш демонструє себе як усміхнений політичний діяч, який жартома підтримує контакт з аудиторією, використовуючи сленгові вирази. Така маска «позитиву» допомагає йому викликати прихильність до себе, а люди вірять, що зробили правильний вибір, бо їх обранець виглядає людяним, відкритим та здатним іти на компроміс.

6. Ігрова маска-імідж

На політичній арені політик завжди грає з аудиторією, одягаючи маску фіглярна [10, с. 123–124]. Це дозволяє викликати більший інтерес до його промов, створити атмосферу безпеки для публіки, зрозуміти їх бажання та заохотити до виразу емоційного світу.

Прикладом гри з аудиторією є промова Барака Обама щодо стимулюючих програм з економіки США у січні 2010, яка спочатку не отримала належного схвалення людьми:

(7) *Obama joked when Republicans didn't greet these policies with cheers: "I thought I'd get some applause on that one" [3].*

Барак Обама не збентежився таким неприйняттям публіки, а, навпаки, у виступі проявив своє гостре почуття гумору, спонукаючи натовп до вираження своїх емоцій.

6. Висновки

Описана типологія феномену маски-іміджу в англomовному політичному дискурсі демонструє реалізацію низки цілей – від гармонізації спілкування та привернення уваги аудиторії до висміювання опонента.

Перспективою подальших пошуків убачаємо аналіз феномену маски в інших типах інституційного і неінституційного дискурсів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в масс-медиа / И.М. Дзялошинский // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2005. – № 1. – С. 29–54.
2. Зушик Ю. Идеологичний тип лексикону політичного лідера в структурі політичної психології / Ю. Зушик – К., 1995. – 142 с.
3. Карцева Е. Три лица имиджа или кое-что об искусстве внушения / Е. Карцева // Иностранная литература. – 1971. – № 9. – 51 с.
4. Кон И.С. Люди и роли / И.С. Кон // Новый мир. – 1970. – № 12. – С. 136.
5. Корнев С. Имидж в эпоху спектакля / С. Корнев // ИНАЧЕ. – 2001. – № 4. – С. 6–11.
6. Костомаров А.С. Маска как способ объявления лица в социо-культурном пространстве : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филос. наук : спец. 09.00.11 «Социальная философия» / А.С. Костомаров. – Самара : Самар. гос. ун-т, 2006. – 20 с.
7. Крючкова Т.Б. Общественно-политическая лексика и терминология: основные свойства и тенденции развития / Т.Б. Крючкова. – М., 1991. – 108 с.
8. Марченко Г.И. Имидж в полити-

ке / Г.И. Марченко, И.А. Носков. – М. : Владос, 1997. – 208 с. 9. Медведева А.О. Маска у сценічному мистецтві артисту театру та естради : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознав. наук : спец. 26.00.01 «Теологія та історія культури» / А.О. Медведева. – Київ, 2012. – 24 с. 10. Панина М.А. Комическое и языковые средства его выражения : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Панина Маргарита Анатольевна. – М., 1996. – 144 с. 11. Петлюченко Н.В. Харизматична особистість політичного лідера в просторі німецького та українського апелятивних дискурсів: зіставний аспект : дис. ... доктора филол. наук : 10.02.17 / Петлюченко Наталія Володимирівна. – Одеса, 2010. – 486 с. 12. Подшивайлова Г.М. Мовні засоби маніпулятивного впливу в політичному дискурсі (на матеріалі друкованих російськомовних ЗМІ України) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук : спец. 10.02.02 «Російська мова» / Г.М. Подшивайлова. – К., 2009. – 20 с. 13. Самохіна В.О. Креативна особистість Linguisticus-жартівника, або Вчені-Лінгвісти Сміються / В.О. Самохіна // Когніція, комунікація, дискурс : міжнарод. електрон. сб. науч. ст. – 2016. – № 12. – С. 84–97. – Режим доступу : <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home> 14. Сероштан С.І. Топологія маски: філософсько-антропологічний аналіз : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.04 «Естетика» / С.І. Сероштан. – Харків, 2007. – 23 с. 15. Сидоренко І.Г. Харизматична особистість та спільнота: морально-етичний аспект взаємодії : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.07 «Етика» / І.Г. Сидоренко. – Київ, 2009. – 20 с. 16. Стиль [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/> 17. Толшин А. Значение и свойства маски в карнавале и маскараде / А. Толшин // Изв. РГПУ имени А.И. Герцена. – 2007. – № 8 (41). – С. 62–69. 18. Философия: 100 экзаменационных вопросов (экспресс-справочник для студентов вузов). – Ростов-на-Дону : Издат. центр «Март», 1998. – 256 с. 19. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса : дис. доктора филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 / Шейгал Елена Иосифовна. – Волгоград, 2000. – 440 с. 20. Шепель В. Имиджеология: секреты личности обаяния. / В. Шепель – М. : ЮНИТИ, 1994. – С. 142–143. 21. Bayley P. Live oratory in the television age: The language of formal speeches / P. Bayley // G. Ragazzini, D.R.B.P. Miller eds. Campaign language: Language, image, myth in the U.S. presidential elections 1984. – Bologna : Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna, 1985. – P. 77–74. 22. Lotman J. Mask in an artistic

world of Gogol, and the masks of Anatoli Kaplan [Електронний ресурс] / J. Lotman. – Режим доступу : <http://philpapers.org/rec/LOTMIA>

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

23. Dahlberg W.A. Lincoln The Wit. University of Oregon. – P. 424–427. 24. John C. Meyer. Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication. – P. 310–331. 25. <http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=newsarchive&sid=a293YX7gOsYo> 26. <http://dailycaller.com/2016/07/14/hillary-clinton-is-good-at-telling-jokes/#ixzz4KQ1awiDe> 27. <http://www.euronews.net/2008/10/17/obama-andmccain-trade-jokes-at-charity-dinner/> 28. <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=101980>

REFERENCES

Bayley, P. (1985) Live oratory in the television age: The language of formal speeches. In G. Rsgszini (ed.). *Campaign language: Language, image, myth in the U.S. presidential elections 1984*. Bologna: Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna, pp. 77-174

Bloomberg News. (n.d.). Available at: <http://www.bloomberg.com/apps/news>

Dahlberg, W.A. (1945) Lincoln The Wit. *Quarterly Journal of Speech*, 4, 424–427.

Dzyaloshinskiy, I.M. (2005) *Manipulyativnyie tehnologii v mass-media. [Manipulative technologies in mass media]*. *Vestnik Mosk. un-ta. – Moscow State University Messenger*, 1, 29–54. (in Russian)

Filosofiya: 100 ekzamenatsionnyih voprosov (ekspress-spravochnik dlya studentov vuzov [Philosophy: 100 exam questions (express guide for college students)] (2006). Rostvov-na-Donu: Izdatelskiy tsentr «Mart» Publ.

Kartseva, E. (1971). Tri litsa imidzha ili koe-chto ob iskusstve vnusheniya. [Three faces of image or something about the art of suggestion]. *Inostrannaya literature*, 9, 229–237 (in Russian)

Kon, I.S. (1970). Lyudi i roli. [People and roles]. *Novyy mir*, 12, 136 (in Russian).

Kostomarov, A.S. (2006). *Maska kak sposob ob'yavleniya litsa v sotsio-kulturnom prostranstve. Avtoref. diss. kand. filol. nauk [The mask as a way to show face in social and cultural space. Cand. philos. sci. diss. snopsis]*. Kyiv. 20 p. (in Ukrainian)

Kryuchkova, T.B. (1991). *Obschestvenno-politicheskaya leksika i terminologiya: osnovnyie svoystva i tendentsii razvitiya. Diss. dokt. filol. nauk [Social*

- and political vocabulary and terminology: key characteristics and trends of development. Dr. philol. sci. diss.].* Moscow. 450 p.
- Marchenko, G.I. (1997). *Imidzh v politike. [Image in politics]* M.: Vldos Publ.
- Medvedeva, A.O. (2012). *Maska u stsenichnomu mystetstvi artystu teatru ta estrady. Avtoref. diss. kand. mystetstvozn. nauk. [Mask in scenic art of theater and stage actor. Cand. art. sci. diss. synopsis].* Kyiv. 24 p. (in Ukrainian)
- Meyer, J.C. (2000). *Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication. Communication theory, 10(3), 310–331.*
- Obama and McCain Trade Jokes at Charity Dinner. (October 17, 2008). Available at: <http://www.euronews.net/2008/10/17/obama-andmccain-trade-jokes-at-charity-dinner/>*
- Obama, B. (2008). *Remarks at a Campaign Rally in Ames, Iowa. Available at: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=101980>*
- Panina, M.A. (1996). *Komicheskoe i yazykovyie sredstva ego vyirazheniya. Diss. kand. filol. nauk [Comic and language means of its expression. Cand. philol. sci. diss.].* Moscow. 144 p. (in Russian)
- Petlyuchenko, N.V. (2010). *Harizmatichna osobistist politichnogo lidera v prostori nimetskogo ta ukrayinskogo apelyativnih diskursiv: zistavniy aspect. Diss. dokt. filol. nauk [Charismatic personality of political leader in German and Ukrainian appeal discourses: comparable dimension. Dr. philol. sci. diss.].* Odessa. 480 p. (in Ukrainian)
- Podshivaylova, G.M. (2009) *Movni zasobi manipulyativnogo vplivu v politichnomu diskursi (na materiali drukovanih rosiyskomovnih ZMI Ukrayini). Avtoref. diss. kand. filol. nauk. [Language means of manipulative influence in political discourse (on the material of Russian print media of Ukraine). Cand. phil. sci. diss. synopsis].* Kyiv. 20 p. (in Ukrainian)
- Seroshtan, S.I. (2007). *Topologiya maski: filosofsko-antropologicheskiiy analiz. Avtoref. diss. kand. filos. nauk. [Mask topology: philosophical and anthropological analysis. Cand. phil. sci. diss. synopsis].* Kharkiv. 23 p. (in Russian)
- Shepel, V. (1994). *Imidzheologiya: sekretyi lichnosti obayaniya. [Imageology: secret charm of personality]* Moscow: Juniti.
- Sheygal, E.I. (2000). *Semiotika politicheskogo diskursa. Diss. dokt. filol. nauk [Semiotics of political discourse. Dr. philol. sci. diss.].* Volgograd. 440 p. (in Russian)
- Sidorenko, I.G. (2009). *Harizmatichna osobistist ta spilnota: moralno-etichniy aspekt vzaemodiyi. Avtoref. diss. kand. filos. nauk. [Charismatic personality and community, moral and ethical dimension of interaction. Cand. philos. sci. diss. synopsis].* Kyiv. 20 p. (in Ukrainian)
- Treacher, J. (2016, July 14) *Hillsry Clinton Is Good at Telling Jokes [Weblog message]. Available at: <http://dailycaller.com/2016/07/14/hillary-clinton-is-good-at-telling-jokes/#ixzz4KQ1awiDe>*
- Zuschik, Yu. (1995). *Ideologichniy tip leksikonu politichnogo lidera v strukturi politichnoyi psihologiyi. Diss. kand. filol. nauk [The ideological lexicon type of political leader in the structure of political psychology. Cand. philol. sci. diss.].* Kyiv. 142 p. (in Ukrainian)