

**ЕВОЛЮЦІЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ БАРАКА ОБАМИ
ПІД ЧАС ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ 2008 РОКУ**

Автор статті поставив за мету дослідити еволюцію політичного дискурсу Барака Обами під час першої президентської виборчої кампанії 2008 року. У статті зроблено аналіз дискурсу кандидата у президенти США на основі трьох актуальних промов, виголошених під час перегонів із Хіларі Клінтон за номінацію від Демократичної партії до дня виборів. Еволюція дискурсу відстежується з використанням персональних нарративів Барака Обами.

Ключові слова: виборчий процес, Барак Обама, політичний дискурс, нарратив, Демократична партія, Республіканська партія.

76

Автор статьи поставил целью исследовать эволюцию политического дискурса Барака Обамы во время первой президентской избирательной кампании 2008 года. В статье сделан анализ дискурса кандидата в президенты США на основе трех актуальных речей, произнесенных во время кампании с Хиллари Клинтон за номинацию от Демократической партии до дня выборов. Эволюция дискурса отслеживается с использованием персональных нарративов.

Ключевые слова: избирательный процесс, Барак Обама, политический дискурс, нарратив, Демократическая партия, Республиканская партия.

The author of the article attempts to study the evolution of the Barack Obama political discourse during his first presidential campaign in 2008. The article analyzes the discourse of the U.S. presidential candidate based on three actual speeches delivered during the campaign with Hillary Clinton for the nomination of the Democratic party before the election day, monitored the evolution of Obama's discourse with personal narratives.

Keywords: electoral process, Barack Obama, political discourse, narrative, Democratic Party, Republican Party.

Дана стаття є частиною дослідження ролі наратива в еволюції політичного дискурсу Барака Обами під час виборчої кампанії 2008 року. Проаналізовано три промови, які, на думку автора та деяких американських дослідників, були визначальними під час перегонів

за номінацію від Демократичної партії. У дослідженні використовувалися теоретичні викладки як вітчизняних (О.Кобзева [1], Г.Почепцов [2]) так і зарубіжних дослідників (Є.Шейгал [3], Е.Борманн [4], У.Фішер [5]) і тому можна стверджувати, що його риторика еволюціонувала від промови до промови, а дискурс кардинально змінився після його вступу на пост президента США.

Для проведення аналізу риторичного стилю та дискурсу Обама було вибрано три його промови, виголошені під час передвиборчої кампанії. Після детального аналізу цих промов можна констатувати, що Барак Обама використовував унікальне риторичне бачення упродовж всієї кампанії, комбінуючи та експлуатуючи два політично полярних міфи для створення ідеологічних рамок власного дискурсу, що підкреслює поняття двопартійності.

Дослідження проводилося на підставі теорії парадигми наратива, яка, згідно з визначенням У.Фішера, утворює необхідні теоретичні рамки для визначення природи і функцій персонального наратива в політичному дискурсі. У.Фішер стверджує, що людська комунікація має розглядатися як розповіді чи судження, що змагаються з іншими розповідями чи судженнями. На його думку, розуміння і знання виборців формуються здатністю політика розповідати гарні історії (нاراتив). Таке широке визначення наратива в кінцевому рахунку узаконює наративний аналіз будь-якої одиниці дискурсу. Дослідник також стверджує, що людський дискурс є багатозначним і може бути предметом наративної раціональності [5, с.4].

Одна з причин такої переконливої риторики, яка включала в себе переплетені полярні ідеології, полягає у змішаному расовому походженні Барака Обама. Його особиста історія успіху дозволила йому переосмислити і “перезавантажити” поняття американської мрії і встановити таке риторичне бачення, щоб його сприйняли виборці і відгукнулися на нього.

Напередодні економічних потрясінь, воєн за межами США, а також зіштовхнувшись із безробіттям, що сягнуло близько 8%, Барак Обама був для багатьох американців оптимістичною відповіддю на їх молитви. Обама, як кандидат у президенти США, високо цінувався за свою здатність захопити увагу незадоволеної частини американської публіки. Політик повідав історії, до яких могли мати відношення американці. Центральним мотивом риторики його

першої виборчої кампанії стали поняття “єднання”, “оптимізм” і “рівність”. У своїх виступах політик емоційно розповідав історії про сім’ї, які страждали від підвищення плати за навчання у коледжах, підвищення цін на продукти харчування та бензин.

Ранні виступи Обама під час виборчої кампанії також торкалися боротьби за расову рівність, прикладом якої були його африканський батько та біла мати. В інших виступах він говорив про фінансові непорозуміння, з якими стикалася його мати, коли позивалася до страхових компаній через роздуті медичні рахунки. Тому не дивно, що багато дослідників високо оцінювали його за переконливу риторику в промовах під час президентської кампанії. Наприклад, Ф.Хаммак відзначає “риторичний успіх у використанні його особистих історій, який включає в себе новий дискурс плюралізму, мультикультуралізму та космополітизму” [6, с.189].

78

К.Дженкінс і Г.Косс вважають, що виборча кампанія Обама проілюструвала важливі відкриття в галузі сучасного американського політичного дискурсу [7, с.185]. Таким же чином, С.Ренсон стверджує, що передвиборчі промови уже не концентруються тільки на партійній приналежності кандидатів і пояснює, що “цей показник почав втрачати свою значущість, тому що кандидати в президенти, починаючи з Річарда Ніксона, почали розмивати ідеологічні політичні лінії, як засіб звернення до ширших кіл потенційних виборців”. Для забезпечення підтримки в потенційних виборчих округах, в яких не існувало чіткої партійної ідеології, кандидати повинні використовувати креативні переконливі підходи. Барак Обама був готовий “представити себе... як прагматик, що представляє практичне, а не ідеологічне рішення”[8, с.395]. Подолання розбіжності ідеологій дозволяло Обамі звернутися до широкого кола демократів, незалежних і республіканців.

Одним з переконливих компонентів риторики Барака Обама є його унікальна здатність розповідати зворушливі особисті наративи, що формують ідентичність, сприяючи єдності серед виборців. Ф.Хаммак підкреслює, що передвиборчий дискурс Обама представляв його бачення Америки як об’єднаної нації, яка базувалася на загальноновизнаних політичних принципах, що сприймалися як американське кредо. На початку передвиборчої кампанії Барак Обама використовував наративи для донесення своїх ідей найширшим колам виборців. Аналіз промов, який він провів, проде-

монстрував, що фактично кожна з них включала дві переконливі концепції: а) поширена віра в американське кредо і б) використання символічного виміру американського націоналізму. Науковець робить висновок, що Обама успішно об'єднав свою аудиторію через політичну ідеологію, послідовно використовуючи особистий наратив як риторичний інструмент [6, с.199].

Аналіз еволюції дискурсу Барака Обама зроблено через персональні наративи (розповіді), які допомагали йому перекроїти республіканську ідеологію, додаючи ліберальний компонент громадянської відповідальності. Таким чином, Обама створює досить унікальне риторичне бачення, в якому втілюються принципи консервативної і ліберальної політичної філософії. При цьому Обама позиціонує себе відокремленим від інших політиків та демонструє альтруїстичний підхід з метою вирішення наболілих проблем країни. Використання певних прикладів і характеристик допомагає визначити конкретних протагоністів та антагоністів. Протагоністами наративів Обама є представники середнього класу: робітники автозаводів у Мічигані, сім'ї військовослужбовців, студенти або матері, які працюють. Лиходії у цих історіях зазвичай визначаються абстрактними характеристиками і зображуються у формі війни, капіталізму чи республіканської ідеології.

Промови аналізуються в хронологічному порядку для того, щоб можна краще простежити еволюцію його риторики після обрання президентом.

Перша з цих промов була виголошена 18 березня 2008 року й була сконцентрована на проблемах расового гніву, закладаючи фундамент для більшого розуміння історичного значення майбутнього президенства Барака Обама. Вона розкриває переконливу силу метафоричного наратива та здатність оратора символічно поміщати себе серед героїв розповідей і використовувати своє расове походження в історичному та соціальному контексті для переконання виборців, які ще не визначилися із підтримкою. Використовуючи такий підхід, Обама закликає аудиторію критично оцінити ідеологічні проблеми расової нерівності, долати упереджені поняття про расову рівність і звільнити американське суспільство від расової ганьби, яка ще міцно засіла в головах чорних і білих американців. Ці наративи закликають аудиторію до дії, таким чином, маючи певний риторичний вплив.

Расова проблема є одним з визначальних факторів у дискурсі Барака Обама. Перший чорношкірий президент США продемонстрував метафоричний рух у напрямі пост-расової ери в американському суспільстві. Обрання Обама президентом змусило багатьох повірити, що американська нація проминула расову ненависть і стала сліпою до кольорів шкіри державою. Під час кампанії Обама та його помічники уникали расової проблеми і вирішили зосередитися на всеосяжності, а не спірності проблем раси та політики. Це був стратегічний вибір Обама та його команди – ігнорувати очевидний расовий поділ між ним, його опонентами та кандидатами, які змагалися до нього. Така політична тактика була успішною поки ЗМІ не знайшли кілька підбурливих висловлювань, які виголосив пастор Райт за кілька років до цього. Обама негайно засудив зауваження пастора, але багато критиків не були задоволені у зв'язку з відсутністю чіткості у словах Обама, тому що він в цілому добре ставився до цієї людини. І в своїй промові Обама вирішив зробити рефреймінг коментарів пастора через соціальний та історичний контекст за допомогою особистих наративів. Барак Обама та його команда вирішили розглянути цю проблему у Філадельфії десь за місяць до первинних виборів у Пенсільванії. На час виголошення промови він та сенатор Хілларі Клінтон йшли впритул в перегонах за номінацію від Демократичної партії, але Хілларі Клінтон лідирувала з невеликим відривом. Виголошення промови в дуже конкурентному середовищі Пенсільванії за місяць до праймеріз Демократичної партії продемонструвало стратегічне політичне маневрування Обама та його команди.

Кілька особистих наративів стосовно відносин між Обамою та пастором Райтом були використані на початку промови, щоб продемонструвати їх дружні стосунки. Обама постарався охарактеризувати досягнення пастора як громадського активіста та церковного лідера до того, як він заговорив про відносини його сім'ї з пастором. Розповіді про расистські sentimenti його білої бабусі підкреслили ідею толерантності Обама та автентичності його співчуття до чорношкірої громади. Він підійшов до обговорення расової проблеми, переробляючи антагоністичні коментарі через соціальний та історичний контекст як засіб пом'якшення звинувачень. Використання розповіді про невдоволення представників обох рас досягло мети. Після промови ситуація розрядилася і кри-

тики з усіх напрямків притихли, відзначаючи таким чином риторичний успіх Обама.

Далекосяжною метою наратива є широка ілюстрація події чи ідеї з минулого за допомогою яскравого опису. Аналіз першого наратива включає в себе розповідь спрямовану до білої аудиторії. У ній Обама звертається до білої спільноти як учасника дії, так і середовища, в якому дія відбувається. Драматизуючи ситуацію серед білої громади, Обама виражає їм підтримку і співчуття і, таким чином робить спробу переступити расовий поділ. Як засіб розширення своєї аудиторії одночасно з показом свого досвіду, Обама включає у свою розповідь білих представників середнього класу як головних персонажів, які наполегливо працюють, щоб побудувати своє життя тільки для того, щоб зіткнутися з нерівноправністю несправедливої державної системи. Він покладає роль винуватця бід білих людей на капіталістичну природу економіки США.

Ці наративи мають подвійну мету: 1) вони заспокоюють обурення білих і відвертають потенційний гнів білих від чорношкірої спільноти, спрямовуючи його на корумповану, несправедливу систему; 2) Барак Обама стратегічно представляє себе людиною, яка може прямо виступати на підтримку вболівань членів білої спільноти. Причому він зображає білу спільноту у позитивному світлі, висвітлюючи її важку працю та наполегливість. Нерівноправність білих, за яку несе відповідальність корумпована система, з його слів подібна до історичної нерівноправності, з якою стикаються представники чорної спільноти: “Для афроамериканської спільноти цей шлях означає йти в обіймах з проблемами нашого минулого, не стаючи жертвами нашого минулого. Він означає наполягати на справедливості в кожному аспекті американського життя. Але він також означає забувати наші образи – для кращого медичного обслуговування, кращих шкіл, кращої роботи – заради вищих прагнень усіх американців: білий чоловік, якого звільнили з роботи, іммігрант, який старається нагодувати сім’ю. І це означає бути відповідальними за своє власне життя” і в кінцевому рахунку за власну долю [9].

Барак Обама завершує свою промову зворушливою розповіддю про 23-річну білу дівчину Ешлі Байя (AshleyBaia). Ця історія трапилася у місті Флоренція (Південна Кароліна), де група підтримки Обама проводила дискусію за круглим столом з причин, які побу-

дили їх брати участь у кампанії. В усіх присутніх були свої історії, але один чорношкірий чоловік нічого особливого не сказав, але підкреслив: “Я тут заради Ешли” [9]. Основна ідея полягає в тому, що через історію білої дівчинки, яка з усіх сил старається допомогти своїй хворій матері, Обама підводить аудиторію до представника афро-американської спільноти, який був присутній на зустрічі учасників кампанії. Таким чином, Обама демонструє підтримку ідеології поліетнічності у рамках своєї кампанії. Цією розповіддю він також демонструє свою прихильність і турботу про білих виборців.

82

У другій промові використовуються основні образи у наративах для того, щоб продемонструвати перехід від конкретних образів (як видно з першої промови) до більш аналітичного мислення. У цій промові Обама використовує наративи для зображення узагальнених героїв (образ матері, герой війни) як засіб ідентифікації аудиторії шляхом логічної дедукції. Аудиторія бачить себе в особах цих героїв і саме тому спроможна сприймати наратив як відтворення американського досвіду.

Попередні вибори 6 травня 2008 року в штатах Індіана та Північна Кароліна були дуже важкими для Барака Обама та Хілларі Клінтон, які змагалися за висунення кандидатом на президентські вибори від Демократичної партії. Історично Північна Кароліна вважається республіканським штатом. Увечері 6 травня Обама здобув 56% голосів делегатів у цьому штаті й переміг сенатора Х.Клінтон. Після цього усі коментатори погодилися, що змагання за номінацію кандидата від Демократичної партії закінчилося саме тоді. Аналіз промови, виголошеної в ніч цієї перемоги, дає можливість детально розглянути риторичну концепцію кампанії Барака Обама. Саме відтоді змінюється тональність риторики кампанії Обама, в основному через те, що Обама фактично відмежовується від свого опонента – сенатора-республіканця Джона Маккейна. Важливість цієї промови полягає також і в тому, що Обама концентрується тут на новому дискурсі своєї кампанії, спрямованому виключно на перемогу у президентській кампанії.

Обама розпочав свою промову, привітавши сенатора Клінтон з перемогою в штаті Індіана, знову й знову повторюючи концепції ідеологічної нейтральності. Він також відзначив, що Клінтон була обізнаним і принциповим конкурентом, а її політична компетенція

зробила попередні перегони одними з найважчих у виборчій історії. Особливо цікавим є вступ до промови, в якому він звертається до прихильників Клінтон, щоб вони розглядали перемогу Обама як перемогу Демократичної партії, і прагне заручитися їх підтримкою в президентських перегонах. Обама змінює тактику з метою завоювання прихильників Клінтон. На початку промови Обама висловив захоплення опонентом, а потім звернувся до американських виборців: “Сьогодні багато “мудреців” заявили, що наша партія розділена невідворотно, що прихильники сенатора Клінтон не будуть підтримувати мене, а мої прихильники не будуть підтримувати її. Так от, я прийшов сьогодні увечері сюди, щоб сказати вам, що я не вірю в це. Так, кожна сторона дуже сильно бажає, щоб переміг її кандидат. Але, врешті-решт, ця кампанія не стосується Хіларі Клінтон, Барака Обама чи Джона Маккейна. Ці вибори стосуються американського народу і чи буде в нас президент і партія, що можуть вести нас у світліше майбутнє” [10].

Відкинувши внутрішньопартійну риторичку, Барак Обама окреслив спільну мету для всіх виборців Демократичної партії – завершити перебування республіканців у виконавчій владі. Далі він наголошує: “Ми не можемо дозволити собі дати шанс Джону Маккейну продовжити третій термін Джорджа Буша” [10]. Така заява особливо важлива, тому що вона сигналізує про зміну політичного дискурсу Обама – його єдиною метою як кандидата в президенти від Демократичної партії стає створення стійкого контрасту між ним і його опонентом від республіканців. Відзначаючи свою перемогу над Хіларі Клінтон як перемогу всіх прихильників демократів, Барак Обама проголошує необхідність партійної консолідації.

Тема консолідації демократів проходить через усю промову і також очевидна в багатьох наративах, в яких Обама описує важке становище представників середнього класу в Америці. Досить чітка картина починає формуватися, коли він говорить про економічні труднощі жінки з Індіани: “Я зустрів жінку в Індіані, яка щойно втратила роботу, пенсію, медичну страховку, коли завод, на якому вона працювала все життя, закритися, і вона не може дозволити собі ще чотири роки терпіти податкові пільги для корпорацій, якій створюють робочі місця за кордоном. Вона вимагає від нас надавати податкові пільги компаніям, що створюють нові робочі місця на території Сполучених Штатів Америки, що допоможуть їй оплачу-

вати продукти, ціни на які зростають з небувалою швидкістю, а також бензин та навчання. Саме тому я змагаюся за пост президента Сполучених Штатів Америки” [10].

Місце де став можливим такий наратив риторично важливе з двох причин: 1) Індіана – це штат, де Обама програв попередні вибори Хіларі Клінтон і описуючи важке становище жінки з цього штату, він демонструє всеосяжну турботу про важке становище кожного американця; 2) описуючи боротьбу виборця з Індіани, Обама показує себе скромним кандидатом, який заради турботи і переживань за виборців ставить себе вище за політичні розбіжності та свою поразку в цьому штаті.

Стратегія повторів дуже чітко прослідковується в його наступних наративах. Однак мета кожного наратива – висвітлити існуючі проблеми. У наступній розповіді Обама озвучує життєву необхідність реформ у галузі охорони здоров'я та податкової системі. Для емоційного підсилення впливу розповіді політик продовжує використовувати таку ж структуру речень, що і в попередній історії: “Студент коледжу, якого я зустрів у штаті Айова, який працює в нічну зміну після цілого дня навчання і не може оплатити медичні рахунки сестри, котра хворіє, тому що вона не може дозволити собі ще чотири роки медичного страхування, яке турбується виключно про здорових і багатих; і це дозволяє страховим компаніям дискримінувати і відмовляти в покритті тим американцям, які найбільше потребують цього... Саме тому я змагаюся за пост президента Сполучених Штатів Америки” [10].

Наступний наратив у цьому ряді відрізняється від решти розповідей. У ньому Обама звертається до болючої проблеми війни з тероризмом, використовуючи інклюзивну риторіку, щоб підкреслити колективістський підхід до вирішення проблеми: “Мати з штату Вісконсін, яка дала мені браслет з ім'ям її сина, якого вона втратила в Іраку, родини, які моляться за повернення своїх рідних додому, герої, які третій, четвертий і п'ятий раз виконують свій обов'язок – вони не можуть дозволити собі ще чотири роки війни, яка ніколи не повинна була бути дозволена і ми ніколи не повинні були її вести. Вони не бажають бачити ветеранів, які роками не можуть отримати виплати по інвалідності чи мають їздити довгий шлях і витрачати багато часу, щоби тільки отримати лікування. Вони вимагають від нас закінчити війну, яка не робить

нас захищеними. Вони потребують від нас турботи і поваги, на які вони заслуговують. Саме тому я змагаюся за пост президента”[10].

Завершальний наратив у цій промові подібний до вступного наратива, де Обама розповідає про жінку, яку він зустрів у штаті Індіана. Тут Обама звернувся до історії чоловіка з Пенсільванії, який важко переживає через втрату роботи. Як і в першому наративі події відбуваються в штаті, де Обама програв номінування від Демократичної партії. Важливість виграшу праймеріз у штаті Пенсільванія свідчить рішення Обами виголосити довгоочікувану промову в Філадельфії майже за місяць до голосування за номінування від Демократичної партії. Описуючи біди та проблеми американських виборців, Обама відмежував себе від політиків із Вашингтона і поставив себе разом зі своєю аудиторією, створюючи картину спільноти, яка демонструє як разом можна вирішити складні проблеми країни.

Протягом кампанії за номінацію від Демократичної партії Обама використовував особисті наративи та архетипових героїв, щоби незвичним чином вразити почуття американських виборців. Його прихильники вважають стиль виступів свого кандидата натхненним і потужним. Використання різноманітних розповідей у промовах вирізняло його стиль від норм політичної риторики і відповідало його ідеї необхідності реальних змін.

Як відомо, Хіларі Клінтон і Джон Маккейн піддавали різкій критиці риторичний стиль Обами стверджуючи, що його красномовність насправді мало придатна для вирішення насущних проблем. Критика стилю Обами найкраще проявилася в рекламній кампанії Маккейна. У відповідному ролику “Любіть Америку” Джон Маккейн прямо атакує риторичний стиль Барака Обами у фразі: “Я не йду у Вашингтон, щоб завоювати нагороду Містер Конгеніальність; я йду у Вашингтон, щоб служити моїй країні”[8, с.422]. Барак Обама зробив спробу відкинути назавжди ці звинувачення у своїй промові з нагоди обрання його кандидатом від Демократичної партії, використовуючи наративи, які експліцитно продемонстрували розуміння проблем політики, а також розкритикував сенатора Маккейна за нерозуміння невдоволення та проблем американських виборців.

Третя промова знаменує закінчення передвиборчої кампанії Барака Обами та обрання його кандидатом від Демократичної

партії. У цій промові, виголошеній 28 серпня 2008 року Обама попередньо готується для президентських переговорів, використовуючи архетипові образи з метою відмежування від свого республіканського опонента, сенатора Джона Маккейна. У ній зокрема розкривається заздалегідь спланована спроба Обами демонізувати Маккейна та його політичну партію. Ця промова є особливо важливою для розуміння його риторики напередодні дня виборів, тому що в ній Обама вперше однозначно звинуватив сенатора Маккейна та його консервативну ідеологію за соціальні та економічні труднощі, які завдають страждань громадянам Америки. Найважливішим, на наш погляд, є те, що проаналізовані наративи розкривають чітко визначених протагоністів та антагоністів, що допомагає драматизувати промову, чітко представляючи власне риторичне бачення.

86 — Історія політичного та особистого успіху також слугує антитектичним наративом, щоб підкреслити відмінності між Обамою та його опонентом сенатором Маккейном. На відміну від попередніх наративів, історії викладені у цій промові, прямо критикує провальну політику президента Дж.Буша та Республіканської партії. Обама встановлює чіткий зв'язок між Маккейном та провальною республіканською адміністрацією. При цьому створюються два архетипові характери у всіх розповідях, позиціонуючи себе як рятівника, а свого опонента як лиходія. Тобто, Обама готує ґрунт для президентської кампанії, інтерпретуючи будь-які звинувачення у відсутності лідерських задатків. Перший наратив сфокусований на спробі Обами підкреслити суперечливі проблеми голосувань Маккейна: “Правда полягає в тому, що з приводу питань, які можуть внести зміни в життя – охорона здоров'я, освіта та економіка – сенатор Маккейн виступав будь-ким, але не самостійним політиком. Він говорив, що наша економіка відчула “великий прогрес” із цим президентом. Він говорив, що основи економіки стабільні проте, коли один з його головних радників – людина, яка написала його економічний план – говорив про тривогу, яку відчують американці, він сказав, що американці страждають “реcesією розуму” і що ми стали, я цитую, “нацією скигліїв”.

“Нація скигліїв?” Скажіть це гордим автобудівникам на заводі в Мічигані, які, коли дізналися, що завод може бути закритий, продовжували приходити на завод і працювати як завжди, тому

що усвідомлювали, що є люди, які потребують запчастини, що виготовляє завод. Скажіть це сім'ям військових, які мовчки несуть свій тягар і спостерігають як їх рідні відправляються втретє, вчетверте чи вп'яте виконувати свій обов'язок. Вони не скиглії. Вони наполегливо працюють, дають віддачу і продовжують рухатися вперед і не висловлюють скарг. Це американці, яких я знаю" [11].

У цій частині промови Обама розпочинає з того, що відкрито вказує на недоліки в образі Маккейна, який одягнув маску незалежного політика. Маккейн та його радники створили образ політика-індивідуаліста, який кинув виклик партійній політиці. Обама ж ставить під сумнів таке твердження, вказуючи на факти, що свідчать про голосування Маккейна на підтримку пропозицій Джорджа Буша у 90 випадків зі 100. Крім того, він використав коментар одного з радників Маккейна, який мав необережність невдало висловитися з приводу тривоги американців щодо економічної рецесії, для підсилення образу свого опонента, як черствого політика, який не цікавиться насущними проблемами американських виборців. Обама зробив Маккейна лиходієм і показав, що тільки він спроможний подбати про американський народ.

Риторичні запитання на початку вказують на абсурдність тези радників Маккейна про американців як "скигліїв". На противагу, робітники автозаводу в Мічигані зображуються як герої, які наполегливо і самовіддано працюють. Наступний наратив також зображує Обаму як справжнього політичного індивідуаліста, який кидає виклик статус-кво для постійного вдосконалення прав робітників. Обама вдало використовує характерні риси кампанії Маккейна, завдяки яким він вибудував свій політичний образ. Він продовжує критикувати Маккейна, показуючи чітку дихотомію між ідеологічним сприйняттям економічного успіху двома кандидатами: "Зараз я не вірю, що сенатор Маккейн не звертає уваги на життя американців. Я думаю, що він не знає. Тоді чому він вважає що середній клас в Америці заробляє трохи менше 5 мільйонів доларів на рік? Як він може пропонувати мільярди доларів податкових пільг для великих корпорацій та нафтових компаній, але не пропонує жодного пенні податкових знижок для 100 мільйонів американців? Як він може пропонувати медичне страхування, яке фактично буде оподатковувати пільги людей, чи освітній план, який навіть не передбачає допомоги сім'ям в оплаті навчання в колед-

жах, чи план, який приватизує соціальне страхування і піддаватиме ризику вихід на пенсію?»[11].

Барак Обама використовує тут риторичні запитання з метою підкреслення абсурдності поглядів Маккейна на економічний успіх. Наголошуючи на ці вульгарні неправильні уявлення, Обама одночасно дає зрозуміти, що потрібно підтримувати середній клас. Використання риторичних запитань у наведеному наративі дає аудиторії відчуття автономії та свободи в тому, що вона може зрозуміти, усвідомити правильність аргументів Обами. Як вважають Р.Роуланд і Дж.Джонс використання риторичних запитань у наративі потенційно приводить аудиторію до віри в те, “що Обама впевнений в розумінні аудиторії і це сприяє йому у створенні менш загрозливого політичного образу” [12, с.130].

88 — Таким чином, проведений аналіз засвідчив чітку зміну риторики у дискурсі Обами після обрання президентом США стосовно використання наративних елементів. У передвиборчих промовах Обами використовуються чітко визначені образи, які формуються на основі загальних архетипових характеристик. Обама також немов би зіштовхує образи протагоністів та антагоністів, зазвичай, характеризуючи їх як “героїв” і “лиходіїв”. Герої та лиходії в його історіях наділялися специфічними рисами та мотивами, і це дозволяло головному кандидату від демократів чітко висвітлювати теми протистояння добра та зла. Такий символізм у виступах майбутнього американського президента давав аудиторії Обами уяву про головних героїв, яких можна було ідентифікувати з більшістю простих американців. Однак, на противагу передвиборній риторичі, його промови після обрання на пост президента не вирізнялися такими характеристиками, внаслідок чого вони втратили власне драматичний елемент.

Джерела та література:

1. Кобзева О.О. Структура та функції політичного наративу «вибори президента» / Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2008. – № 38. – С. 161-165.
2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер. – 656 с.
3. Шейгал Е.И. Многоликий нарратив // Политическая лингвистика. –2007. – Вып. 22 (2). – С. 86-93.

4. Bormann, E. (1982). Fantasy and rhetorical vision: Ten years later. – *Quarterly Journal of Speech*. – № 68(3). – P. 288-305.
5. Fisher, W. (1984). Narration as a human communication paradigm: The case of public moral argument. – *Communication Monographs*. – № 51(1). – P. 1-22.
6. Hammack, P. (2010). The political psychology of personal narrative: The case of Barack Obama. – *Analysis of Social Issues and Public Policy*. № 10(1). – P. 182-206.
7. Jenkins, K., & Cos, G. (2010). A time for change and a candidate's voice: Pragmatism and the rhetoric of inclusion in Barack Obama's 2008 presidential campaign. – *American Behavioral Scientist*. – № 54(3). P. 184-202.
8. Renshon, S. (2008). Psychological reflections on Barack Obama and John McCain: Assessing the contours of a new presidential administration. – *Political Science Quarterly*. – № 123(3). – P. 391-433.
9. Obama, B. (2008, March 18). A More Perfect Union Speech. [Transcript]. *American Rhetoric*. – Retrieved from <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobamaperfectunion.htm>
10. Obama, B. (2008, May 6). North Carolina Primary Night. [Transcript]. *Best Speeches of Barack Obama*. – Retrieved from <http://obamaspeeches.com/E08-Barack-Obama-North-Carolina-Primary-Night-Raleigh-NC-May-6-2008.htm>
11. Obama, B. (2008, August 28). Democratic Party Nomination Acceptance Speech. *American Rhetoric*. – Retrieved from <http://www.americanrhetoric.com/speeches/convention2008/barackobama2008dnc.htm>
12. Rowland, R., & Jones, J. (2011). One dream: Barack Obama, race, and the American dream. – *Rhetorical and Public Affairs*. – № 14(1). P. 125-154.