

5. Матвеев Р. А. Речевой жанр “публицистическая полемика” / Р. А. Матвеев. – М. : Высшая школа, 2000. – 142 с.
6. Провоторов В. И. Очерки по жанровой стилистике текста / В. И. Провоторов. – М. : НВИ-Тезаурус, 2003. – 140 с.
7. Строева Ю. Ю. Образ автора в англоязычном научно-популярном авиационном дискурсе / Ю. Ю. Строева // Современные проблемы науки и образования. – 2008. – № 3 – С. 134–142
8. Plane and Pilot Magazine [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.planeandpilotmag.com/>.
9. R&R = Rotor & Wing [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rotorandwing.co.nz>.

*В. Б. Великорода, В. В. Морикім
(Івано-Франківськ)*

СОЦІОЛІНГВАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (на матеріалі президентських дебатів у США 2012 року)

У статті досліджується феномен презентації конкретних політичних ідентичностей через фрейми. За допомогою аналізу фреймів самопрезентації виявляються особливості представлення політичної ідентичності, описується здатність фреймів самопредставлення розгорнуто, але імпліцитно, передавати конкретну ідентичність, з використанням цілого набору мовних засобів, характерних для фрейму.

Ключові слова: *фрейм, самопрезентація, політичний дискурс, ідентичність.*

В статье изучается феномен презентации политических идентичностей с помощью фреймов. С помощью анализа фреймов самопрезентации исследуются особенности политической идентичности, описывается возможность фреймов самопрезентации детально, но имплицитно, передавать идентичность через данный фрейм, используя целый ряд языковых средств, свойственных для данного фрейма.

Ключевые слова: *фрейм, самопрезентация, политический дискурс, идентичность.*

The article researches into the phenomenon of self-presentation of political identities through frames. By analyzing self-presentation frames, the authors investigate the peculiarities of political identities, and describe the ability of self-presentation frames to broadly, though implicitly, represent a definite identity through the frame with the use of a whole set of lingual means, characteristic of this frame.

Key words: *frame, self-presentation, political discourse, identity.*

Оскільки технології мовленнєвого впливу політичного дискурсу носять маніпулятивний характер, важливим прагматичним аспектом здійснення політиками такого впливу на реципієнта є феномен самопредставлення. Дослідженням його особливостей займалися такі вчені як Т. ван Дейк [5], О. Іссерс [1], Д. Яноу [3], П. Морган [6]. Однак розвиток політичного дискурсу призводить до виникнення нових способів самопредставлення, які стають найбільш актуальними саме під час передвиборчих процесів.

Метою дослідження є виявлення особливостей самопредставлення у політичному дискурсі через соціолінгвістичну перспективу. Поставлена мета дослідження передбачає розв'язання таких **завдань**: визначити роль ідентичностей та контексту у процесі самопредставлення у політичному дискурсі; виявити основні фрейми самопредставлення Барака Обама у президентських передвиборчих дебатах 2012 року; визначити мовні засоби, завдяки яким досягається активування фреймів самопредставлення. **Об'єктом** дослідження є фрейми самопредставлення у політичному дискурсі. **Предмет** дослідження – соціолінгвістичні та лінгвокогнітивні характеристики самопредставлення.

Фрейм – це структура репрезентації знань, у якій відображено набуту досвідним шляхом інформацію про деяку стереотипну ситуацію та про текст, що її описує, а також інструкцію по її використанню [2, с. 645]. Фрейми впливають на соціально-політичний світ та є важливою стратегією маніпуляції у політичному дискурсі [3, с. 107].

Зокрема самопрезентація через фрейми є дієвим способом впливу на аудиторію та політичних опонентів. Дослідження особливостей самопрезентації Б.Обама проводилося на матеріалі його передвиборчих дебатів з кандидатом від Республіканської партії М.Ромні [7], [8], [9]. Соціальний статус Барака Обама як діючого президента США та його особистісні характеристики

відіграють важливу роль у самопредставленні та, відповідно, значним чином впливають на дискурс президента. Успішність політичного образу Барака Обама безпосередньо пов'язана з правильним вибором стратегій позитивного самопредставлення, яке полягає у подачі адресантом своєї „відкоригованої“ політичної ідентичності з метою справити позитивне враження на публіку, створити емоційний зв'язок з адресатом [4, с. 108].

„Відкориговане“ самопредставлення можливе завдяки конкретному фреймовому образу, тобто абстрактному образу для побудови стереотипного сприйняття, який влучно акцентує чи приховує певні елементи, риси політичного образу політика. Вибір фрейму можна вважати комунікативною стратегією, мовною тактикою [1, с. 72-74]. Фрейми самопредставлення, що використовуються політиками, мають бути представлені загальнокультурними поняттями, щоб виконувати соціальну роль та політичну функцію звернення до теперішніх та потенційних прибічників. Представлення у системі загальнокультурних цінностей дає змогу презентувати особу як типового американського політика та водночас як хороший особистий приклад [6, с. 276].

Часто самопредставлення політика відбувається експліцитно, коли він сам називає себе носієм певної ролі (*my job as a commander in chief*). Імпліцитно самопредставлення розпізнається по специфічній семантиці, словах-маркерах, алузіях, стилю дискурсу [1, с. 72; 6, с. 276]. Тобто певний ряд конкретних риторичних та лінгвальних засобів використовується з метою розгорнутої самопрезентації президента через конкретні фрейми. Дослідження самопрезентації Б. Обама у передвиборчих президентських дебатах 2012 року проводилося на основі схеми аналізу, запропонованої дослідницею П.Морган [6], яка визначає, які мовні засоби впливають на активацію фреймів самопрезентації у політичному дискурсі. На думку дослідниці, основним мовним засобом самопрезентації через фрейм є вибір специфічних лексичних одиниць, здатних евокувати певний фрейм [6, с. 276]. На основі цієї схеми ми провели аналіз мовлення Б. Обама протягом передвиборчих дебатів та виявили основний фрейм самопредставлення політика: THE PROFESSOR, що використовується Б. Обамою у передвиборчому дискурсі для позитивного представлення себе як майбутнього президента.

Вибір саме цього фрейму не випадковий, адже президент має досвід роботи викладачем юриспруденції на правничому факультеті Чиказького університету. Б. Обама є лише другим президентом в історії США із науковим званням. Цей особистий контекст та ідентичність Б. Обами як постаті сприяють тому, що він ефективно послуговується цим фреймом самопредставлення. Б. Обама, виступаючи неодноразово не лише з політичної трибуни, а й університетської кафедри, слідує лекційному стилю ведення своїх промов. Лекційний стиль є однією з основних ознак даного фрейму. Він звертається до реципієнтів, як професор до студентів. Б. Обама постає досвідченим науковцем, який має великий багаж знань, і який не просто так отримав змогу говорити та навчати інших: *But I tell you, if you talk to teachers, they will tell you it does make a difference.* [9]; *I think we've got to invest in education and training.* [7].

Президент добре володіє ситуацією та має глибокі знання, а отже має право доносити до слухачів свою достовірну інформацію, свою точку зору. Таким чином він встановлює свій авторитет, доносить інформацію та інструктує слухачів. Цим фреймом президент не залишає слухачам вибору „вирити“ його словам чи ні, адже студенти, що приходять на лекцію до професора, не ставлять під сумнів його компетентність, а з довірою приймають всю інформацію.

Б. Обама використовує мовні одиниці, що притаманні цьому лекційному виду мовлення, які допомагають категоризувати, наголосити на сказаному. Часте використання у дискурсі президента цих одиниць відкрито вказує на його самопредставлення як професора: *There are a lot of points I want to make tonight...* [7]; *Number one... Number two... Number three...* [9]. Президент має складений план промови, щоб якнайширше і найкраще пояснити усі пункти, які важливі для слухачів. Свої погляди та переконання щодо ведення політики у країні він називає філософським підходом: *My philosophy on taxes has been simple.* [8]

Б. Обама протиставляє власну стратегію тій, якій слідує його опонент М. Ромні. Окрім того Б. Обама вказує і на непостійність поглядів М. Ромні, на відсутність конкретної стратегії, що є неприпустимим для президента: *That's been his philosophy in the private sector, that's been his philosophy as governor, that's been his*

philosophy as a presidential candidate. Now, Governor Romney has a different philosophy... So we just have a different theory. [8]

Президент постає професором, що дає урок історії, часто нагадуючи слухачам історичний факт, конкретні дані для підтвердження своїх слів. Оскільки М. Ромні лише балотується на пост президента, у Б. Обама немає можливості навести наглядні приклади його невдалої політики та прорахунків. Тому його ходом є порівняння політики М. Ромні з його попередниками, представниками тих же політичних сил, поглядів та стратегій, які своєю філософією завели країну у кризовий стан. Б. Обама вважає республіканця М. Ромні продовжувачем політики Джорджа Буша.

Президент авторитетно заявляє про саме таке продовження розвитку країни при можливому президентстві М. Ромні, як і протягом восьми років президентства Дж. Буша. Б. Обама представляє себе як професор, який взяв до уваги усі факти, та володіє достатніми знаннями, щоб стверджувати про це. Президент задоволений, коли йому вдається переконати слухачів. Звертаючись до М. Ромні, президент залишається у ролі зверхнього професора та ставить себе вище за опонента, схвалюючи те, що його правоту визнають: *Governor Romney, I'm glad that you recognize that Al Qaeda is a threat, because a few months ago when you were asked what's the biggest geopolitical threat facing America? You said Russia, not Al Qaeda...* [9].

Б. Обама ставить М. Ромні у позицію слухача, а певні зміни у його політиці висвітлює як зміни під впливом політики Б. Обама, тобто він задоволений, що М. Ромні розуміє свою неправоту: *I'm pleased that you now are endorsing our policy of applying diplomatic pressure and potentially having bilateral discussions with the Iranians to end their nuclear program.* [9].

Таким чином президент намагається не лише представити себе більш освіченим, а й ставиться до опонента як нижчого, який не володіє ситуацією, не розуміє елементарних речей: *Look, Governor Romney's called for 5 trillion of tax cuts that he says he's going to pay for by closing deductions. Now, the math doesn't work, but he continues to claim he's going to do it... And the fact is that if you are lowering the rates the way you described, Governor, then it is not possible to come up...It's math. It's arithmetic... But I think math, com-*

mon sense, and our history shows us that's not a recipe for job growth. [7]

Мова президента сповнена риторичних запитань, і метою їх вживання Б. Обамою є не лише привертання уваги слухачів до важливих пунктів, над якими варто замислитись. Президент роздумує і сам дає відповідь на свої запитання: *Why wouldn't we want to eliminate that? Why wouldn't we eliminate tax breaks for corporate jets? My attitude is, if we got a corporate jet... So what did we do? We stepped in and...* [7]; *Why is that? Because the economy was...* [8].

Така манера викладу думки є характерною ознакою академічного дискурсу, у якому прийнятим є відкрите обговорення певної наукової проблеми, яке сприяє кращому розумінню шляхів її розв'язання. Б. Обама дає логічне пояснення ситуацій, своїх рішень, своєї політики, таким чином допомагає слухачам розуміти його. Президент „спрощує“ завдання слухачів, даючи їм готову відповідь та не змушуючи задуматись, щоб зробити власні висновки.

Рисою даного фрейму можна вважати і часте посилення президента на приклади чи слова відомих людей, вживання наукових термінів, алюзій. Б. Обама згадує позитивну та успішну діяльність своїх попередників, чією політикою він захоплюється, яку поділяє і якій слідує: Б. Клінтон, Дж. Кеннеді, А. Лінкольн: *...that we should go back to the rates we had when Bill Clinton was president, when we created...Bill Clinton tried the approach that I'm talking about.* [7]; *The notion that we would have tanks run over those young people who were in Tahrir Square, that is not a kind of American leadership that John F. Kennedy talked about 50 years ago.* [9].

Після свого виступу, представлення власної точки зору президент перекладає відповідальність за прийняття важливого рішення на населення країни. Він не переконує, не нав'язує відкрито правильність своєї ідеї, а лише дозволяє зробити свій вибір. Майбутнє країни – в руках американців та безпосередньо пов'язане з вибором президента: *So I'll let the American people decide, judge, who's going to be more effective and more credible when it comes to imposing crippling sanctions.* [9]; *...is going to be, to up to voters you, which path we should take.* [7].

Проаналізувавши політичний дискурс Б. Обама, можна зробити **висновок**, що президент використовує політичну ідентичність

та свої соціокультурні знання як засіб впливу, пристосовуючи їх до соціальної ситуації та контексту, а в основі цього процесу лежать загальні фонові знання. Самопредставлення за допомогою фрейму дозволяє розгорнуто, але імпліцитно передати конкретну ідентичність, використовуючи цілий набір мовних засобів, характерний для даного фрейму.

Ідентичність політика є визначальною у виборі фрейму самопредставлення. Зокрема власний соціальний та політичний досвід Б.Обами дозволяє йому ефективно застосовувати фрейм THE PROFESSOR, який сприяє самопрезентації Обами як фахового та компетентного політика.

Перспективами подальших розвідок вважаємо дослідження фреймів самопрезентації в інших жанрах політичного дискурсу, використання концептуальної метафори у процесі самопрезентації, виявлення впливу обраних ідентичностей на адресата шляхом опитування чи анкетування респондентів, з'ясування ролі інших лінгвокультурологічних та соціолінгвістичних категорій для самопрезентації у політичному дискурсі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Иссерс О. С. Что говорят политики, чтобы нравится своему народу / О. С. Иссерс // Вестник Омского ун-та. – Вып. 1. – Омск, 1996. – С. 71-74.
2. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716с.
3. Яноу Д. Фреймы политического : от фрейм-анализа к анализу фреймирования / Д.Яноу, М.Хульст // Социологическое обозрение. – Т. 10. – №1-2. – 2011. – С.87-113.
4. Bromley D. B. Reputation, image, and impression management / D. B. Bromley – John Wiley & Sons, Inc., New York, 1993, – 300p.
5. Dijk T. van. Society and discourse : how social contexts influence text and talk / Teun A. van Dijk – Cambridge University Press, 2009. – 287p.
6. Morgan P. Self-presentation in a speech of Newt Gingrich / Pamela Morgan // Pragmatics : 7, 1997, P.275-308.

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

7. First Presidential Debates, October 3, 2012.
8. Second Presidential Debates, October 16, 2012.
9. Third Presidential Debates, October 23, 2012.