

*Анастасія Еременко
(г. Харьков, Україна)*

ДОМЕН «ЭКОНОМИКА» В СОВРЕМЕННОМ АМЕРИКАНСКОМ ПРЕЗИДЕНТСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Стаття досліджує різні підходи до вивчення політичного дискурсу сучасності. Особлива увага приділяється когнітивно-комунікативній спрямованості. Головним об'єктом вивчення стали публічні виступи та особисті інтерв'ю президента США Б. Обами. Безпосереднім предметом вивчення є найбільш частотні концепти, які входять у домен економіка, який транслюється на виборця через когнітивні метафори.

Ключові слова: *дискурс, домен, когнітивна метафора, концептуалізація, концептосфера.*

В данной статье рассматриваются различные подходы к изучению политического дискурса современности. Особое внимание уделяется когнитивно-коммуникативной направленности. Главным объектом изучения взяты публичные выступления и личные интервью президента США Б. Обамы. Непосредственным предметом изучения являются наиболее частотные концепты, входящие в домен экономика, транслируемый на избирателя через когнитивные метафоры.

Ключевые слова: *дискурс, домен, когнитивная метафора, концептуализация, концептосфера.*

The present paper analyses various approaches to modern political discourse studies. Special attention is given to cognitive-communicative sphere. Main objects of study are public speeches as well as personal interviews of president B. Obama. The immediate object-matter of our study is the most frequent concepts that constituent the domain economy that exerts upon electorate by means of cognitive metaphors.

Key words: *cognitive metaphor, conceptsphere, conceptualization, discourse, domain.*

Политический дискурс находится в центре внимания как лингвистики, так и таких смежных дисциплин, как когнитология, социология и политология и многих других. Лингвистические

подходы к изучению политического дискурса сводятся к трем основным типам – дескриптивному (риторический анализ языкового поведения политиков), критическому (выявление социального неравенства, выраженного в дискурсе) и когнитивному (анализ фреймов и концептов политического дискурса). Цель настоящего исследования состоит в выделении и систематизации наиболее частотных когнитивных метафор входящих в домен ЭКОНОМИКА в политическом дискурсе Барака Обамы. Объектом анализа служат публичные выступления, а так же личные интервью Б. Обамы – его дискурс президентского периода; а предметом избрана метафорическая концептуализация социально-политических, экономических, культурных доминант картины мира президента.

Актуальность рассматриваемой в работе проблемы обусловлена антропоцентрической направленностью современной лингвокогнитологии и необходимостью проведения лингводискурсивного анализа.

Новизна заключается в попытке проанализировать метафорику политического дискурса Б. Обамы.

Материалом для данного исследования послужил президентский дискурс Обамы, а именно интервью и публичные выступления президента США.

Дискурс понимается как «система коммуникации, имеющая реальное и потенциальное (виртуальное) измерение [3, с. 11]». В реальном измерении – это текущая речевая деятельность и возникающие в результате этой деятельности тексты, в потенциальном измерении – семиотическое пространство 1) вербальные и невербальные знаки, ориентированные на обслуживание этой коммуникативной сферы; 2) тезаурус прецедентных текстов; 3) типичные модели речевого поведения, а также 4) система речевых актов и жанров политического дискурса [3, с. 17].

Мы согласны с трактовкой политического дискурса, в соответствии с которой он рассматривается как институциональное общение, которое, в отличие от личностно-ориентированного, использует определенную систему

профессионально-ориентированных знаков, т. е. обладает собственным подязыком (лексикой, фразеологией и паремиологией). С учетом значимости ситуативно-культурного контекста, политический дискурс представляет собой феномен, суть которого может быть выражена формулой «дискурс = подязык + текст + контекст [3, с.15]».

Отметим, что семиотическое пространство политического дискурса включает три типа знаков: специализированные вербальные (политические термины, антропонимы и пр.), специализированные невербальные (политические символы) и неспециализированные, которые изначально не были сориентированы на данную сферу общения, но вследствие устойчивого функционирования в ней приобрели содержательную специфику. Особенность языка политики в настоящее время состоит в том, что средой его существования является массовая информация, и в силу ориентации политического общения на массового адресата этот язык лишен корпоративности, присущей любому специальному языку. Политический дискурс пересекается с другими типами дискурса – юридическим, научным, массово-информационным, педагогическим, рекламным, религиозным, спортивно-игровым, бытовым и художественным [3, с. 27].

По мнению Е. И. Шейгал, политика как специфическая сфера человеческой деятельности по своей природе является совокупностью речевых действий. Как и всякий другой дискурс, политический дискурс имеет полевое строение, в центре которого находятся те жанры, которые в максимальной степени соответствуют основному назначению политической коммуникации – борьбе за власть. Это парламентские дебаты, речи политических деятелей, голосование. В периферийных жанрах функция борьбы за власть переплетается с функциями других видов дискурса, при этом происходит наложение характеристик разных видов дискурса в одном тексте (интервью с политологом включает элементы масс-медиа, научного и политического дискурса). Пространство между дискурсом масс-медиа и политическим дискурсом представлено в виде шкалы, включающей по мере нарастания политического содержания

следующие тексты: памфлет, фельетон, проблемная политическая статья, написанная журналистом, колонка комментатора, передовая статья, репортаж (со съезда, митинга и т. д.), информационная заметка, интервью с политиком, проблемная аналитическая статья, написанная политиком, полемика (теледебаты, дискуссия в прессе), речь политика, политический документ (указ президента, текст закона, коммюнике) [3, с. 59].

Политический дискурс пересекается с педагогическим, так как политическая социализация личности, специфика этого пограничного образования состоит в его двумерном модусе – формальном и неформальном политическом воспитании, осуществляемом через государственные учебные учреждения и в быту (в разговорах с родителями, сверстниками, соседями). Юридический дискурс пересекается с политическим в сфере государственного законодательства. Политическая реклама – гибридный жанр политического и рекламного дискурса – направлена на регуляцию ценностных отношений в обществе, для политической рекламы (как и рекламы вообще) характерно резкое сужение тематики, упрощенность в подаче проблемы, употребление ключевых слов, простых, но выразительных образов, повторение лозунгов, тавтологичность. Пересечение политического и религиозного дискурса, согласно Е. И. Шейгал, возникает в сфере мифологизации сознания, веры в магию слов, признании божественной роли лидера, использовании приемов манипулятивного воздействия и ритуализации общения. Политический дискурс граничит и со спортивно-игровым, ожесточенная борьба за власть разыгрывается как состязание, как большие национальные игры, для которых важны зрелищность, определенные имиджи, формы проявления речевой агрессии и т. д. В работе раскрываются также пограничные области между дискурсом бытовым и политическим, с одной стороны, и художественным и политическим, с другой стороны. Автор строит многоаспектную модель структуры политического дискурса, выделяя параметры институциональности (от разговоров с друзьями до международных переговоров), субъектно-адресатные отношения (коммуникация между институтом и обществом,

институтом и гражданином, агентами внутри института), социокультурную дифференциацию (дискурс правящих и оппозиционных партий), дифференциацию по событийной локализации (например, скандирование – митинг, листовка – акция протеста, публичная речь – съезд), дифференциацию по характеру межтекстовых связей (первичные и вторичные жанры политического дискурса (сравните: речь, заявление, дебаты и анекдоты, мемуары, граффити) [3, с. 70].

Для того, чтобы наглядно рассмотреть влияние базовых доменов и концептов непосредственно на американского избирателя как адресата политического дискурса, попытаемся проанализировать приведенные ниже примеры. Анализ базовых концептов предоставляет возможность глубже понять особенности американской концептосферы в целом, а значит, глубже проникнуть в американское языковое сознание, картину мира, приблизиться к постижению американского менталитета и отчасти – национального самосознания. Актуально и изучение сферы функционирования концепта – политического и теснейшим образом связанного с ним экономического дискурсов. Их значение в жизни американцев невозможно переоценить, поскольку «малая» экономика любого жителя страны напрямую определяется ситуацией в экономике «большой» (особенно очевидно это становится в моменты перемен, потрясений), которая, в свою очередь, всегда определяется политикой.

Рассматриваемый домен ЭКОНОМИКА ярко представлен в политических речах Б. Обамы и находят свое отражение в многочисленных когнитивных метафорах.

ЭКОНОМИКА – ЭТО ЖИВОЕ СУЩЕСТВО, которое может расти, иметь определенный объем, ЭКОНОМИКА может так или иначе выглядеть, может прийти в упадок (сломаться), может обновляться, экономика может быть повреждена извне, может двигаться вперед, впадать в депрессию и наоборот выздоравливать, и что самое интересное, может даже что-то украсть.

Так, в примере 1 упоминается непрерывный рост экономики, что является важной составляющей профилактики последующих

возможных кризисов:

(1) *As part of the G20 process we all signed on to the notion that a rebalancing of the world economy would be important for sustained **economic growth** and the prevention of future crises [18].*

Мы видим, в примере 2, что в своей речи, вовремя переговоров с президентом Российской Федерации, Барак Обама говорит о том, что ЭКОНОМИКА имеет определенный масштаб или объем инвестиций, таким образом ЭКОНОМИКА – это ВМЕСТИЛИЩЕ объем которого может варьироваться:

(2) *It's not with all countries that we have such volume of investment, but if we compare the figures with the figures of foreign investors' presence in the American economy – I mean other countries, including states that can be compared with Russia in terms of **volume of economy**, so it's the difference of 20 or 30 times [17].*

Метафорически ЭКОНОМИКА рассматривается как сущность, которая способна так или иначе выглядеть, с точки зрения тех к кому обращается в своей речи Б. Обама, пример 3. Наряду с этим, ЭКОНОМИКА выступает, как самостоятельная сущность, которая способна двигаться вперед вне зависимости от человеческого фактора. Здесь мы имеем дело с персонификацией, пример 4:

(3) *We have a few topics to discuss today and I'm eager to hear from all of you about how the **economy looks from** your perspective and your forecast for the next few months [16].*

(4) *What value do you think it may have going forward on the upswing as the **economy goes forward?** [14].*

ЭКОНОМИКА уподобляется некой СУБСТАНЦИИ, которую можно привести в упадок или просто сломать, и наоборот, можно наблюдать динамически развивающуюся и постоянно обновляющуюся ЭКОНОМИКУ, которой ко всему прочему, может грозить опасность – ее могут «повредить» примеры 5 – 7:

(5) *When things go wrong, as they did in AIG, they can **bring down сломать the entire economy** [15].*

(6) *A **dynamic economy that's constantly renewed** by the talents and energies of each new citizen; [13].*

(7) *As a result, even as we take these necessary steps in the short term, we have an obligation to future generations to address our long-term, structural deficits, which **threaten to hobble our economy** and leave our children and grandchildren with a mountain of debt [11].*

ЭКОНОМИКА – ЭТО ЖИВОЕ СУЩЕСТВО, принимающее свойства персонификации, способное впасть в депрессию и со временем самостоятельно выздороветь, а также ЭКОНОМИКА в состоянии что-либо «украсть» – *to go south* (примеры 8, 9):

(8) *So all that debt had already accumulated. We then had to spend \$787 billion on the Recovery Act to do all the things – unemployment insurance; COBRA; what's called FMAP, which is essentially helping states to keep their budgets afloat so that they didn't have to lay off teachers and cops and firefighters – all of which if that had happened would have further **depressed the economy and we would have recovered a lot later**; the investments we're making in clean energy and things like Celgard to help spur economic growth [12].*

(9) *So we had to spend that, but that's only a fraction of what our debt was. And in addition what happens is when the **economy goes south**, there are fewer tax revenues. [10].*

Когнитивные метафоры, отражающие экономическую ситуацию в стране глазами президента и его спич райтеров, влияют на и тем самым частично формируют картину мира американского избирателя. Заметим, что анализируемый нами домен ЭКОНОМИКА представлен в речах президента как живой организм, или существо, способное на некие действия, вместилище, или как субстанция. Избранная тематика представляется наиболее перспективной для дальнейших исследований коммуникативно-когнитивных особенностей языковой личности Барака Обамы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шевченко И. С. Интент-анализ предвыборного дискурса: когнитивные и прагматические аспекты / Шевченко И. С., Даныпина Е. В. // Матеріали VI Міжнародної наукової конференції «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація». – Харків : Константа, 2007. – С. 334–337.

2. Шевченко І. С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу / Шевченко І. С. // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен ; під заг. ред. І. С. Шевченко. – Х. : Константа, 2005. – С. 105–117.
3. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : Монография / РАН, Ин-т языкознания ; Волгоградский гос. пед. ун-т. / Е. И. Шейгал – М., Волгоград : Перемена, 2000. – 368 с.
4. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Шейгал Е. И. – М. : Гнозис, – 2004. – 326 с.
5. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) : Монография. – 2-е изд. / А. П. Чудинов. – Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 2003. – 240 с.
6. Bayley P. 1985 – Live oratory in the television age: The language of formal speeches // 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. 77–174.
7. Bell V. 1995 – Negotiation in the workplace: The view from a political linguist // A. Firth ed. The discourse of negotiation: Studies of language in the workplace. – Oxford etc.: Pergamon, 1995. – P. 4–58.
8. Bruchis M. 1988 – The USSR: Language and realities: Nations, leaders, and scholars. – N.Y. : Columbia University Press, 1988 – 148 p.
9. Corbeill A. 1996 – Controlling laughter: Political humor in the late Roman republic. – Princeton; N.J. : Princeton University Press, 1996. – 202 p.

Список иллюстративного материала

10. Barack Obama. Press Conference by the President at the Nuclear Security Summit, 13.04. 2010. – Режим доступа :
<http://www.whitehouse.gov/issues>
11. Barack Obama. Remarks by the President at the First Meeting of the Fiscal Commission. – Режим доступа :

- <http://www.whitehouse.gov/issues>
12. Barack Obama. Remarks by the President in a Discussion on Jobs and the Economy in Charlotte, North Carolina. – Режим доступу : <http://www.whitehouse.gov/issues>
 13. Barack Obama. Remarks by the President at Naturalization Ceremony for Active-Duty Service Members April 23, 2010. – Режим доступу : <http://www.whitehouse.gov/issues>
 14. Barack Obama. Remarks by the President at a Meeting with the President’s Economic Recovery Advisory Board. – Режим доступу : <http://www.whitehouse.gov/issues>
 15. Barack Obama. Remarks by President Obama and President Medvedev of Russia at New START. – Режим доступу : <http://www.whitehouse.gov/issues>
 16. Barack Obama. Treaty Signing Ceremony and Press Conference April 08, 2010. – Режим доступу : <http://www.whitehouse.gov/issues>
 17. Barack Obama. Press Conference by the President at the Nuclear Security Summit 13.04. 2010. – Режим доступу : <http://www.whitehouse.gov/issues>
 18. Barack Obama. Remarks by the President to the Business Council May 04, 2010. – Режим доступу : <http://www.whitehouse.gov/issues>

Стаття надійшла до редакції 8 лютого 2013 року