

announced on the 1st of May 2003. From that day more focus was put on other topics be it U.S. and Coalition military activity in Iraq, security, etc.

References

1. Karlyn Kohrs Campbell and Kathleen Hall Jamieson. Deeds Done in Words. Presidential Rhetoric and the Genres of Governance. – New York: Academic Press, 2002. – 271 p.
2. Lutz W. Doublespeak. – New York: Academic Press, 1989. – 315 p.
3. Orwell G. Political Euphemism. Language Awareness. – New York: St.Martin’s Press Inc., 1978. – 152 p.
4. Peggy Noonan. President George W. Bush on War, Terrorism, and Freedom. – New York: Academic Press, 2004. – 263 p.
5. Wiliam Clark. The Real Reasons for the Upcoming War with Iraq. – New York: Academic Press, 2003. – 59 p.
6. <http://www.americanrhetoric.com>
7. <http://www.cnn.com>
8. <http://www.floridabaptistwitness.com/3757freedomcharactermajorinbush>
9. <http://www.news.bbc.co.uk/2/hi/americas>
10. <http://www.rhetoricandreality.com>
11. <http://www.wikipedia.org>

УДК 81’1.111 (73)

Ю.В. Заблоцький,

Національний університет “Острозька академія”,
м. Острог

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПЕРЕДВИБОРЧИХ ПРОМОВ ПРЕЗИДЕНТА СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ БАРАКА ОБАМИ

Стаття присвячена дослідженню прагматичних показників ефективності впливу на американських виборців у передвиборчих промовах президента Сполучених Штатів Америки Барака Обами. Розглядається роль політичного дискурсу в американському суспільстві та описуються стратегії досягнення успішної комунікації президента Америки.

The article is devoted to research of pragmatical markers of effective influence on American electorate in electoral speeches of the US President Barack Obama. The role of political discourse in American society is described as well as main strategies of the American President’s communicative act effectiveness is analyzed.

Важливість професійного володіння словом в умовах панування жорстких законів ринкової конкуренції у всіх сферах нашого життя ні в кого не викликає сумнівів. В одній з літературних розмов професорка Єльського університету, близька подруга Барака Обами і поетеса Елізабет Александер так висловилася про майбутнього президента Сполучених Штатів Америки: “З самого початку публічних виступів Обами було зрозуміло, що він приділяє величезну увагу мові. Він розуміє, що мова – це посередник, завдяки якому ми спілкуємося. Його висловлювання завжди були незвично точними, обережними, вишуканими, але не заради красивих слівця. Очевидно, він розуміє секрети, завдяки яким можна ефективно впливати на слухача” [8]. Перемога 47-річного чорношкірого Барака Обами на президентських виборах в США засвідчує вірність слів пані Александер, як і те, що роль мови в намаганнях політичних лідерів США впливати на вибір своїх громадян суттєво зростає.

Маніпулювання свідомістю з метою здійснення прихованого впливу на здійснення вибору реципієнта за допомогою мови давно застосовується у сфері політичної пропаганди. Можливості такого впливу закладені в самій природі мовної системи. Ми поділяємо думку К. Серажим що такі властивості мови, як рухливість семантичної структури слова, складність відмежування конотації від прямих денотативних значень, варіативність денотативних і конотативних значень тих самих мовних знаків під впливом соціальних чинників, багатокомпонентність як лексичного, так і прагматичного значення, наявність пізнавального та комунікативного, об’єктивного та суб’єктивного в значенні, синонімічні й асоціативні зв’язки слів, модальність висловлювання, оцінність семантики, навмисно і цілеспрямовано використовуються пропагандою, спотворюючи значення ідеологічних конотацій певних слів [4, с. 257].

Актуальність теми. Аналізуючи сутність політичної природи, можемо побачити, що політик (прагнучи переконати в правильності своїх ідей) та виборець (сприймаючи інформативні повідомлення) вступають в процес комунікації. Комунікатор, вступаючи у взаємодію з реципієнтом, в процесі створення та через посередництво комунікативних дій, за допомогою певних прийомів та із застосуванням відповідного мовного матеріалу має на меті вплинути на вибір дій аудиторії, задля досягнення своїх цілей. Одиницею дискурсу є текст, на який значною мірою впливають екстралінгвальні, соціокультурні та когнітивні фактори, тому актуальним в світлі лінгвопрагматичних вчень останніх років виглядає можливість дослідити функціонування мови в політичному дискурсі з позиції її безпосереднього використання в даній суспільній сфері, що передбачає аналіз на прагматично-комунікативному рівні. Такий підхід дозволить визначити прагматичні особливості американського політично-

го дискурсу, виявити його закономірності та особливості функціонування, з'ясувати цілі та стратегії використання в ньому мовного матеріалу.

Метою роботи є дослідження прагматичних маркерів досягнення успішності в комунікації в американському політичному дискурсі на матеріалі промов новообраного президента США Барака Обами. Досягнення мети передбачає виконання таких **завдань**:

- виявити особливості та сферу функціонування американського політичного дискурсу,
- простежити механізми мовленнєвого впливу на виборця,
- дослідити прагматичні особливості виступів американського президента, проаналізувати їх ситуативний контекст та комунікативне значення.

У науковій літературі до проблем політичного дискурсу звертались такі науковці, як Н.Д. Арутюнова, Т.А. ван Дейк, М.В. Ільїн, О.С. Кубрякова, Г. Сайдель та багато інших. Також питання політичної комунікації розглядаються у роботах А.Г. Алтунян, Б. Мотузенко, Л. Павлюк, О.А. Толпигіної, Т.Н. Ушакової. Проблемам лінгвістичної прагматики присвячені роботи П. Грейса, В.В. Зеленської, Ж. Піаже, Е. Мура, Дж. Серля, С.М. Соболевой та інших авторів. Вивченням соціокомунікативних аспектів американського політичного дискурсу і риторики Барака Обами зокрема займаються американські лінгвісти К. Сулейман та Д. О'Коннел.

Термін дискурс залишається одним з найбільш невизначених і неоднозначних в сучасній науці. В науковій та публіцистичній літературі він часто зустрічається в різних, іноді суперечливих один одному значеннях, що й не дивно враховуючи непросту природу даного поняття і складний процес його становлення в науці. Однак, більшість сучасних науковців сходяться в думці, що дискурс – це складне комунікативне явище, яке складається з тексту та екстралінгвальних, соціокультурних, прагматичних та інших факторів, таких як наміри, погляди, фонові знання адресата. Іншими словами, мова в теорії дискурс аналізу розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії між людьми, в когнітивних процесах формування їхньої свідомості.

М.В. Ільїн зазначає, що єдиний предмет політичного дискурс аналізу – це політика як семіотичне явище, як усвідомлена взаємодія заради досягнення певної мети [6, с. 15]. У цій своїй якості політика стає спілкуванням, комунікацією, а тому й свого роду “мовою”, що й дає підстави досліджувати наповнення політичного дискурсу не лише в рамках політології чи соціології, а й із застосуванням лінгвопрагматичного аналізу.

Політичний дискурс тісно пов'язаний з соціальною, культурною, суспільною сферами людського буття. Зміни у соціокультурному

просторі суспільства призводять до змін словникового складу політичного дискурсу, появи нових слів, а також цілих тематичних груп у межах існуючого фрагменту політичного вокабуляру. У процесі дослідження політичного дискурсу слід зважати на те, що прагматичний потенціал дискурсу є результатом вибору автором змісту повідомлення та способу його мовного вираження. У відповідності зі своїм комунікативним наміром автор відбирає для передачі інформації мовні одиниці, що володіють необхідним значенням, як предметно-логічним, так і конотативним.

Більшість фахівців та журналістів, які слідкували за виборчими перегонами в США, відзначають професійне володіння словом Барака Обами і сходяться в думці, що він прекрасний оратор. На думку американських науковців-лінгвістів Камелії Сулейман і Даніела О'Коннела, риторика Обами відрізняється від риторики інших чорношкірих політичних лідерів [10, с. 387]. На відміну від своїх попередників (Мартін Лютер Кінг, Джес Джексон), Обама не звертається до традиційної поетики проповіді, а оперує цілком сучасними прийомами публічного мовлення. На думку спеціалістів, Обама – представник нового покоління афро-американських політичних лідерів. Аналізуючи виступи Обами вчені відмічають його стриманість, врівноваженість, відсутність притаманної попереднім чорношкірим представникам поетичної патетики, зваженість, точність та обережність у висловлюваннях. Фахівці пов'язують це з одного боку з тим фактом, що нинішній президент отримав престижну освіту, за що й був названий ЗМІ “найгуманітарнішим” президентом в історії США, а з іншого – надзвичайною увагою з боку американського суспільства до слів чорношкірого кандидата, адже перед ним стояло нелегке завдання стати втіленням сподівань не лише афроамериканців, а всього американського суспільства. У своїх виступах Обама часто розповідає історію свого життя, яка є схожою і тому близькою для багатьох американців, наголошуючи на тому, що його мати білошкіра, а його батько родом з Кенії: *I am the son of a black man from Kenya and a white woman from Kansas. I was raised with the help of a white grandfather who survived a Depression to serve in Patton's Army during World War II and a white grandmother who worked on a bomber assembly line at Fort Leavenworth while he was overseas. I have brothers, sisters, nieces, nephews, uncles and cousins, of every race and every hue, scattered across three continents, and for as long as I live, I will never forget that in no other country on Earth is my story even possible* [11]. Даний уривок чітко показує, що людина, яка його промовляє, є “своїм”, принаймні близьким, адже мільйони громадян США мають приблизно такі самі історії життя. В такий спосіб Обама отожднює себе з представниками якщо не всіх, то багатьох національностей американського суспільства, викликаючи тим самим

довіру та симпатію у виборців. Слід відмітити, що “ідентичність” (identity) є одним з ключових понять у теорії дискурсу. К. Сулейман, посилаючись на С. Халл, стверджує, що кожен акт ототожнення є акт “виінакшення” (act of “Othering”), який відокремлює від одних і ототожнює з іншими [10, с. 375].

З точки зору теорії дискурсу усі об’єкти дійсності мають дискурсний характер: будь-яке явище є вписаним у контекст, який і надає йому повноту сенсу. Явища та об’єкти навколишнього світу можуть набувати різних значень (чи ідентичностей) у залежності від тих специфічних обставин, у які вони занурені. Дискурс виступає способом впорядкування реальності, механізмом визначення цінності (значення) як самого індивіда, так і предметів оточуючого світу. Явище не вписане у сферу дискурсу сприймається неадекватно. Звідси впливає уявлення про відносний характер ідентичності. Розуміння та пояснення будь-якого об’єкта чи процесу можливе лише у випадку виявлення того особливого дискурсу, в рамках якого ці процеси протікають.

Прагнення людини до логічності, її бажання узагальнити свої уявлення про світ, зробити його “своїм”, “керованим”, призводить до того, що, будуючи логічні з’язки на інтуїтивній основі, яка складає базу побутового світогляду, відбувається підміна фактів дійсності символами, які згодом перевизначаються через інші символи, що призводить до виникнення паралельного символічного світу [7]. Людина стереотипізує навколишню дійсність, розмежовує її таким чином, що практично будь-яка ситуація чи явище може бути поляризованим. Це надає серйозні можливості для маніпуляції свідомістю людей. Підміняючи одні символи іншими, політики за посередництва ЗМІ можуть впливати на інтерпретацію ідентифікації індивіда з набором соціокультурних норм та цінностей. Традиційні конфліктологічні теорії виходять з того, що протиставлення групових інтересів формує базову дихотомію політичних відносин “свій” – “чужий” (“друг” – “ворог” тощо). Така амбівалентність одночасно і об’єднує, і розділяє соціум. З одного боку, закріплюється єдність якоїсь частини суспільства, з іншого – виникає підґрунтя для ворожості всередині соціуму. Прийом обмовляння своїх суперників з метою зображення у позитивному контексті власної діяльності досить часто використовується політичними діячами. В своїй промові Барак Обама ототожнює свого суперника з адміністрацією президента Буша і її недолугою політикою і опозиціонує себе як представника “іншої” політичної культури: *I don't fit the typical pedigree, and I haven't spent my career in the halls of Washington* [9], ідентифікуючи себе з благородним американським народом, який прагне змінити ситуацію в країні на краще: *If John McCain wants to follow George Bush with more tough talk and bad strategy, that is his choice – but it is not the change*

we need [9]; *Well it's time for them to own their failure. It's time for us to change America* [9].

Останніми роками в кандидатів на пост президента Америки простежується тенденція до активного використання в своїх промовах міфу національної ідеї та єдності. Усталене функціонування національних цінностей в мовній картині світу, мовна репрезентація значимих символів, наприклад “американської мрії”, зумовлюють широкі можливості для маніпулятивних впливів в політичному дискурсі Сполучених Штатів. Поняття “американська мрія”, “національні інтереси”, “безпека нації”, “захист демократичних свобод” набувають в американському дискурсі часто сакрального, не підлягаючого запереченню значення [2]. В своїй президентській кампанії Барак Обама теж активно експлуатував цей прийом. В своїх промовах він часто апелює до понять “могутньої нації: *We remain the most prosperous, powerful nation on Earth* [11]; “єдиної нації”: *this nation is more than the sum of its parts – that out of many, we are truly one* [11]; одвічної “американської мрії”: *But for all those who scratched and clawed their way to get a piece of the American Dream* [11]; говорить про Америку як про єдину країну, що надає рівні можливості усім без винятку її громадянам: *and for as long as I live, I will never forget that in no other country on Earth is my story even possible* [11].

Дослідники відзначають, що поняття “національна ідея” виконує інтегруючу, консолідуючу та мобілізуючу роль систем ідей та цінностей, котрі згуртовують суспільство. Тому міф “національної ідеї” є одним із ефективних засобів впливу на увесь соціальний простір держави, оскільки категорія “національне” є ширшою за “етнічне” і включає все суспільство, його буття в даний момент часу об’єднане в національно-державне утворення або імперативно скероване до цього. Обумовлене це з одного боку можливостями закладеними в самій природі мовного середовища, у риторичному способі здійснення комунікацій, а з іншого можливістю маніпулювання самим поняттям “національна ідея”, яке своєю знаковістю та невизначеністю в суспільній свідомості надає широкі можливості для всіляких спекуляцій [1, с. 9]. Як соціокультурний феномен національна ідея не є в ідеології кожної окремої нації чимось чітко визначеним та окресленим. Її неможливо сформулювати як виокремлену концепцію, яка б повно відображала ідеологію тієї чи іншої нації як такої. В суспільній свідомості поняття “національної ідеї” ототожнюється швидше з “національним ідеалом”, “сенсом буття нації”, “національною мрією”, що базується на складній соціокультурній матриці цінностей, установок та переконань спільноти, але за своєю природою, на думку Б.Мотузенка, є набагато ширшою і становить в своїй основі складну систему всіх соціокультурних цінностей, що виробились в даному суспільстві, систему установок, очікувань та нормативів, що

функціонують в процесі життєдіяльності навколо цінностей і, відтак, складну систему стереотипів, міфологем, поведінкових “настанов”, що підсвідомо реалізуються нацією, як її особлива ментальна структура, вміле використання яких дає зручні можливості для маніпуляції свідомістю мас [2].

Маніпуляція в термінах комунікативних процесів має спрямування, ціль, результат. Метою та результатом успішного маніпулятивного впливу в політичному середовищі можуть бути голоси виборців, підтримка політичної програми тощо. В соціальному середовищі маніпуляція відбувається значимими символами, соціальними стереотипами, цінностями адресних аудиторій, міфологемами (як сакралізованими стереотипами), які легко проходять фільтри свідомості соціальної групи, окреслюють та ідентифікують її з певним набором соціокультурних установок. Сучасне міфотворення охоплює усі сфери суспільного життя і особливо помітно проявляється там, де ідеологічні (культурні) групи здійснюють експансію в “маси”, бажають впливати і панувати. На думку К. Леві-Строса, ніщо так не нагадує міфології, як політична ідеологія [5, с. 217]. Політики використовують міфологічні форми із тієї ж причини, що і міфотворці давно минулих віків – із потреби пошуку “поетичного” і “авторитетного” першопочатку, психологічної легітимації особи у тому середовищі, в якому вона намагається себе реалізувати. Міф надає сенсу, освячує, втаємничує, розширює горизонти видимості, наділяє правами і могутністю [3].

Окрім “національної ідеї” в американському політичному дискурсі, циклічно відтворюється сталий комплекс міфологічних мотивів, які також є присутніми у виступах Барака Обами:

– “мужній лідер”: уявлення про визначну роль політичного лідера, який ефективно діє, рятуючи людей від небезпеки, демонструє мужність, здатність до боротьби та захисту свого народу: *We need a President who can face the threats of the future* [9]; *As Commander-in-Chief, I will never hesitate to defend this nation* [9].

– “віра у краще майбутнє”: *переконавання в тому, що незважаючи на всі тимчасові негаразди, мужній американський народ буде успішним та щасливим: We the people, in order to form a more perfect union; a march for a more just, more equal, more free, more caring and more prosperous America* [11].

– “наша сила – у єдності”: віра у те, що лише разом, завдяки своїй вірі, відданості, працелюбності американський народ зможе подолати труднощі на шляху до кращого майбутнього: *... this nation is more than the sum of its parts – that out of many, we are truly one* [11]; *These people are a part of me. And they are a part of America, this country that I love* [11]. *But what the people heard instead – people of every creed and color, from every walk of life – is that in America, our destiny is*

inextricably linked. That together, our dreams can be one [9];

– “віра в свої сили”: віра в те, що влаштування власного добробуту до снаги громадянам: *We can do that. All this we can do. And all this we will do* [11]; *they must always believe that they can write their own destiny* [11]. Загалом слід відзначити, що Обама запам’ятався в свідомості співвітчизників рефреном *Yes we can*, використаним у передвиборчих перегонах.

– “віра в громадянське суспільство”: віра в дотримання прав і свобод усіх громадян США не залежно від їх приналежності до будь-яких релігійних, національних, соціальних та інших груп: *We are a nation of Christians and Muslims, Jews and Hindus – and nonbelievers. We are shaped by every language and culture, drawn from every end of this Earth* [11].

Центральним стержнем промов Барака Обама стало використання поняття “зміна”. У зверненні до своїх виборців Обама неодноразово наголошує на тому, що Америці потрібні негайні і докорінні зміни в курсі зовнішньої та внутрішньої політики. Він вказує на неспроможність нинішньої влади змінити ситуацію в країні: *For eighteen long months, you have stood up, one by one, and said enough to the politics of the past. You understand that in this election, the greatest risk we can take is to try the same old politics with the same old players and expect a different result. You have shown what history teaches us – that at defining moments like this one, the change we need doesn’t come from Washington. Change comes to Washington. Change happens because the American people demand it – because they rise up and insist on new ideas and new leadership, a new politics for a new time* [9].

Пропонуючи своїм виборцям зміни на краще життя, Обама активно звертається до морально-духовних цінностей свого народу, апелює до почуття гідності, патріотизму та гордості за свою країну: *We remain a young nation, but in the words of Scripture, the time has come to set aside childish things. The time has come to reaffirm our enduring spirit; to choose our better history; to carry forward that precious gift, that noble idea, passed on from generation to generation: the God-given promise that all are equal, all are free, and all deserve a chance to pursue their full measure of happiness* [11].

Справедливо відзначимо, що запропонована Обамою програма дій і справді відрізняється за своєю суттю від політики, яку проводила адміністрація президента Буша. Він запропонував свіжий погляд на болючі для американського суспільства питання соціального захисту, фінансування освіти, зміни податкової політики, питання перебування американського військового контингенту в Іраці та Афганістані. Більшість політичних фахівців дійсно відмічали, що програма Обама виглядала потужніше, ніж у його конкурента, особливо в тій частині, що стосувалася соціальних та економічних проблем,

що на їх думку стало одним з визначальних факторів його перемоги в складні часи рецесії в США. Та все ж таки, слід відмітити, що кожного разу, коли з уст Обама злітала лексема “change”, публіка як зачарована шаленіла від радощів в передчутті довгоочікуваних змін з надією і вірою в очах, що Барак Обама – єдиний, кому під силу врятувати Америку. Міф “зміни” використовував і Джон Мак-Кейн, проте як бачимо, саме 47 річний, освічений та рішучий Барак Обама ідентифікувався в свідомості американців з перспективою реформ політичного курсу США. Американському народові 44 президент запропонував не просто реформи в освіті, медицині, податковій та енергетичній системі, він запропонував їм реформу свідомості американського суспільства, докорінної зміни цілої філософії життєустрою: *What is required of us now is a new era of responsibility – a recognition, on the part of every American, that we have duties to ourselves, our nation and the world* [11]. Американці, які не пережили такої складної економічної ситуації з 30-х років минулого століття, прийняли її.

Проведення масштабних виборчих кампаній, зростання зв'язку політики та ЗМІ, та зрештою непересічні особисті та ораторські якості американських президентів зробили політичний дискурс, а зокрема його усну форму (публічні виступи, інтерв'ю, телевізійні дебати, пресконференції), невід'ємною складовою сучасного американського суспільства. Нинішня президентська кампанія підтвердила важливу роль мови, як засобу ефективного переконання електорату. Обидва кандидати багато уваги приділяли спілкуванню з виборцями, а відтак, і мовному наповненню своїх виступів. Фахівці лінгвісти та журналісти високо оцінили майстерність володіння словом Барака Обама, називаючи його представником нового покоління чорношкірих лідерів США і відмічаючи не останню роль в його перемозі саме чіткій та професійній риторичі президента. Разом з тим, простежуємо, що у виборі засобів мовного впливу на виборців Барак Обама багато в чому опирався на перевірений роками матеріал. Активно експлуатувалися вже знайомі дослідникам міфи про національну ідею, єдність, елітарність американської нації, пропагувався образ рішучого лідера, підкреслювалися демократичні цінності американців. В умовах складної економічної ситуації актуально прозвучав заклик до змін, який і став наскрізним лейтмотивом промов Барака Обама.

Напрямок дослідження політичного дискурсу США в ракурсі його розгляду з врахуванням комунікативних, прагматичних, когнітивних та соціальних особливостей є, на нашу думку, достатньо перспективним і може слугувати основою для подальших досліджень.

Література

1. Воїнов В.В. Соціально-оціночні номінації у контексті культури США. – К.: Либідь, 1994. – 144 с. – С. 8-14.
2. Мотузенко Б. (n.d./2003) Національна ідея як об’єкт маніпуляцій [WWW document]. URL <http://fppr.org.ua/mediaeco/z-kryt/123.html> (22 січня 2009).
3. Павлюк Л. (18 листопада 2008). Медіа-міфокритика: міф, контрміф і антиміф як техніки риторичної драматизації або для того щоб деконструювати міф, треба його створити [WWW document]. URL <http://www.mediakrytyka.info/drukovani/mifopoetyka-i-mifopolityka-mif-kontrmif-i-antymif.html> (2 лютого 2009).
4. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність. [На матеріалах сучасної газетної публіцистики]: Монографія / За ред. В.Різуна. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2002. – 392 с.
5. Леви-Строс К. Структурная антропология / Пер. с фр. Вяч. Вс. Иванова. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 512 с.
6. Ильин М.В. Политический дискурс как предмет анализа // Политическая наука: Сб. научных трудов/РАН. ИНИОН. – М., 2002. – С. 7-19.
7. Мазиев Ю.М., Сарафанникова Е.В. (17 мая 2001). Мифология политического дискурса в современном информационном пространстве // Язык, коммуникация и социальная среда. – Выпуск 1. 2001 [WWW document]. URL <http://tpl1999.narod.ru/WebLSE2001/MazSar.htm> (15 лютого 2009).
8. Alexander E. (2008, November 25). Poets in the Age of Obama [WWW document]. URL <http://chicago.about.com/od/artsculture/a/ObamaPoetAlex.htm> (9 лютого 2009).
9. Barack Obama, Illinois. (2008, August 28) [WWW document]. URL <http://www.demconvention.com/barack-obama/> (9 лютого 2009).
10. Suleiman C., O’Connell D. Race and gender in current American politics: a discourse-analytic perspective// Journal of Psycholinguistic Research.vol 37. – 2008. P. 373-389.
11. Remarks of Senator Barack Obama “A More Perfect Union” Constitution Center Philadelphia, Pennsylvania (2008, March 18) [WWW document]. URL http://www.huffingtonpost.com/2008/03/18/obama-race-speech-read-th_n_92077.html (8 лютого 2009).