**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ**

**«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання

Форма навчання заочна

Кафедра української, іноземних мов та перекладу

**Допускається до захисту**

Завідувач кафедри\_\_\_\_\_\_\_проф. Бобух Н. М.

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему: **«Лексико-семантичні особливості перекладу сучасного англомовного політичного дискурсу»**

*спеціальності 035 «Філологія»*

*освітня програма 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно)», перша – англійська»*

Виконавець роботи: Кришталь Аліна Михайлівна

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Іщенко В.Л.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рецензент: к. філол. н., доц. Стороха Б.В.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(підпис, дата)

**Полтава –** **2021**

|  |  |
| --- | --- |
| Затверджую | Погоджено |
| Зав. кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  проф.Бобух Н. М. | Науковий керівник \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  к. філол. н., доц. Іщенко В.Л. |
| «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ р. | «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ р. |

План

кваліфікаційної роботи магістра

*спеціальності 035 «Філологія», освітня програма 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно)», перша – англійська»*

Кришталь Аліни Михайлівни

на тему  **«Лексико-семантичні особливості перекладу сучасного англомовного політичного дискурсу»**

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

1.1. Основні засоби реалізації комунікативної ефективності мови у сучасній прагматичній лінгвістиці

1.2. Характеристика політичного дискурсу

1.3. Політичний дискурс як об’єкт лінгвістичного аналізу

1.4. Політичний дискурс як об’єкт наукових розвідок

1.5. Мовні реалії в політичному дискурсі

1.5.1. Суспільно-політичні реалії

1.5.2. Військові реалії

1.5.3. Економічні реалії

1.5.4. Спортивні реалії

1.5.5. Історичні реалії

Висновки до 1 розділу

РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

2.1. Мовні засоби впливу у сучасному англомовному політичному дискурсі

2.2. Особливості американського президентського дискурсу в інаугураційних промовах

Висновки до 2 розділу

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Студент(ка) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Кришталь А.М.

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

ЗМІСТ

ВСТУП . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . …………………...5

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ. . . . . . .. . . . . . . . . . . . . . . . . …. . 9

1.1. Основні засоби реалізації комунікативної ефективності мови у сучасній прагматичній лінгвістиці…………………………………………………….……9

1.2. Характеристика політичного дискурсу……………………...…………......15

1.3. Політичний дискурс як об’єкт лінгвістичного аналізу…………………....21

1.4. Політичний дискурс як об’єкт наукових розвідок…………………….…...26

1.5. Мовні реалії в політичному дискурсі……………………….…….………...32

1.5.1. Суспільно-політичні реалії………………………………………..41

1.5.2. Військові реалії….... . . . . . . . . . . . . . . . …………………………. 45

1.5.3. Економічні реалії…………………………. . . . . . . . . . . . . . . ….. . . 45

1.5.4. Спортивні реалії………… . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . …. . . . . 45

1.5.5. Історичні реалії……………………………………………………46

Висновки до 1 розділу . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . …. .. 46

РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ. . ………………………………………………………………………50

2.1. Мовні засоби впливу у сучасному англомовному політичному дискурсі. . .. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . 50

2.2. Особливості американського президентського дискурсу в інаугураційних промовах . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .. . . . . . . . . . . . . ….. 57

Висновки до 2 розділу . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . …... . . . . . 80

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ . . . . . . . . . . .. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ….. . . . 83

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . …… . 86

**ВСТУП**

Проблема ефективності мовної комунікації і мовного впливу є багатогранною і надзвичайно актуальною в сучасній науці: лінгвістиці, соціології, психології, риторики та філософії. Багато в чому це пов’язано з інтенсивним і екстенсивним розвитком політичних, економічних і міжкультурних відносин в сучасному світі, а також з прагненням сучасного суспільства до вдосконалення і розвитку ефективності людської діяльності в усіх галузях.

Ефективне мовне спілкування має особливе значення, коли люди використовують мову для соціально значущих цілей, і в першу чергу, в політиці і дипломатії. Ораторський стиль мови викликав зацікавленість вчених протягом багатьох років, від античних часів до сьогодення. Дослідження політичного дискурсу диктується специфікою й гостротою перебігу сучасних суспільно-політичних подій у міжнародному політичному просторі, в якому діє система механізмів і технологій спілкування, впливу на адресанта. У сучасному політичному дискурсі виявляється потужний інструментарій прийомів і засобів мовленнєвого впливу. В умовах сучасної України, де до порівняно недавнього часу виступ оратора, як відомо, зводилося до озвучення суто письмових текстів, роль політичного виступу набуває особливо важливого значення.

**Актуальність теми*.*** Наявність низки робіт, пов’язаних з дослідженням політичного дискурсу, говорить про високу актуальність вивчення багатьох його аспектів. (дослідження Дж. Лакоффа, Т. ван Дейка, Р. Блакара, Р. Водак, Є. Чернявської, О. Шейгал, А. Чудінова, А. Баранова, Ю. Караулова, В. Карасіка, В. Дем’янкова, О. Іссерс, Л. Нагорної, А. Бєлової, Г. Почепцова, Л. Синельникової, Л. Славової Серед робіт з цієї проблеми можна назвати праці Т.А. ван Дейка, Р. Барта, Ю. Хабермаса. Дискурс політики з погляду лексико-семантичних і синтактико-стилістичних особливостей досліджували українські вчені: Г. Жуковець, О. Зернецька, Н. Кондратенко, Л. Нагорна, К. Серажим, О. Фоменко. Багато дослідників підкреслюють особливе значення вербальної комунікації в політичній сфері. Зокрема, є необхідність вивчення засобів встановлення і підтримання комунікативного контакту в умовах міжкультурного політичного спілкування, які до теперішнього часу були досліджені дуже мало. З нашої точки зору, особливої актуальності тема політичного спілкування набуває в світлі мультикультурної комунікації. Відомо, що правила і особливості мовної комунікації, характерні для носіїв мови однієї країни, можуть бути неприйнятні для носіїв мови іншої країни. Таким чином, вибір лексико-семантичних особливостей мови англомовних політичних діячів як **предмет** дослідження видається виправданим.

**Об’єктом** дослідження є англомовний політичний дискурс.

**Метою** дослідження є опис лексико-стилістичних засобів організації англомовного політичного дискурсу (на матеріалі британського та американського варіантів англійської мови). Відповідно до мети були поставлені наступні конкретні завдання.

- розглянути теоретико-методологічні та концептуальні засади вивчення

англомовного політичного дискурсу;

- дати класифікацію видів англомовного політичного дискурсу;

- описати лексико-семантичні особливості мови британських політиків;

- дати порівняльний аналіз лінгвістичних особливостей політичних

виступів (на матеріалі промов британських і американських політиків);

**Методологічну основу** дослідження склали основні положення теорії комунікації, теорії дискурсу, функціональної стилістики та прагматичної лінгвістики.

В ході дослідження були використані наступні методи:

- критичний аналіз концепцій вітчизняних і зарубіжних вчених з

досліджуваної проблеми;

-лінгвістичний аналіз письмових і усних джерел політичної мови (на матеріалі британського та американського варіантів англійської мови;

-аудиторські аналіз із залученням носіїв британського та американського варіантів англійської мови,

- метод аксеологічного шкалювання;

-елементарні прийоми кількісної обробки експериментального матеріалу.

**Матеріалом** для дослідження слугували аудіо та відео записи інавгураційних промов американських президентів, для дослідження використано тексти з вживанням історичних і суспільно-політичних реалій в промовах суспільно-політичного жанру з англомовних інтернет-сайтів americanrhetoric.com і presidentialrhetoric.com, що представляють собою велику колекцію публічних виступів американських політиків.

**Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що у роботі вперше проводиться аналіз лексико-семантичних характеристик політичної англійської мови. Крім того, у дослідженні вперше аналізується межваріантна національно-культурна специфіка політичного дискурсу. Представлені нові дані про специфіку сприйняття політичної мови про характер оцінки комунікативної ефективності англомовної політичної промови, а також про способи підвищення комунікативної ефективності мови.

**Теоретичне значення** роботи полягає в тому, що в ній подається докладний опис експресивного використання лексико-семантичних засобів організації політичного дискурсу з точки зору надання мовного впливу на аудиторію. Тому, висновки і спостереження роботи вносять певний вклад в розвиток теорії комунікації, теорії дискурсу. Теоретичне значення роботи полягає також у розвитку методу аксеологічного шкалювання стосовно вивчення текстів політичних промов. Практична цінність результатів роботи полягає в можливості використання зроблених висновків при підготовці усних презентацій, текстів доповідей і промов політичного характеру. Дані дослідження можуть бути використані у викладанні фонетики, лексикології, стилістики, риторики британської та американської англійської.

**Структура роботи** обумовлена метою і завданнями дослідження, яке складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. У вступі визначаються предмет і об’єкт дослідження, формулюються основна мета і завдання дослідження, обґрунтовуються його актуальність і наукова новизна, значення його результатів в теоретичному і практичному планах, викладаються основні гіпотетичні положення дослідження, а також дається загальна характеристика структури роботи.

У першому розділі «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ» представлено аналіз теоретичних положень і концепцій з питань міжкультурної комунікації, мовного впливу, соціологічного і прагмалінгвістичних аспектів комунікативної ефективності мови, взаємодії вербальних і невербальних засобів комунікації.

Другий розділ «ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ» присвячено аналізу основних лексико-семантичних характеристик англійської публічної політичної мови. Відповідно до проблематики дослідження в розділі розглядаються питання теорії дискурсу, політичної термінології, лексико-семантичних особливостей публічних промовах.

Кожний розділ закінчується висновками. Загальний обсяг роботи - 90 сторінок, з них – 85 текст роботи.

**РОЗДІЛ 1**

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ**

**1.1. Основні засоби реалізації комунікативної ефективності мови у сучасній прагматичній лінгвістиці**

Термін «комунікація» (лат. «communicatio» – роблю загальним, пов'язую) з'являється у науковій літературі на початку XX століття. В наш час він інтерпретується як: а) засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального і духовного світу, б) спілкування – передача інформації від людини до людини, в) передача та обмін інформацією в суспільстві з метою впливу на нього. [3, c. 4]. У житті людини процеси спілкування, комунікації відіграють надзвичайно важливу роль. Кожне нормальне існування супроводжується комунікативним процесом. Комунікація настільки тісно увійшла в наше життя, що ми не помічаємо її присутність доти, доки вона функціонує бездоганно та безпроблемно. І саме тому комунікація стала явищем, що привертає увагу фахівців у різних галузях знань: філософії, психології, лінгвістики, соціології, культурології, та ін. [1]. На ранній стадії розвитку суспільства людина застосовувала різні засоби комунікації і зв'язку. Людина, як соціальна істота постійно прагнула взаємодіяти з іншими людьми. Через відстані, що існували між людьми, виникла потреба інтенсифікувати передачу інформації, долаючи простір. Мова йшла про здійснення зовнішніх публічних масових комунікацій, що реалізувалися б шляхом переміщення суб'єктів комунікації в зовнішню віддалену комунікативну середу. Однією з причин, що викликали прагнення до здійснення таких комунікацій, було бажання розширити сферу функціонування і розвитку системи обміну інформацією, а в подальшому і предметами матеріального виробництва. У Стародавній Греції та Римі відносини із громадськістю складали органічну частину системи управління суспільством. Пізніше в Америці завдяки активним комунікаціям із громадськістю люди почали управляли громадською думкою. Розпочались активні виступи в пресі, публічне поширення ідей перед аудиторією. У подальшому для інтенсифікації комунікацій виникла потреба у винаході засобів зв'язку, які дозволили б здійснювати необхідні комунікації і без публічного зіткнення. Так, через систему знакових сигналів комунікації стали здійснюватися на відстані. Для збільшення відстані, в межах якої необхідно було встановити цільові разові комунікації використовувалися такі індивідуальні засоби комунікації як гонець, посильний. З метою ж розширення сфер дистанційних комунікацій та перетворення їх у масові був винайдений поштовий зв'язок, який забезпечував досить масовий адресний зв'язок між сполученими елементами суспільної системи. У зв'язку з тим, що в такій системі фаза комунікативного обміну інформацією досить велика, актуальність одержуваної інформації часто зменшувалася, а то й зовсім зникала, а тим більше інформація, що отримується через зворотний зв'язок, втрачала актуальність, що й робило цю систему комунікативних зв'язків недосконалою, досить аморфною, а комунікативний процес не результативним [5]. Телеграф, винайдений в XIX столітті, ознаменував початок нової ери масових дистанційних непублічних комунікацій. Зі створенням системи телеграфних комунікацій тисячократно підвищилася швидкість комунікацій, а головне різко зросло число учасників комунікативних взаємозв’язків – 8 комунікантів. З винаходом радіо і впровадженням його в глобальну мережу комунікативна швидкість передачі інформації в комунікативному обміні досягла швидкості світла, а головне – інформація та цей засіб комунікації стали масовими. Загальна телефонізація урбанізованих регіонів практично в сотні разів збільшує пропускну здатність інформації, а логічно чинить вплив, що відповідно у стільки ж разів підвищує інтенсивність комунікацій. Урахування мобільних властивостей (нестаціонарність, бездротовість) телефонних апаратів принаймні ще в 5-6 разів збільшує цю можливість. Телебачення, відразу ставши масовим явищем, зробило новий прорив у швидкості передачі інформації масової аудиторії та пропускної здатності каналу комунікації в 550 тисяч разів порівняно з телеграфом. Різко збільшився й обсяг інформації, що передається від джерела комунікації до реципієнта комунікативної системи. Зворотній зв'язок від реципієнта до джерела інформації здійснюється через систему листів, телеграм, телефонних дзвінків, факсів, надходить на телебачення. Інтерактивне телебачення перетворило даний канал передачі інформації в повноправну мережу двосторонніх інтенсивних комунікацій. Цей етап розвитку людства відповідно до теорії про „global village“ знаменує кінець ери Гутенберга, хоча у всіх подальших періодах розвитку людства книгодрукування продовжує відігравати величезну роль у розвитку людської культури [4, с. 317-318]. До недавнього часу комп'ютери були персональним засобом обробки і аналізу інформації. Сьогодні, з включенням в глобальну інформаційну мережу Internet, комп'ютери стали найпотужнішим інструментом включення в систему масових комунікацій. Пізніше комунікація виділяється як засіб актуалізації людської думки. У взаємодії індивід приймає на себе роль іншого, а накопичений людством досвід стає загальновідомим і доступним. Масова комунікація представлялася тоді у вигляді спілкування комунікатора і аудиторії, які надають комунікативній інформації такий самий зміст [5]. 9 Таким чином, історія розвитку комунікацій зазнала трьох основних комунікаційних революцій: 1) винахід писемності; 2) виготовлення друкованого верстата; 3) впровадження електронних мас-медіа. Найбільш активно процеси спілкування почали вивчатися з другої половини XX століття. Так, у 1950-1960-і роки найбільший науковий інтерес викликали способи формалізації повідомлення, його кодування і декодування, передача інформації від адресанта до адресата. Ці дослідження йшли в рамках нових тоді наук: кібернетики та інформатики. Спілкування в них розглядалося як односторонній інформаційний процес, в якому найбільшу увагу приділяли способам формалізації повідомлення, а більша частина визначень спілкування зводилася до ідеї передачі інформації від автора до адресата. У 1960-1970-ті роки різні аспекти процесу спілкування зацікавили психологів і лінгвістів, які основний акцент зробили на психологічних та соціальних характеристиках спілкування, семантичній інтерпретації комунікативних актів, правилах та особливостях мовної поведінки. Спілкування тепер визначається як ділові або дружні взаємини, обмін думками за допомогою мовних знаків. Свою увагу дослідники при цьому зосередили на психологічних характеристиках та особливостях учасників спілкування, але майже не зверталися до аналізу механізму спілкування. В цей час комунікація ототожнюється із мовленнєвою діяльністю, що в свою чергу розглядається як один з аспектів мови, який виділяється поряд з мовною організацією і мовною системою. У психології мовленнєва діяльність в цей час трактується як вид діяльності, разом з трудовою, пізнавальною тощо. Таке розуміння прийнято в психологічній концепції, згідно з якою мовленнєва діяльність психологічно орієнтована, тобто характеризується мотивацією, цілеспрямованістю і реалізується в «мовних діях», що являють собою безліч мовленнєвих операцій. Починаючи з 70-х років мовна діяльність отримує більш вузьку інтерпретацію у 10 психолінгвістиці. Це – вид діяльності (швидше навіть система мовних дій), основний мотив якої пов'язаний з виробництвом самої мови. У 1980-ті роки різні способи спілкування стали вивчатися соціологами, які займалися аналізом соціальної сутності спілкування, яке розумілося як наслідок закономірностей функціонування суспільства, взаємодії його членів, становлення і розвитку особистості, організацій, громадських інститутів. Тоді ж з'явився логіко-семіотичний та культурологічний інтерес до спілкування, який задовольнявся в рамках соціо- та психолінгвістики. У межах цих наукових напрямків стало можливим зв'язати комунікативний акт з особистістю учасника спілкування, зрозуміти спілкування як феномен того чи іншого типу культури. Яскравими представниками цього періоду були Дрідзе Т.М., Кісєльова Л.А., Кольцова В.А., Т. ван Дейк, Сорокін Ю.А. Співак Д.Л, Хабермас Ю., Луман Л. та інші. Проривом дослідження комунікації в ті роки стали численні теорії комунікативних актів. 90-ті роки стали апогеєм розвитку теорій комунікації. Такі відомі лінгвісти як Арутюнова Н.Д., Бахтін М.М., Макаров М. Л., Карасік В.І. дуже тісно пов’язують та розглядають комунікацію у дискурсивному аспекті. З’являється наука «комунікативістика». Вона вивчає систему засобів і комунікативних функцій масової інформації. У силу «молодості», вона не має єдиної стабільної назви та іменується по-різному: «наука про комунікацію в різних соціальних сферах», «напрям теоретичних досліджень засобів масової інформації та масової культури», «комунікологія», «наука про сучасний стан комунікативного простору» тощо [2, c. 88]. Цей етап дослідження комунікації відзначається тим, що він звертається до законів ефективної комунікації, які і в нових умовах визначають якісні показники інформаційних зв'язків і комунікативних відносин. Таким чином, еволюція визначення комунікації відбувалась разом становленням ролі та статусу, характерним для цього явища у суспільстві. Окрім історичних та соціальних змін на визначення цього феномену впливають також особливості, які притаманні спілкуванню. Постійна присутність комунікації у повсякденному житті та той факт, що ми стикаємось вочевидь та усюди з феноменом, що ми позначаємо «комунікацією», значно обтяжують його визначення у теоріях комунікації [6, с. 13]. Так, комунікація відзначається деякими властивостями, що утруднюють її чітке визначення [7, с. 15]. Основні положення представлені нижче та вказують на ті особливості, що притаманні складному цьому явищу, які ускладнюють його теоретичний аналіз та дефініцію: - Повсякденність: Комунікація може бути розпочата будь-ким та будь-коли з найменшими затратами зусиль. Процес комунікації легко сприймається та засвоюється, і для тих, хто його практикує, він здається порівняно безпроблемним. Через цю повсякденність комунікації виникає необхідність введення повсякденних, доступних понять у наукову термінологію, якою користуються теорії комунікації. Це ускладнює точне визначення цього феномену та наближує його дефініцію до трактовки будь якого повсякденного комуніканта. - Універсальність: Комунікація проникає у всі сфери людського буття. Отже, межі визначення цього поняття не можуть бути чітко окреслені. Оскільки наука про комунікацію обслуговує інші науки, вона має більш ширший спектр питань, ніж будь яка інша. Отже, чітке визначення комунікації має на меті теоретичне обмеження сфери використання цього суспільного явища. - Мінливість: Комунікація, безумовно, розглядається у сучасних теоріях як процес. Це означає, що предметом дослідження не можна вважати кінцевий продукт, що зазвичай піддається спокійному опису та аналізу. При дослідженні процесу виникають труднощі, що пов’язані, з невідомістю про подальший хід, можливі зміни та кінцевий результат. Тобто опис та визначення комунікації як процесу може бути виконаний лише частково, а саме для тієї його частини, що в даний момент є об’єктом дослідження. - Відносність: В процесі комунікації беруть участь декілька елементів, значення, ролі та функції яких можуть бути у ході цього процесу 12 частково або кардинально змінені. Комунікація відбувається «між» цими елементами, і, здавалося, не складно визначити час та місце. Проте при більш глибокому аналізі дуже важко встановити місце проведення комунікації під час телефонування, час її проведення під час отримання та засвоєння інформації при обміні листами, ролі комунікантів під час читання книги померлого автора різними поколіннями тощо. Отже, на визначення комунікації впливає також комунікативна ситуація всього комунікативного простору, тобто – співвіднесеність учасників, місця та часу її проведення. - Гетерогенність: Комунікацією позначають як у повсякденній мові так і у фахових мовах різних наук зовсім різні процеси, які відрізняються поміж іншого відносно її учасників: іноді це люди (під час короткої бесіди), іноді технічні прилади (мережа комп’ютерів), іноді тварини, а іноді органи людського організму (нервові клітини). Тому і відповідь на питання «що є комунікація?» звучить відповідно по-різному у науках. Вже три десятиліття тому було відомо більше 160 визначень терміна «комунікація». На сьогодні, це, звичайно, не остаточна кількість. До вищеперерахованих властивостей слід додати ще одну: - Самовіднесеність: якщо ми у повсякденні або як науковці говоримо про людську комунікацію, то це принципово відрізняється від предмету розмов або діяльності інших науковців: Адже відбувається комунікація про комунікацію, тобто ми користуємося метакомунікацією. Те, що ми робимо, по суті є складовою частиною того, про що ми говоримо, тобто комунікації притаманна самовіднесеність, що і відрізняє теорію комунікації наряду з лінгвістикою від інших наук [6, с. 15].

**1.2. Характеристика політичного дискурсу**

Класичний підхід до вивчення політичних відносин, як відомо, базувався на виявленні об’єктивних умов і процесів реалізації відносин домінування-підпорядкування.

Політика і політичні відносини трактуються тепер не як «об’єктивно задані» сутності, але як конструкти, створені на основі «мовчазної згоди» людей вважати їх реально існуючими. Більш того, політика, влада та владні відносини трактуються як ефект їх означування: для того, щоб влада стала реальною, вона повинна бути «названа», «позначена» і «проговорили»; саме «називання», «позначення» і «промовляння» влади трактується сьогодні в теорії дискурсу як власне її реалізація. Свідомість, а саме мовний рівень свідомості реалізує і виявляє себе в дискурсі

Чіткого і загальновизнаного визначення «дискурс» не існує досі, проте слід відзначити широку популярність, набуту цим терміном в останній час. Дискурс став об’єктом міждисциплінарного вивчення. Крім теоретичної лінгвістики з дослідженням дискурсу пов’язані такі науки та дослідницькі напрями, як комп’ютерна лінгвістика і штучний інтелект, психологія, філософія і логіка, соціологія, антропологія та етнологія, літературознавство, семіотика, історіографія, теологія, юриспруденція, педагогіка, теорія і практика перекладу, політологія та іншы. Кожна з цих дисциплін підходить до вивчення дискурсу по своєму. Основна увага у цій роботі приділяється використанню поняття «дискурс» у лінгвістиці. Дискурс, що розуміється як текст, занурений у ситуацію спілкування, допускає безліч вимірів. З позиції прагмалінгвістики дискурс представляє собою інтерактивну діяльність учасників спілкування, обмін інформацією, надання впливу один на одного, використання різних комунікативних стратегій, їх вербальне і невербальне втілення у практиці спілкування [6]. Мовностилістичний аналіз дискурсу виділяє регістри спілкування, розмежовує усну та письмову мову в їх жанрових різновидах, вивчає характеристики функціональних стилів. З позиції формально або структурно орієнтованої лінгвістики дискурс визначається як мова вище рівня речення або словосполучення – «language above the sentence or above the clause» [5]. Лінгвокультурні вивчення дискурсу встановлюють специфіку спілкування у рамках певного етносу, визначають формульні моделі етикету і мовної поведінки в цілому [1, с. 5-20]. Соціолінгвістичний підхід до дослідження дискурсу передбачає аналіз учасників спілкування як представників різних соціальних груп і аналіз умов спілкування в широкому соціокультурному контексті. Цікавим поглядом на дискурс як концепт соціології на відміну від англійських і французьких досліджень є трактування дискурсу у німецькому мовному просторі, де «…дискурс розглядається не як сектор повсякденного мовлення, що розуміється сам собою, а як все написане і сказане на певну тему, що однозначно сприймається у певному соціальному просторі» [1, с. 5-20]. Всі вищезгадані підходи до розгляду поняття «дискурс» є взаємопов’язаними. Різні напрямки та методики аналізу дискурсу пояснюють існування великої кількості визначень даного поняття. Лінгвістичне розуміння дискурсу в зарубіжних дослідженнях неоднозначне. Виділимо декілька положень для визначення цього поняття: - еквівалент поняття «мова» у сосюрівському сенсі;

- одиниця, що більше ніж фраза, вислів у глобальному сенсі, те, що є предметом дослідження «граматики тексту»;

- вплив висловлювання на його одержувача і його внесення у «висловлювану» ситуацію (у рамках теорій висловлювання або прагматики);

- бесіда, що розглядається як основний тип висловлювання; - мова, що присвоюється мовцем, на противагу «розповіді», яка розгортається без експліцитного втручання суб’єкта висловлювання («бенвеністичний» дискурс);

- компонент протиставлення мови і мовлення (langue / discours) як, з одного боку, системи мало диференційованих віртуальних значень і, з іншого, як диверсифікації на поверхневому рівні, пов’язаної з різноманітністю вживань, властивих мовним одиницям;

- позначення системи обмежень, які накладаються на необмежену кількість висловлювань в силу певної соціальної або ідеологічної позиції; так, коли мова йде про «феміністичний дискурс» або про «адміністративний дискурс», розглядається не окремий приватний корпус, а певний тип висловлювань, властивих феміністкам або адміністрації; - висловлювання, що розглядається з точки зору дискурсного механізму, який ним керує, тобто текст, який визначається умовами його виробництва [3]. У широкому розумінні дискурс є комплексною комунікативною подією, що відбувається між мовцем, слухачем (спостерігачем та ін.) в процесі комунікативної дії в певному часовому, просторовому та інших контекстах. Ця комунікативна дія (КД) може бути мовленнєвою, письмовою, мати вербальні і невербальні складові, типовими прикладами якої є буденна розмова з другом, діалог між лікарем і пацієнтом, читання газети. У вузькому сенсі дискурсом є текст або розмова. Як правило, виділяють тільки вербальну складову КД і говорять про неї далі як про «текст» або «розмову». У цьому розумінні термін «дискурс» позначає завершений або триваючий «продукт» КД, його письмовий або мовленнєвий результат, який інтерпретується реципієнтами. Тобто дискурс у найзагальнішому розумінні – письмовий чи мовленнєвий вербальний продукт комунікативної дії. Дискурс як конкретна розмова про конкретні об’єкти в конкретній обстановці і в конкретному контексті пояснюється його і широким, і вузьким розумінням. Найчастіше окремий дискурс є когерентним смисловим блоком, що іноді охоплює різнопланові теми. Дискурс як жанр або піджанр може реалізовувати себе в певній сфері: «спортивний дискурс», «політичний дискурс», «науковий дискурс», «телевізійний дискурс» тощо. Дискурс як соціальна формація охоплює найбільш абстрактний зміст і відноситься до специфічного історичного періоду, соціальної спільноти або до цілої культури. Наприклад, «комуністичний дискурс», «буржуазний дискурс» або «організаційний дискурс». З точки зору формальної, функціональної та ситуативної інтерпретації дискурсом є встановлення кореляції «текст і речення» – «дискурс і висловлювання» [1]. Контекст як ознака дискурсу акцентує увагу дослідників на ситуації спілкування. Ситуативне розуміння дискурсу розкривається у визначенні дискурсу як зв’язного тексту в сукупності з екстралінгвістичними (прагматичними, соціокультурними, психологічними та ін.) факторами; як тексту, взятого в подієвому аспекті; як мовлення, розглянутого у якості цілеспрямованої, соціальної дії або компоненту, що бере участь у взаємодії людей і механізмах їх свідомості (когнітивних процесах). Вслід за В.Чернявською виділяємо два взаємодоповнюючі визначення дискурсу, що характеризують об’єкт нашого дослідження з позиції лінгвістики тексту. У першому трактування дискурс означає конкретну комунікативну подію, що фіксується у письмових текстах та усному мовленні та здійснюється у певному когнітивно і типологічно обумовленому просторі [4, с. 143]. Іншими словами, це текст плюс його навколотекстовий фон. З цієї точки зору дискурсивний аналіз сконцентрований на ступені і характері впливу екстралінгвістичного фону на формування тих чи інших мовних закономірностей. У такому розумінні дискурс не замінює повністю поняття «текст», він позначає комунікативний та ментальний процес, що призводить до певної формальної конструкції – тексту. У цьому випадку конкретні тексти складають емпіричну базу для опису дискурсу, що потребує включення опису комунікативно-когнітивних процесів, що призвели до створення цих текстів. У другому трактуванні під дискурсом розуміється сукупність тематично віднесених текстів: тексти, що об’єднуються у дискурс, так чи інакше сходять до однієї теми. Зміст дискурсу розкривається не одним окремим текстом, а інтертекстуально, у комплексній взаємодії багатьох окремих текстів [4, с.144]. З такої позиції, дискурс представляє собою комплексний взаємозв’язок багатьох типів тексту, що функціонують у межах однієї комунікативної сфери. Суттєво, що один дискурс, може конституюватись текстами різних типів, з іншого боку, тексти одного типу можуть виступати елементами різних спеціальних дискурсів. Обидва основних підходи не є принципово різними і несумісними, адже акцентують різні сторони одного й того ж пізнаваного явища. З точки зору першого визначення дискурс означає умови вдалої комунікації, продукування і сприйняття повідомлення. Це визначення не суперечить іншому, згідно якого дискурс – сукупність тематично віднесених текстів. Аналізуючи дискурс як змістовно-тематичну єдність текстів, варто характеризувати і комунікативно-прагматичні, соціальні умови, в яких функціонують ці тексти та обумовлюють їх тематичну єдність в тій чи іншій сфері комунікації. Таким чином, обидва підходи перебувають у відносинах взаємодоповнення один одного, і у практиці лінгвістичного аналізу дискурсу та репрезентованих в ньому текстів варто враховувати їх обидва. Безперервний пошук вітчизняних еквівалентів: дискурс, мовлення, тип мовлення, текст, тип тексту, зв’язний текст, текст зв’язного мовлення, жанр тощо свідчать про неоднозначну сутність цього поняття. Виходячи з розглянутих визначень в сучасній лінгвістиці під текстом розуміється абстрактна, формальна конструкція, а під дискурсом – різні види її актуалізації, розглянуті з точки зору ментальних процесів у зв’язку з екстралінгвістичними факторами.

Політичний дискурс неодноразово привертав увагу науковців із різних галузей, зокрема і лінгвістів, оскільки зв’язок між мовою і політикою очевидний: жоден політичний режим не може існувати без комунікації. Особливу увагу науковці звертають на його екстралінгвістичні характеристики, а також механізми та технології впливу політика на адресата з метою маніпулювання його свідомістю, адже політичний дискурс є найвпливовішим явищем в сучасній політичній комунікації. Характерною особливістю сучасної політичної лексики є її використання не лише для повідомлення інформації, а й приховування її; вона є не тільки засобом привертання громадської уваги, а й вживається для того, щоб її відвернути або значно послабити [11, 313]. Специфіка політичного дискурсу полягає у тому, що він визначає політичні пріоритети суспільства, задає параметри інтерпретації політичних подій, орієнтує членів суспільства у світі політики [6, 40], стимулює політичну активність, що може відбуватися прямо (переконання, заклик до дій) або приховано (створення певного емоційного стану, настрою, фону), а також об’єднує членів даного соціуму навколо певної політичної групи і відчужує інші соціальні групи. За твердженням М. Діденко, визначальною рисою комунікації в політиці є її спрямування на адресата для того, щоб досягти перлокутивного ефекту – спонукати аудиторію до суспільно-політичної реакції. Учасники політичної комунікації представляють, зазвичай, певні суспільно-політичні позиції, а обмін інформацією відбувається з достатньо яскраво вираженим прагматичним спрямуванням, тобто комунікативний

Багато дослідників підкреслюють особливу значимість вербальної комунікації в політичній сфері. На слушне міркування Є. Шейгал, визнаного авторитету в вивченні політичної комунікації, «специфіка політики ... полягає в її переважно дискурсивному характері: політичні дії за своєю природою є переважно мовними діями »[4]. З цією думкою перегукується точка зору, що «політику творять політики, а політиків творить слово» [4]. Дослідники (Д. Грейбер, Д. Белл, Р. Дентон, Р. Німмо, О. Фельдман, П. Чілтон, О  Едельман та інші) взагалі вважають, що політична діяльність зводиться до діяльності мовної. Зокрема, Р. Дентон зазначає, що «політика це дискурс, і дискурс це політика» [22]. Більш того, в політичній сфері слово прирівнюється до дії («rhetoric equals action»). Дійсно, для політичного діяча слово є найважливішим інструментом впливу на людей. За допомогою мови він впроваджує в свідомість реципієнтів своє бачення картини світу, а також оцінне і емотивно ставлення до її елементів. Ефективність такого впливу, безумовно, залежить від вибору найбільш підходящих засобів в конкретній ситуації і оптимального мовного вирішення певної комунікативної задачі. Головним завданням сучасних лінгвополітичних досліджень є відповідь на питання, яким чином, за допомогою яких мовних засобів політикам вдається здійснити успішну суспільно-орієнтовану комунікацію. Важливим є і вивчення стратегій маніпуляції аудиторією, а також всіх чинників, що призводять аудиторію до «політично правильних» дій і оцінок. Не випадково такий інтерес викликають лінгвістичні дослідження політичного дискурсу як в Україні, так і за кордоном.

У зв’язку з цим не можна не відзначити публікації Р. Барт, К.Нікітіної,  монографії І.Вепревої, H. Купіної, Е. Лассана , В.Музиканта, А. Чудінова, Є. Шейгал, дослідження Є. Бакумова, О. Воробйової, Ю. Іванової , А. Ряпосовой, A.Філінського. Крім того, проблемам політичного дискурсу присвячений спеціалізований журнал «Journal of Language and Politics» і серія книг «Discourse Approaches to Politics», «Society and Culture» під редакцією P. Водак і П. Чілтон і «Praeger Series in Political Communication » під редакцією Р. Дентона. Деякі дослідники вказують на необхідність визнання за політичної лінгвістикою статусу самостійного розділу лінгвістичної науки (Д. Белл, Р. Дентон, Р. Німмо, A.A. Романов, О. Фельдман, П. Чілтон, А.П.Чудінов, Т. шекелів і ін.). При цьому наголошується, що «політична лінгвістика намагається пояснити, яким чином люди за допомогою мови і комунікації можуть впливати на поведінку, цінності та думки інших » [42, с. 43-44].

Витоки цього напряму бачаться в таких міждисциплінарних дослідженнях XX ст. США, як риторичний аналіз (rhetorical analysis); дослідження пропаганди як жанру комунікації (propaganda analysis); дослідження зміни в суспільній свідомості під впливом політичної комунікації (attitude change studies): аналіз впливу передвиборної агітації на результати виборів (voting studies); взаємодія урядів і засобів масової інформації (government and the news media); функціональний аналіз (functional analysis); аналіз передвиборних технологій в його зв'язку з мовою (media technologies, campaign techniques). У 70-80-х роках до даних напрямках додалися дослідження інституту президентства як комунікативного феномена (the presidency); мовних особливостей опитувань громадської думки (political polls), дебатів як жанру політичної комунікації (debates) і політичної реклами (advertising), тому напрямок політичної лінгвістики цілком можна вважати сформованим і перспективним.

Таким чином, сфера політики є настільки значущою для сучасного суспільства, що вона стала об’єктом дослідження багатьох наукових шкіл і напрямків не тільки в галузі суспільних наук, а й в області лінгвістики, де особливу значимість набули дослідження політичного дискурсу.

**1.3. Політичний дискурс як об’єкт лінгвістичного аналізу**

У ХХІ столітті в умовах зростаючої ролі політики й переговорного процесу у світі, а також пошуку прийнятного й максимально ефективного «упакування» знань, тобто їх соціологізації, все вагомішим стає усвідомлення того факту, що політичний дискурс проблема не тільки політична, але й у неменшій мірі лінгвістична й культурна. «...говорити про мову й не говорити про стан суспільства й суспільної свідомості неможливо» [32, с. 4]. «Безперечно, ступінь розвитку демократії, суспільної культури прямо пропорційний ступеню розвитку політичного діалогу, політичного дискурсу, мови політики як особливої форми комунікації, що забезпечує можливість досягнення громадської згоди» [13, с. 6]. Це у свою чергу, обумовлене тим, що концептуальну основу мови політики створює ієрархія цінностей з їх високим аргументативным потенціалом. Саме ціннісні структури підтримують міфологію суспільної свідомості, до якої так, чи інакше апелюють політики. Оформлення політичного дискурсу стало можливим завдяки стрімкій еволюції засобів масової інформації. Досліджуючи генезис публічної сфери, Ю. Хабермас відніс її виникнення до ХVlll століття, однак, цілеспрямований розвиток політичного дискурсу почався тільки в період розквіту ЗМІ. ЗМІ створюють «великомасштабний політичний дискурс», зв’язуючи воєдино когнітивні й соціальні аспекти, втягуючи в трансмісію цінності, фрейми, моделі, символи, міфи, що мають різний пізнавальний потенціал. Комунікант їх фільтрує, інвентаризує, формуючи певні предметні каталоги на підставі суджень оцінки. У такий спосіб «публічний дискурс», що шліфується журналістами, є частиною процесу, у якому індивіди конструюють власні змісти. «Спілкування й взаємодія політиків і виборців може бути формальним і неформальним, проходити як приватні бесіди або публічні виступи. Але в кожному разі мова політиків повинна бути дуже переконливою. Адже суть політики зводиться до бесіди, розмови, до необхідності переконати протилежну сторону свідомо або підсвідомо інтерпретувати, оцінювати й діяти» [14, с. 17]. Уміння переконувати відноситься до числа необхідних, більше того, основних для будь-якого політика. У цьому зв’язку не можна не відзначити, що й аудиторія політиків істотно змінилася за останні піввіку. Якщо в 40 - 50 роках у США аудиторію розглядали лиш як «мішень», тим самим підкреслюючи її пасивність, то наприкінці 50- х її стали називати «упертою аудиторією» (obstіnate), що зажадало відповідно, більшого мистецтва переконання від політиків. В 70-роки, коли переконання стали зв’язувати з волею вибору, технологія нав’язування думки в політичному дискурсі поступилася місцем тонкому розрахунку, факторам соціальної й етнічної стратифікації, диференціації логічних і психологічних способів аргументації. Тим часом детальне дослідження й моделювання політичного дискурсу почалося тільки в 50-і роки нинішнього століття. Подібно тому, як у Античній Греції ритори перетворили своє мистецтво в ремесло й займалися написанням промов на замовлення, у політиці на початку нинішнього століття з’явилися секретарі, референти, помічники - speechwrіters. Про їхнє існування в США публіка була інформована із часів президента Франкліна Рузвельта. Сьогодні, майже всі кандидати в сенатори США, і всі кандидати в президенти користуються їхніми послугами, а сам термін «speechwrіter» давно переступив державні кордони США, ставши невід’ємною частиною інституту президентства в багатьох країнах світу. В останні десятиліття помітно змінився статус усної комунікації в політиці із властивим їй використанням невербальних паралінгвістичних засобів ( жести, рухи, пози). Задовольнившись раніше підлеглим положенням у дихотомії «письмова мова - усне мовлення», остання зміцнила свій статус у політиці внаслідок широкого висвітлення політичних подій ЗМІ. «Теледебати, прес-конференції, інтерв’ю, виступи в парламенті стали відомі як vіsuals, тому що адресат сприймає не тільки зміст повідомлення, але й вигляд мовця в єдності його вербального й невербального поводження» [15, с.32, 52]. «Теоретики комунікації, що розглядали раніше стиль тільки у зв’язку із правильністю мови, виразністю й ефективністю впливу ( workabіlіtyof the language ), тепер вважають за необхідне включати в стратегію формування іміджу (іmage - makіng strategy) рухи тіла, тембр голосу, зовнішність, манеру одягатися, вибір аксесуарів. Усвідомлення цих реалій змушує лінгвістів вийти за властиво мовні рамки й розглядати політичний дискурс як триєдність вербального, невербального й екстралінгвістичного» [16, с.148]. Ще складніше дати коротке визначення поняттю «дискурс–аналіз», що вже виступає як операційне в цілому ряді соціогуманітарних наук і є фундаментом політичної лінгвістики. У найширшому тлумаченні дискурс-аналіз ­ це аналіз форм комунікативної взаємодії, але аналіз, так би мовити, цільовий. На відміну від контент-аналізу, який передбачає суцільний аналіз текстів за певними обраними дослідником параметрами, дискурс-аналіз здебільшого має на меті пошук прихованих смислів, дистанції між політичною риторикою й справжніми намірами політиків, відстані між словом і ділом. Він незамінний, коли потрібно виявити взаємозв’язки політичного мислення й політичної поведінки, розробляти прогнозні моделі, здійснювати моніторинг тенденцій у розвитку суспільної свідомості. Особливо результативним він може бути в ході виборчих кампаній, маніпулятивні виборчі технології, безгрунтовні обіцянки кандидатів найкраще піддаються висвітленню саме методом дискурс-аналізу. У рамках лінгвістичних досліджень виокремлюються два підходи до аналізу дискурсів - дескриптивний і критичний. Дескриптивний зосереджений на вивченні мовної поведінки політиків, риторичних прийомів, маніпулятивних стратегій, а також змістовної сторони політичних текстів. Критичний підхід націлений на дослідження мови як засобу владарювання й соціального контролю, з акцентом на соціальні нерівності, втілені в дискурсі як veiling (одна з форм схованого соціального тиску за допомогою мови). Головна мета дискурс-аналізу ­ простеження форм і методів, за допомогою яких дискурсивні структури (лексеми, тематичні структури) стають об’єктами політичних маніпуляцій. Розрізняються три виміри дискурс-аналізу: дослідження самих текстів, дослідження дискурсивних практик (каналів творення дискурсу) і аналіз відповідних соціокультурних практик. Мова почала сприйматися не лише як продукт, але як суб'єкт культури, здатний справляти помітний вплив на середовище спілкування. Як і контекст-аналіз, дискурс-аналіз розглядають як частину політичної семіотики, яка спирається на фундамент лінгвістики, кібернетики, психології, етнології і багатьох інших соціогуманітарних дисциплін. Сфера понять, якими вона оперує – модель, знак, повідомлення, комунікативний контакт тощо. «Уявлення про можливості, які створюються на шляхах дослідження мовної ситуації засобами політичного дискурс-аналізу, надає досвід німецьких лінгвістів. Йдеться насамперед про аналіз мовних рефлексій і мовного самовідчуття громадян колишньої НДР, проведений у 1994 – 1996 рр. під керівництвом У. Фікс. Дослідження виявило не тільки суттєві переміни у мовній практиці, але й різне ставлення до них з боку громадян. Якща конформісти вдаються до «імунізованих мовних стратегій», щоб виправдати свою прихильність до колишніх політичних настанов (і наявності в НДР двох мовних практик - офіційної і неофіційної), то «нонконформісти» виявляють високий ступінь схвалення нових явищ у суспільстві. Внаслідок проведених досліджень і дискусій з проблем «Оссі – Вессі» у ЗМІ відмінності, які сприймалися як наслідок різниці у політичних і економічних системах, стали характеризуватися як дискурсивно-обумовлені, причому мовний контекст опинився на першому плані. Хоча в обох частинах німецької держави безроздільно панує німецька мова, існують певні мовні відмінності між старими і новими федеральними землями, внаслідок яких східні німці часто виявляються «чужими у просторі рідної мови». І хоча насправді «мовна стіна» - це тільки метафора, яка виявляє ментальну різницю між західними і східними німцями, соціопсихічна специфіка двох частин Німеччини є предметом постійного наукового аналізу і громадського обговорення» [25]. Метафорика заслуговує в політичному дискурсі особливої уваги. Метафори забезпечують переконливість у політичному дискурсі як з політичної, так і когнітивної точки зору. Найбільш переконуюча сила метафори надала можливість Н. Арутюновій охарактеризувати її як «вирок суду без розгляду» [28, с. 45]. Використання метафори в політиці є можливим через певну угоду між людьми, певні загальні вихідні посилання, а саме когнітивні, тобто зв’язок між фреймом метафоричної моделі й фреймом об'єкту розуміння. Порушення цієї імпліцитної умови метафоризації ‑ головний прийом аргументативного впливу в політичному дискурсі. Аргументація в політичному дискурсі носить ціннісну орієнтацію і почалася завдяки стрімкій еволюції й розквіту ЗМІ. Аргументеми, як правило, з’являються в мові перших осіб держави або їхнього найближчого оточення. Для них створюються кліше, ідіоми, слогани, які стають логотипами політичної діяльності. Політичні слогани й афоризми мають високий ступінь автономності й комунікативної сили. Політичний дискурс під час виборчих кампаній являє собою синтез проблем і образів, слоганів, символів і ідеологем, що надають виборцям можливість хоча б загалом визначити розходження між двома або більше кандидатами або партіями. Але політична реклама повинна при цьому залишатися короткою й переконливою. Політична реклама на телебаченні є одним з видів політичного дискурсу, що концентрується або на іміджі претендента, або на актуальних питаннях політики й економіки. «Політична реклама націлена більше на емоційне сприйняття, ніж на доведення й виявляє собою сплав вербальних і невербальних компонентів» [19]. У зв’язку зі швидкоплинним впливом політичної реклами в пам’яті повинне втримуватися те, що важливо для реципієнта. Тому слогани повинні мати гіпнотичний потенціал. Як видно, гіпнотичним потенціалом є повтор квантів інформації. Рекламний дискурс є самим «молодим» серед видів аргументативного дискурсу. Будучи породженням ХХ століття, рекламний дискурс стає дзеркалом нових технологій, індустрії й дизайну. Його відмінною рисою є широке використання невербальних елементів комунікації, здатних у сучасній рекламі повністю витиснути мову. Оформлення політичного дискурсу й цілеспрямований його розвиток став можливим завдяки стрімкій еволюції засобів масової інформації, які сприяють зміцненню державної влади й політичних інститутів.

**1.4. Політичний дискурс як об’єкт наукових розвідок**

Політичний дискурс – це складний об’єкт дослідження, який вивчають психологи, культурологи, соціологи, історики, лінгвісти та психолінгвісти, розробники семантики та семіотики, політології й філософії. Кожна наука використовує свої методи, наголошуючи на різних аспектах функціонування політичного дискурсу. Кожна з них у певний спосіб аналізує політичну мову, використовуючи дискурс-аналіз як метод дослідження, адже, як зазначили М. Пеше та К. Фукс, дискурсивні процеси лежать в основі породження сенсу, а мова – це матеріальна субстанція, в якій цей сенс утілюється [27, c. 112]. Український учений Г. Почепцов запитує: чому мова виявилася основою семіотичних методів? Чому саме звідти черпають різні підходи? Опираючись на лінгвістичні у своїй основі методи аналізу, В. Пропп вивчав казку, К. ЛевіСтрос – міф, італійські та французькі семіотики – кіно, Г. Шпет – театр. «Світ – це мова, – пише вчений. – Війни починаються через мови. Завдяки мові вони ж і закінчуються, як звичайні сварки» [31, c. 116], – зауважує Г. Почепцов. Вчений наголошує: методами дослідження політичної мови не можуть послуговуватися лише лінгвісти, адже, розуміючи механізми функціонування мови, її символічну природу та знання про її символічну суть, можна здійснити більш-менш достовірний аналіз соціальної дійсності загалом, політичної зокрема. Аналізувати політичний дискурс можна з погляду політичної лінгвістики і з позицій дискурсивного аналізу. Політична лінгвістика є частиною політичної філології, наука про співвідношення властивостей дискурсу з такими концептами, як «влада», «вплив» та «авторитет». Політична лінгвістика повинна досліджувати мікрорівень дискурсу: синтактику, семантику й прагматику політичних дискурсів, їх інсценування та інтерпретацію, порівнювати політичну мову з повсякденною [25]. Проте з цього визначення випливає розуміння політичного дискурсу лише як мовної дії суб’єктів політики, що не відповідає загальноприйнятому його розумінню як певної віртуальної реальності, в якій опиняється спільнота, об’єднана спільним політичним і культурним простором. Незважаючи на те, що предметом даного дослідження є власне вербальний вимір політичного дискурсу, все ж зводити його до суто мовних категорій – не варто. Адже процеси політичної вербальної комунікації, висловлювання, що впливають на політичну свідомість та політичну реальність соціуму, не можна вважати об’єктом вивчення лише лінгвістики, яка досліджує те, що було сказане в конкретному випадку, специфіку сказаного й правила, згідно з якими висловлювання побудоване. Політична комунікація належить до сфери зацікавлення політичного дискурс-аналізу, що вивчає процеси політичної дійсності. На підставі аналізу висловлювань політиків дискурс-аналіз розкриває особливості політичної культури та свідомості конкретного соціуму. У дискурс-аналізі має місце синкретизм наукової методології, який передбачає наявність культурологічних, семіотичних, лінгвістичних та політологічних підходів. Так, згідно з підходом М. Фуко, дискурси не є лінгвістичною одиницею дослідження. Отже, предмет дискурс-аналізу – це не висловлювання, які можуть утворюватися згідно з певними формальними правилами, а тексти, які фактично мали місце за специфічних умов. Тобто йдеться про дослідження «умов існування», а не «умов імовірності», про те, чому певні висловлювання набули цієї, а не іншої форми, яка також була би можлива за даної системи правил [29]. Г. Коциба зауважує, що дискурс-аналіз – це не інтерпретація мовного сенсу, а реконструкція горизонту, всередині якого щось може бути назване істинним або кандидатом на істину. Цій думці відповідає і погляд іншого вченого – Є. Кожем’якіна, який зазначає: «Дискурсивний підхід спрямований не так на виявлення певного змісту чи автентичного сенсу тексту, як на пояснення, відповідно до яких правил, в яких умовах, за яких обставин текст стає можливим і що при цьому стало внутрішньою чи зовнішньою рушійною силою» [42]. Досліджуючи політичний дискурс, потрібно розрізняти політику й політичне. Політика – це діяльність суб’єктів політики, спрямована на здійснення їхніх повноважень та задоволення владних інтересів. Натомість «політичне» – це властивість соціальної структури створювати та функціонувати в умовах владної ієрархії, що виникає внаслідок комунікації. Тобто, політика – це одна з практичних форм політичного, що втілюється в інституційному політичному дискурсі. В українській і світовій науці немає єдиного визначення поняття політичного дискурсу – як молодого, складного й багатогранного наукового концепту. До середини ХХ ст. науку про політику намагалися зосередити на таких категоріях, які мали би відображати об’єктивну політичну дійсність. Описуючи умови функціонування політичних інститутів, учені вважали свої результати виправданими та обґрунтованими. Лише представники некласичної чи постнекласичної парадигми почали трактувати політику чимось таким, що не існує насправді, наголошуючи: політика – це не реальний стан речей, а певна спільна мовчазна згода щодо того, що вважати реальним [32]. Одним із перших, хто вживав поняття «дискурсу» в значенні мовлення, яке привласнюється мовцем, був Еміль Бенвеніст. Згідно з його теорією дискурсу як прагматизованої форми тексту, дискурс – це реальний вияв мовлення, текст, узятий у подвійному аспекті, мовлення, занурене в життя [39]. Тобто, вчений заклав фундамент загальновизнаного розуміння дискурсу як складного комунікативного явища, що складається з текстів та екстралінгвальних чинників (фонових знань, переконання, настанов, мети адресанта) [38, c. 57]. За визначенням української дослідниці Л. Нагорної, дискурс – це функціональний стиль мови, який постає не лише як мовленнєва діяльність, але і як політична поведінка, що має колективно-діяльнісну основу [20, c. 15]. Натомість М. Шретер визначає дискурсом тематичну мережу текстів, що є складною послідовністю тематично близьких текстів, які перебувають у відношенні дискурсивності [44, c. 76]. Під дискурсивністю вчена має на увазі структуровану мережу відносин текстів у середині певного дискурсу, їх тематичну єдність [34, c. 76]. Наприклад, сукупність текстів про політику становитимуть політичний дискурс. Учена К. Серажим визначає політичний дискурс мовною практикою, здійсненою в політичному просторі (сукупність екстралінгвальних чинників, які впливають на формування політичного дискурсу [28, c. 177]), а науковець П. Паршин вважає, що дискурс є «позначенням певної системи обмежень, які накладаються на необмежену кількість висловлювань з огляду на соціальну чи ідеологічну позицію» [34, c. 25]. За визначенням учених Є. Кожем’якіна та Є. Переверзєва, політичний дискурс можна розглядати як спеціально організовану й тематично зосереджену послідовність висловлювань, що мають місце в певних специфічних історичних і соціальних рамках і які можуть змінити владні відносини в суспільстві [32].

Узагальнивши різні розуміння поняття дискурсу, В. Чернявська пропонує звести їх до двох основних:

1) «конкретна комунікативна подія, зафіксована в тексті й усному мовленні, що здійснюється у конкретному когнітивно зумовленому комунікативному просторі»;

2) «сукупність тематично співвіднесених текстів» [33]. На цьому прикладі видно, що не всі науковці розрізняють поняття «політичного дискурсу» й «політичної комунікації». Наприклад, Т. ван Дейк пише: «―Дискурс‖ у широкому розумінні є складним поєднанням мовної форми, значення й дії, яку можна найкраще схарактеризувати через поняття комунікативної події чи комунікативного акту». Ю. Габермас визначає дискурс рефлексивною мовною комунікацією, яка передбачає самоцінність процесуальності промовляння всіх значимих для учасників комунікації її аспектів [27]. Політичний дискурс, натомість, є тематичною мережею політичних текстів, об’єднаних однією темою, яка детермінує взаємозв’язок дискурсу з прагматичними, соціологічними, психологічними, культурними, лінгвістичними та іншими площинами. Він – це символічна реальність, яка виникає в процесі комунікації. Комунікація, натомість, – процес. Політичні тексти актуалізуються в процесі політичної комунікації, однак сам політичний дискурс – це не процес, це складна символічна дійсність, в якій функціонує політична сфера загалом. Тобто, політичний дискурс – це сукупність політичних текстів, що циркулюють у соціумі, продукуючи та закріплюючи значення за політично значимими символами та концептами, які стають критеріями правильності чи неправильності дій у межах певного соціуму. Цю текстуальну реальність, з одного боку, створюють політичні суб’єкти, а з іншого боку, вона створює їх. Єдиного розуміння політичного дискурсу немає з огляду на кілька моментів. По-перше, немає єдиної науки, яка би мала об’єктом дослідження політичний дискурс. По-друге, саме поняття позначає результат складної взаємодії членів суспільства, що має різні прояви: культурний, політичний, лінгвістичний, символічний тощо. По-третє, дуже важко вивести певні закономірності функціонування політичного дискурсу, бо в ньому самому закладені семантичні парадокси. Парадокси політичного дискурсу – це ознаки політичного дискурсу, що проявляються в таких його властивостях:

– одночасне існування тверджень про політичний дискурс, які є істинними, але суперечать одне одному;

– ті ознаки, які дають змогу виокремити політичні дискурси різних режимів, зазвичай і є причиною їхньої заміни іншими дискурсами. Тобто невід’ємні ознаки політичного дискурсу диктатури і демократії є їхніми найслабшими місцями;

– політичний текст, створений у межах політичного дискурсу, може досягнути протилежної мети, ніж закладав автор.

Здебільшого це стосується дискурсу нетерпимості. Здійснювати аналіз політичного дискурсу потрібно з оглядом на те, що кожен дискурсивний акт відбувається на двох рівнях: семантичному й прагматичному, при цьому здійснення дискурсу на семантичному рівні є необхідною передумовою його здійснення на прагматичному [28, c. 78]. Прагматику визначають наукою, що вивчає вплив комуніканта (або адресанта, що виступає ініціатором процесу спілкування) на комуніката (або адресата, на кого спрямоване це спілкування [28, c. 80], а семантика становить систему, організовану за принципом «семантичного трикутника»: «зовнішній елемент (послідовність звуків або графічних знаків, що називають означником) — предмет дійсності, пов'язаний у свідомості з системою мови (йдеться про річ, явище, процес, ознаку, що називається денотатом, референтом), — та з поняттям або уявленням про цей предмет (зміст, сигніфікат, інтенсіонал чи означуване) [48, c. 142].

Незважаючи на відмінності в підходах до розуміння та аналізу політичного дискурсу, його невід’ємною складовою є політична мова. Вона структурує та конструює політичну дійсність, а її головними ознаками є символізм, ідеологічне різноманіття, емоційність, агональність (тобто ієрархізована система), фідеїзм (намагання підмінити знання вірою) і псевдодіалогічність [32]. Політична мова – це і «мова в політиці» («мова політиків») та «мова про політику» [36, c. 54]. В першому випадку йдеться про інституційний вимір політичної мови, про тексти, що звучать від офіційних осіб за певних регламентованих обставин, тексти, що мають на меті досягнути певних політичних цілей. «Мова політиків» є мовою прийняття рішень, мовою, що повідомляє про ці рішення. Натомість «мова про політику» – це вербальні дії, здійснені особами, які або не є суб’єктами влади й діють у межах своїх неполітичних (професійних, громадянських) повноважень, або суб’єктами влади під час неофіційних подій. Тобто, «мова в політиці» позначає мову всередині політичних інститутів (функціональну мову), а друге – так звану мову думки, якою описують політичні події, для прикладу, в ЗМІ. Підтвердити цей поділ можна тезою Г. Ласвела про те, що в соціальній науці використовують два визначення «політичного»: «інституційне» та «функціональне» [20, c. 60]. А В. Дікман запровадив поділ політичних висловлювань на функціональну мову, якою користуються з управлінських міркувань, і на мову думки, на якій залишають відбиток ідеологія, семантична конкуренція тощо [36, c. 54].

**1.5. Мовні реалії в політичному дискурсі**

У своїх публічних виступах американські політики не рідко звертаються до історичних і суспільно-політичних реалій, характерним для державного устрою США, що свідчить про історичний та культурний спадок країни в різних сферах життя. Вивчення історичних та суспільно-політичних реалій надзвичайно важливо для повного розуміння того, про що йде мова в політичному виступі.

Численні дослідники в галузі лінгвістики, зіставляючи словниковий склад однієї мови з іншим, відбирають, перш за все, еквівалентну лексику, яка співвідноситься з одними і тими ж поняттями, характерними для інших мов. Людство має загальними закономірностями мислення, що дозволяють адекватно називати предмети. Проте, сприйняття реалій іншомовного політичного дискурсу, які носять національного забарвлення і є маркером культури, традицій та історії іншого народу, часто може бути невірним.

Про реалії як про носіїв національної своєрідності вітчизняні лінгвісти заговорили на початку 50-х років (Л. Соболєв 1952 Г.В. Шаткова 1952 Вл. Россельс 1953). З самого початку вчені пропонували різні інтерпретації поняття реалії, загальноприйнятого визначення не існувало. Це обумовлено тим, що в роботах багатьох авторів реалії не займають центрального місця. Відзначаючи одні ознаки даних лексичних одиниць і, випускаючи інші, автори використовують різні терміни для їх позначення. Тому, перш ніж намагатися сформулювати визначення поняття реалії, слід розглянути дефініції вчених, в різний час зверталися до цієї теми.

Саме слово «реалія» походить від латинського прикметника "realia" - «речовинний», «дійсний». Відповідно до словника лінгвістичних термінів, реалії - це «предмети матеріальної культури, а також в класичній граматиці різноманітні чинники, що вивчаються зовнішньої лінгвістикою, такі як державний устрій даної країни, історія та культура даного народу, мовні контакти носіїв цієї мови і т.п. з точки зору їх відображення в даній мові » [5, с. 381].

У Короткої літературної енциклопедії дається розгорнуте визначення поняття реалії: «Реалія - це предмет, поняття, явище, характерне для історії, культури, побуту, укладу того або іншого народу, країни і не зустрічається в інших народів; реалія - також слово, що позначає такий предмет, поняття, явище; також словосполучення (зазвичай фразеологізм, прислів'я, приказка), що включає такі слова » [6, с. 227-228]. На думку Г.Д. Томахина, реалії - це назви властивих тільки певним націям і народам предметів матеріальної культури, фактів історії, державних інститутів, імена національних і фольклорних героїв, міфологічних істот і т.п. [43, с. 5]. М.Л. Вайсбурд реаліями називає «згадки фактів, пов'язаних з державним устроєм даної країни, її природними особливостями, історією і культурою цієї країни » [10]. Згідно автору, до числа реалій можна віднести «громадські організації і установи, звичаї і традиції, факти з громадського та культурного життя країни, предмети побуту, географічні пункти, твори мистецтва і літератури, риси побуту, імена історичних особистостей, громадських діячів сучасності, представників мистецтва, літератури, науки, спорту, персонажів художніх творів. Як реалій можуть виступати поняття, що передаються окремим словом, словосполученням, скороченням » [там само]. Отже, реаліями М.С. Вайсбурд називає факти дійсності, специфічні для культури певної національної спільноти, з іншого боку, реалії це поняття про ці фактах дійсності, які передаються за допомогою лексичних одиниць, слів, в тому числі і абревіатур, або словосполучень. Автор вказує на те, що реалії повинні бути об'єктом лінгвокраїнознавства, оскільки зустрічаючись в текстах різного змісту, слова-реалії представляють значні труднощі для іноземців і, отже «Вимагають спеціальних пояснень» [13]. Л.С. Бархударов наводить досить стислий визначення реалій: «... це слова, що позначають предмети, поняття і ситуації, не існують в практичному досвіді людей, що говорять на іншій мові ». [3]. Сюди вчений відносить слова, що позначають різного роду предмети матеріальної і духовної культури, властиві тільки даному народу; слова і стійкі словосполучення, що позначають характерні для даної країни політичні установи і суспільні явища.

А.В. Федоров критикує формулювання Л.С. Бархударова і пропонує вважати реалії не словами, а тими предметами і ситуаціями, які словами позначаються. Вчений пропонує говорити не про реалії, а про «назвах реалій» [39, с. 123].

Е.В. Бреус говорить про реалії як про «поняттях, що відносяться до життя, побуті, традицій, історії, матеріальної і духовної культури даного народу» [8].

На думку Л.К. Латишева і А.Л. Семенова, реалії - «явища, характерні для матеріального і духовного життя тільки даного народу і відсутні у інших» [42].

Згідно В.М. Россельс, реалії (з позиції літературознавства) - «іншомовні слова, які позначають поняття, предмети, явища ..., що не існують в побуті того народу, на мову якого твір перекладається» [35]. Автор вживає термін «реалія» як назву елементів позамовної дійсності, вказуючи на неоднозначність даного терміна, що означає як певну лексичну одиницю, так і її денотат.

Л. Соболєв пропонує позначити терміном «реалія» «побутові і специфічно національні слова й звороти, які не мають еквівалентів у побуті, а отже, і на мовах інших країн». Автор також включає в обсяг поняття «реалія» прислів'я: «Деякі прислів'я також є свого роду реаліями» Однак, викликає сумнів застосування слова «реалія» без уточнюючого елемента. Фразеологізми, прислів'я, приказки та інше. Безсумнівно, мають національно-специфічним виглядом, але самі по собі вони не називають будь-якого конкретного предмета, факту, явища, поняття, до їх складу можуть лише входити ті чи інші слова-реалії , що позначають відповідні явища специфічної національної культури.

Слід зазначити, що терміни «реалія» і «слово-реалія» не є достатньо освоєними і описаними в лінгвістиці, хоча ті мовні факти, які іменуються цими термінами, розглядалися досить докладно. У науці про мову здавна склалася традиція, яка спирається на значення цього слова в латинській мові (реалія - «предмет, річ»), визначати слова реалія, реалії як «предмети матеріальної культури, що є основою для читача значення слова» [37], пор. також «матеріально існуюча річ, будь-який предмет матеріальної культури». З іншого боку, терміном «реалія» позначають і лексичні одиниці, які називають предмети і поняття. У О. Ахманової: «У класичній граматиці різноманітні чинники, що вивчаються зовнішньої лінгвістикою, такі як державний устрій країни, історія та культура народу, мовні контакти носіїв цієї мови з точки зору їх відображення у їх мові» [5, с. 381]. Тільки другим значенням терміну «реалія» О. Ахманова вважає значення «предмети матеріальної культури».

Згідно П. Табахьяну, «в будь-якому національній мові побутують такі слова, в значенні яких відбивається той чи інший етап історії народу, його побут, історія культури. Ці слова, що позначають предмети і явища, типові для певного народу і певної країни, називаються словами-реаліями ... ». Автор обумовлює необхідність не тільки семантичних запозичень, які зберігали максимальний звукову схожість з іншомовним словом, функція яких в запозичиній мові зводиться до позначення за допомогою пояснювальній дефініції специфічних понять і явищ іншомовної дійсності». Але запозичення фіксуються в словниках, а значить, є вже елементами лексики даної мови. Реалії при багаторазовому вживанні також можуть заноситися в словники, але серед них є чимало слів, що вживаються одноразово (наприклад, в пресі), які не фіксуються в словниках, отже, такі реалії можна назвати запозиченнями лише умовно. Крім того, не завжди реалії супроводжуються «пояснювальною дефініцією»; це і ступінь звукової подібності із начальним словом також залежить від способу передачі реалій.

Мовні реалії зближуються з локализмами (словами і виразами, вживання яких обмежене будь-якою територією) і професіоналізму, а також з деякими жаргонізмів, оскільки їх референти можуть носити унікальний характер. Але ця унікальність має різні підстави. Референти локалізмів характерні для вузького кола, що визначається територіальними ознакою, наприклад, «сопка» -невисокая гора в далекосхідному краї, англ. "firth" - вузький морська затока, "dale" - долина (на півночі Англії).

Референти профессионализмів відомі досить вузькому колу осіб, об’єднаних однією професією або заняттям, наприклад, "dolly" - крикет «лялечка» (легко спійманий м’яч). Референти деяких розмовних слів також можуть бути унікальними, наприклад, "carpetbagger" - «чужак» (кандидат на виборах до парламенту, не живе в даному виборчому окрузі). Але в цілому ряді випадків жаргонізми, так само як сленгізми, є лише стилістичними синонімами слів різних лексико-граматичних розрядів. Локалізми, професіоналізми, жаргонізми і сленгізми на відміну від мовних реалій відносяться до нелітературної лексики, тобто відрізняються від реалій в стилістичному значенні, а до лексико-тематичної, «тимчасової», діахронічний класифікації слів-реалій. стосується діалектів, то відміну реалій від діалектизмів обумовлено самим фактом належності останніх до іншого різновиду мови - до діалекту.

Набагато складніше встановити відміну деяких мовних реалій від термінів, тому що терміни можуть іноді співвідноситися з унікальними референтами. Крім того, вони так само, як і мовні реалії не мають ідеографічних синонімів і входять в лексико-семантичну систему літературної мови. Ця особливість дає підставу говорити про «термінах-реаліях» [46, с. 253].

Різниця мовних реалій та термінів обумовлено конотацією, умовно іменованої як «рівень знань»; пор., наприклад, референти, пов’язані з державним устроєм Великобританії, такі як: "House of Commons" - палата громад, "speaker" - спікер, і такі як: "first reading" - перше читання (офіційне внесення законопроекту до парламенту), "royal asset" - королівська санкція. Унікальність перших усвідомлюється усіма носіями мови, унікальність друге - фахівцями в цій галузі. Крім того, терміни на відміну від реалій можуть бути інтернаціональними. На відміну від більшості лексичних одиниць, терміни позначають точно певні поняття, предмети, явища. Це однозначні, позбавлені синонімів слова (і словосполучення). У термінів відсутня національна та історична забарвлення, вони штучного походження і популярні лише серед невеликої кількості носіїв мови. Крім того, згідно з Е. Льовіної [21], під час міжкультурної комунікації термін, на відміну від реалії, має, як правило, повну мовну відповідність. Отже, реалія і термін відносяться до різних одиниць мови, і лише в деяких випадках можна говорити про «терміни-реалії», але ці поняття самі по собі не є синонімічні, як вважає Е.А. Левіна [21].

Болгарські лінгвісти С. Влахов і С. Флорін виділяють реалії в особливу категорію засобів вираження: «Реалії - це слова і словосполучення, які називають предмети, явища, об'єкти, характерні для життя, побуту, культури, соціального розвитку одного народу і малознайомі або чужі іншому народу, виражають національний і (або) тимчасової колорит, що не мають, як правило, точних відповідностей в іншій мові і потребують особливого підходу при перекладі» [19].

У плані змісту відмітною рисою реалій є характер їх предметного змісту, тобто тісний зв'язок, що позначається реалією предмета, поняття, явища з народом чи країною з одного боку і історичним відрізком часу - з іншого. Отже, реаліям притаманний відповідний національний чи історичний колорит [19; 31].

В. Кабакчі як реалій розглядає ідіоніми, тобто культуроніми (мовні одиниці, що виступають в якості елементів позначення культури), специфічні для внутрішньої культури даного мови (наприклад: цар, козак - в російській мові). Ксеноніми, згідно з цим підходом, є мовними одиницями даної мови, що використовуються в якості елементів зовнішніх (іншомовних) культур: "tsar", "Cossack" - в англійській мові [48].

На сьогоднішній день немає єдиної класифікації культурно-маркованих одиниць, і дослідники пропонують різні класифікації реалій, грунтуючись на тих чи інших принципах. Так, Є.М. Верещагін і В.Г. Костомаров класифікували слова, що мають культурний компонент, за трьома основними групами:

1 - безеквівалентние (російські слова або номінативні словосполучення,

план змісту яких неможливо зіставити з будь-яким

іншомовним лексичним поняттям, наприклад «самовар»);

2 - коннотатівние (слова, що збігаються в двох мовах своїми

денотатами, тобто об'єктивним змістом, але не збігаються своїми

коннотата, тобто емоційно-естетичними асоціаціями; наприклад «береза»);

3 - фонові (російські слова, що відрізняються від еквівалентних іншомовних слів лексичними фонами, тобто сукупністю непонятійного семантичних часткою; наприклад таке поняття як «лист»),

Автори відзначають, що найбільш складну з точки зору розуміння її національно-культурного змісту утворює фонова лексика, так як ця частина мови знаходиться в постійному розвитку. Але в даному дисертаційному дослідженні інтерес представляє інша група слів з культурним компонентом - реалії.

Звертаючись до вивчення реалій, багато лінгвісти (Супрун 1958 Реформатський 1967 Рєпін 1970, Бархударов 1975, Крупнов 1976, Томахін 1982; Верещагін, Костомаров 1983; Влахов, Флорін 1986, Newmark 1988; Верещагін, Костомаров 1990 і ін.) Намагалися класифікувати ці одиниці за різними ознаками (тимчасовим, семантичним, граматичним, місцевим, фонетичним і ін.).

У роботах А.Є. Супруна реалії діляться, головним чином, за предметною ознакою на «кілька семантичних груп» [37, с. 52-53, цит. по. Влахов, Флорін 2006: 61]. Потім зустрічається подібна класифікація у Б.І. Рєпіна [27, Додати 87-98]. Виглядає вона наступним чином:

1. Побутові реалії: житло, одяг, прикраси, їжа, напої; родинні стосунки, звичаї, ігри, пісні; назви музичних інструментів.

2. Етнографічні реалії: назви родів і племен.

3. Міфологічні реалії: а) злі духи; б) клич.

4. Релігійні реалії.

5. Ономастика.

Необхідно привести також класифікацію А.А. Реформатського, яка об'єднує реалії за предметно-мовним принципом: 1) імена власні; 2) монети; 3) посади і позначення осіб; 4) деталі костюма і прикраси; 5) страви і напої; 6) звернення і титули при іменах [47].

У ряді робіт дослідників культурно-маркованої лексики слова-реалії є окремий розряд безеквівалентної лексики. Так, Л.С. Бархударов виділяє наступні категорії безеквівалентної лексики:

1. Імена власні, географічні найменування, назви

установ, організацій, газет тощо., які не мають постійного

відповідності в лексиці іншої мови.

2. Реалії-слова, що позначають предмети, поняття і ситуації, не

існують в практичному досвіді людей, що говорять на іншій мові.

3. Випадкові лакуни - одиниці словника однієї з мов, яким по

якихось причин немає відповідностей в лексичному складі іншої мови»

[7, с. 94].

Найбільш розгорнута класифікація слів-реалій запропонована в монографії болгарських лінгвістів С. Влахова і С. Флоріна (Влахов, Флорін 1986: 59-88). Дана класифікація реалій базується на кількох принципах. Дослідники враховують не тільки тематичний принцип, але і розглядають також принцип місцевого розподілу (в площині одного або декількох мов) і принципи тимчасового поділу: Загальна схема класифікації виглядає наступним чином:

I. Предметне поділ.

II. Місцеве розподіл (в залежності від національної та мовної

приладдя).

III. Тимчасове розподіл (в синхронічному та діахронічному плані). Нижче подано класифікацію суспільно-політичних реалій С. В л незавидна і С. Флоріна (предметне поділ):

1. Адміністративно-територіальний устрій:

а) Адміністративно-територіальні одиниці;

б) Населені пункти;

в) Частини населеного пункту;

2. Органи і носії влади:

а) Органи влади;

б) Носії влади;

3. Суспільно-політичне життя:

а) Політичні організації та політичні діячі;

б) Патріотичні та громадські рухи;

в) Соціальні явища і руху;

г) Звання, ступеня і т.п .;

д) Установи;

е) Навчальні заклади та культурні установи;

ж) Стани і касти;

з) Станові знаки і символи;

4. Військові реалії:

а) Підрозділи;

б) Зброя;

в) Обмундирування;

г) Військовослужбовці;

Г.Д. Томахін розглядав проблему реалій на основі американського матеріалу і, отже, запропонована ним класифікація, відбиває реалії американської дійсності [29, с. 46-197]. Нижче наведено класифікацію суспільно-політичних реалій, яку пропонує дослідник:

1. Державні символи і символи штатів; 2. Реалії, пов'язані з конституцією США;

3. Реалії законодавчої влади;

4. Президент і апарат Білого Дому;

5. Виконавчі відомства;

6. Агентство;

7. Державні службовці;

8. Судова система;

9. Уряд штатів і місцеве самоврядування;

10. Вибори;

11. Політичні партії та громадські організації;

Таким чином, розглянувши різні точки зору на проблеми класифікації реалій, можна зробити висновок про те, що в лінгвістиці з даного питання утвердився спосіб угруповання реалій за тематичним принципом. З метою систематизації реалій необхідно грунтуватися на екстралінгвістичні факторі - тематичних асоціаціях, так як основним критерієм їх виділення є фактор семантичний, виявляються в зіставленні з лексико-семантичною системою іншої мови [7, с. 38].

Взявши за основу класифікацію суспільно-політичних реалій, запропоновану С. Флаховим, С. Флорін і Г.Д. Томахін, в цьому дисертаційному дослідженні пропонується групувати реалії по тематичним принципом в рамках американського політичного дискурсу. Крім суспільно-політичних реалій, виділяються військові, економічні, спортивні та історичні реалії. Так само, як у Г.Д. Томахина, наведена нижче класифікація відображає реалії американської дійсності, і виглядає наступним чином:

* + 1. **Суспільно-політичні реалії.**

1. Важливі події : 9/11 - терористичний акт (за офіційною версією) 11-го вересня 2001 року проти США.
2. Державні програми Federal pilot program - урядова програма з випуску дослідної продукції, Social Security - програма «Соціальна безпека» (одна з основних державних програм соціального страхування США, по якій здійснюються виплати пенсій по старості), The State Children's Health Insurance Program (SCHIP) - державна програма медичного страхування дітей, The Troubled Asset Relief Program (TARP) - урядова програма з порятунку проблемних активів, FHA loan - програма Федерального управління житлового будівництва, The Terrorist Surveillance Program - програма стеження за терористичної активністю.
3. 3. Назви законів: The Patriot Act (the USA Patriot Act) - «Закон про патріотизм» - спеціальний закон в рамках боротьби з тероризмом, The Civil Rights Act - Закон про цивільні права, Americans with Disabilities Act - Акт про права американських громадян-інвалідів, Family and Medical Leave Act (FMLA) -Закон про медичне відпустці і відпустці за сімейними обставинами, Consolidated Omnibus Budget Reconciliation Act (COBRA) - Зведений Всеохоплюючий Погоджувальна Акт по Бюджету, The Help America Vote Act (HAVA) - Закон «Допоможи Америці голосувати», The Security and Freedom Enhancement Act (SAFE Act) - Закон про безпеку та свободу американського суспільства, Honest Leadership and Open Government Act - «Акт чесного лідерства та відкритої влади», No Child Left Behind Act (NCLB) -спеціальна програма уряду США щодо поліпшення якості та доступності освіти у початковій і середній школах, Medicare bill - законопроект уряду США по допомогу літнім людям в наданні медичних послуг в рамках програми «Медікер», GI Bill - Закон про пільги демобілізованим.

4. Податкова система:

Alternative minimum tax (АМТ) - мінімальний альтернативний податок, Financial Crisis Responsibility Fee - податок «відповідальності за фінансову кризу», Earned Income Tax Credit (EITC or EIC) - податковий залік за зароблений дохід, Unincorporated Business Tax - неінкорпорірованних податок на підприємця.

5. Система освіти:

The Board of Trustees - рада опікунів.

General Educational Development (GED) - перевірка рівня загальноосвітньої підготовки.

6. Система охорони здоров'я:

National Institutes of Health (NIH) - науково-дослідні та лікувальні установи в структурі Служби громадської охорони здоров'я, The California Medical Assistance Program (Medi Cal / Medi-Cal) - «Медікал» - спеціалізована програма медичного обслуговування для певних груп осіб в штаті Каліфорнія, Medicare Advantage - план особливих потреб з перевагами програми соціального страхування «Медікер», Medicare Trust Fund - трастовий фонд ^ Health Insurance Exchange - альтернативне медичне страхування, Health Reserve Fund - резервний капітал охорони здоров'я.

7. Транспортна система:

E-Zpass - система безготівкової оплати проїзду.

Interstate Highway System - федеральна система швидкісних автострад.

8. Агентства: Federal Emergency Management Agency (FEMA) - Федеральное агентство по управлению страной в кризисных ситуациях, Defense Intelligence Agency (DIA) - Разведывательное управление Министерства обороны США, Office of Management and Budget (OMB) - Административно бюджетное управление (при президенте США), National Security Agency (NSA) -Агентство национальной безопасности, Defense Intelligence Agency (DIA) — Разведывательное управление Министерства обороны, Central Intelligence Agency (CIA) - ЦРУ (Центральное разведывательное управление), Peace Corps - Корпус мира (агентство правительства США), Office of the Comptroller of the Currency (OCC) - Управление контролера денежного обращения, Board of Equalization - Управление по налогам и сборам (Калифорния), Federal Aviation Administration (FAA) - Федеральное управление гражданской авиации.

9. Организации:

Clinton Global Initiative (CGI) - Глобальная инициатива Клинтона, The Center for Economic Opportunity (CEO) - экономический совет при президенте США, Terrorist Threat Integration Center (TTIC) — Объединенный центр по борьбе с террористическими угрозами, National Counterterrorism Center (NCTC) - Национальный контртеррористический центр, The Veterans of Foreign Wars of the United States (VFW) - Организация ветеранов иностранных войн, Business Roundtable (BRT) - «Круглый стол бизнеса» (организация деловых кругов, объединяющая высших должностных лиц крупнейших корпораций), United Negro College Fund (UNCF) -общественная организация по помощи темнокожим студентам, The Center for American Progress - «Центр за Американский Прогресс» (общественно-политическая организация).

10. Союзы, ассоциации:

American Bar Association — Коллегия адвокатов (Ассоциация адвокатов), American Association of Retired Persons (AARP) - американская ассоциация пенсіонерів, American Medical Association (AMA) - Американська медична асоціація, The Union of Concerned Scientists (UCS) - американський Союз стурбованих учених.

11. Міністерства:

The United States Department of Veterans Affairs (VA) - міністерство no справах ветеранів, Housing and Urban Development (HUD) - міністерство житлового будівництва і міського розвитку, The United States Department of Health and Human Services (USDHHS) - міністерство охорони здоров'я і соціального забезпечення, The United States Department of Agriculture (USDA) - міністерство сільського господарства США, The United States Department of Homeland Security - міністерство внутрішньої безпеки США.

12. Державні службовці:

Insurance Commissioner - спеціальний уповноважений зі страхування, Senate President pro (The President pro tempore) - тимчасовий голова сенату, U.S. Trade Rep (The Office of the Special Trade Representative) - торговий представник адміністрації президента США.

13. Назви корпорацій:

FDIC (Federal Deposit Insurance Corporation) - Федеральна корпорація страхування депозитів.

SIPC (Securities Investor Protection Corporation) - Корпорація для захисту інтересів інвесторів у цінні папери.

1. Суспільно-політичні реалії; 2. 3. Економічні ралії; 4. Спортивні реалії; 5. Історичні реалії.

**1.5.2. Військові реалії:**

Red America - Червона Америка 1 республіканці

Red States - червоні штати J Blue America - Синя Америка 1 демократи Blue States - сині штати П. Військові реалії:

Boy Scouts - Бойскаути Америки, Second Marine Expeditionary Force - друга група експедиційного корпусу морської піхоти США, Special Purpose Marine Air Ground Task Force - тактична угруповання наземних сил і авіації МП, The United States Central Command (CENTCOM) -об'єднання Центральне командування (CEHTKOM) , Patriot Air Defense Systems - Зенітно-ракетний комплекс «Петріот», Strategic Air Command (SAC) - Стратегічне військове командування ВПС США.

**1.5.3. Економічні реалії:**

The Exchange Stabilization Fund (ESF) - Валютний стабілізаційний фонд, The Federal Reserve Bank of New York (The New York Fed) - Федеральний резервний банк Нью-Йорка, Federal Reserve System (The Fed) - Федеральна резервна система США (ФРС, «Фед »), Individual Retirement Arrangement (IRA) - індивідуальний пенсійний рахунок, 401К = 401 (к) plan - пенсійний план« 401 до ».

**1.5.4. Спортивні реалії:**

The Greensboro Coliseum - «Арена Грінсборо», Superdome - Луїзіана Супердоум (критий стадіон, розташований в місті Нью-Орлеан), American League Championship Series (ALCS) - фінал американської ліги з бейсболу.

**1.5.5. Історичні реалії:**

The Great Depression - Велика Депресія (1930-х років в США), The Greatest Generation - Велике покоління (американців), the Hundred Days - «сто днів» (з моменту вступу політика на посаду президента Сполучених Штатів), the New Deal - « новий курс »Франкліна Д. Рузвельта, the New Frontier -« Нові рубежі »Джона Кеннеді, the New Freedom -« Нова свобода »Вудро Вільсона, the Great Society -« Велике общество» Линдона Джонсона, «New Foundation» - «Новое общество» Барака Обамы, Pearl Harbor - Перл Харбор, Founding Fathers - «отцы-основатели» США.

**Висновки до 1 розділу**

1. Отже, науковому пізнанню про політичний дискурс передували розвідки символічної суті мови. Одними з перших, хто усвідомив відносність і змінюваність значення, яке закладають у форму певних слів, релятивізм істини та брехні, були софісти. Їхнім погляди та діяльність призвели до того, що риторику почали вважати негідною вивчення наукою, адже вона – викривлювала істину. До Нового часу окремі мислителі (св. Августин, Дж. Локк, Г. В. Лейбніц, І, Кант) торкалися проблеми політичного використання мови, статусу політичної метафори й міфу, намагалися пояснити значення мови для соціалізації та легітимації влади в суспільстві, однак будь-яке відхилення від об’єктивного опису реальності вважали таким, що викривляє істину, й таким, що не повинно існувати. Лише з моменту розрізнення мови й мовлення, яке здійснив Ф. де Сосюр, з виникненням семіотики – науки про механізми передачі інформації, а також після двох хвиль лінгвістичного повороту, термін «політичний дискурс» з’являється в наукових доробках лінгвістів, філософів, психолінгвістів, психологів, істориків, культурологів. Саме розуміння дискурсу, що існувало до ХХ ст., відрізняється від його сучасного визначення, тоді воно позначало лише мисленнєву практику з ознаками послідовності, логічності, що розгорталася в поняттях і судженнях (монологічна форма трактатів та есе), натомість у некласичних і постнекласичних парадигмах обсяг цього поняття змінюється, розділившись на два: для точних природничих наук дискурсом стають наукові висновки, для гуманітарних наук – це система риторичних та естетичних фігур, як вважає російський дослідник Є. Кожем’якін.

2. У міжвоєнний період ХХ ст. політична метафора й політичний міф утрачають статус джерела брехні, отримують статус джерел істини. У цей час виникають науки, присвячені вивченню політичного використання мови як засобу маніпуляції свідомістю людей та урегулювання життя спільноти. Зміна політичної влади з «контролю тіла» на «контроль душі», що, на думку М. Фуко, відбулося в ХХ ст., а також стало одним із тих чинників, які надали мові статусу об’єкта дослідження всіх гуманітарних наук. Наукові спроби зрозуміти «чаклунство політики», що особливо разюче проявилося в політичній пропаганді тоталітарних режимів, а також пояснити зміни, які настали після цих воєн, здійснювали американські лінгвісти та семіотики, розробники когнітивної науки, європейські постмодерністи, представники німецької та французької школи дискурс-аналізу. Наприкінці ХХ ст. політична лінгвістика та політичний дискурс-аналіз стали новими науками, що взялися безпосередньо аналізувати, як використовувати ресурси мови в боротьбі за політичну владу, щоб увіковічнити соціальний порядок, а також – у процесі політичної конкуренції та конструювання ідентичності спільноти. Результати дослідження історіографічної частини.

3. На основі аналізу різних підходів до визначення поняття «дискурс», в цьому дослідженні було сформульовано наступне визначення лінгвістичного терміна: «дискурс» - це мовленнєвотворчий процес і результат мовної діяльності, тісно пов'язаний з екстралінгвістичними факторами, і заснований на спробі зближення мови з соціальною реальністю або, навпаки, дистанціювання від неї. «Політичний дискурс» є інституційним типом дискурсу, що засновано на політичній позиції, поглядах і переконаннях суб’єкта політичної діяльності, мета якого полягає в створенні певної картини світу в суспільстві і вплив на підсвідомість мас переважно за допомогою застосування специфічно забарвленої лексики, орієнтованої на управління поведінкою реципієнта.

4. Важливою особливістю американського політичного дискурсу є мовна маніпуляція, що виявляється в публічних виступах політиків США. Маніпуляція в політичному дискурсі є цілісною мовленнєвою дією, спрямованеоюна масового адресата з метою дистанціювання реципієнта від соціально-політичної дійсності, наслідком чого є завоювання і утримання влади.

5. Президентський дискурс є різновидом політичного дискурсу, і використовується як засіб впливу на великі маси людей. Цей вид дискурсу має постійну мета - переконання, і характеризується набором мовних актів, що представляють собою прагматичну структуру дискурсу, яка відображає його ритуальний характер.

6. Інавгураційна промова займає особливе місце в американському президентському дискурсі, і є політичного кредо лідера, викладом принципів, якими, очільник держави буде керуватися у своїй президентській діяльності. Інавгураційна промова має чіткі цілі: надати ефект переконання, викликавши довіру виборців до майбутнього господаря Білого дому, а також поширити загальну ідею і певну ідеологію в масах. Інавгураційні повідомлення не несуть будь-якої конкретної інформації і шляхів їх вирішення, а спрямовані на пробудження у виборцях прихованих почуттів обов’язку і патріотизму. Вдало побудована інавгураційна промова є ефективним інструментом управління.

7. Основним елементом, в якому знаходить своє відображення культура, є слово; реалія-слово, яке називає об’єкт (явище) культури, що не має точної відповідності в іншій мові. Розглянувши різні підходи до визначення поняття «реалія», в цьому дослідженні приймається наступне визначення: реалії - це слова і (або) словосполучення в одній мові, що не мають точних понятійних відповідників в іншому, що виражають національний і (або) тимчасової колорит, що вказують на соціальну, історичну та культурну спадщину певного народу, що відбивається в його способі життя, а також в політичній і економічній сферах.

8. На основі різних класифікацій реалій, запропонованих дослідниками, розроблена власна класифікація таких одиниць лексики за тематичним принципом в рамках американського політичного дискурсу. Загальна схема класифікації виглядає наступним чином: 1. Суспільно-політичні реалії; 2. Військові реалії; 3. Економічні ралії; 4. Спортивні реалії; 5. Історичні реалії.

**РОЗДІЛ 2**

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АМЕРИКАНСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ**

**2.1. Мовні засоби впливу у сучасному англомовному політичному дискурсі**

Політичний дискурс неодноразово привертав увагу науковців із різних галузей, зокрема і лінгвістів, оскільки зв'язок між мовою і політикою очевидна: жоден політичний режим не може існувати без комунікації. Особливу увагу науковці звертають на його екстралінгвістичні характеристики, а також механізми та технології впливу політика на адресата з метою маніпулювання його свідомістю, адже політичний дискурс є найвпливовішим явищем в сучасній політичній комунікації. Метою дослідження є встановлення мовних засобів впливу на адресата у сучасному англомовному політичному дискурсі шляхом аналізу їх взаємодії в організації змісту аналізованих політичних текстів. Характерною особливістю сучасної політичної лексики є її використання не лише для повідомлення інформації, а й приховування її; вона є не тільки засобом привертання громадської уваги, а й вживається для того, щоб її відвернути або значно послабити [11, с. 313]. Специфіка політичного дискурсу полягає у тому, що він визначає політичні пріоритети суспільства, задає параметри інтерпретації політичних подій, орієнтує членів суспільства у світі політики [6, с. 40], стимулює політичну активність, що може відбуватися прямо (переконання, заклик до дій) або приховано (створення певного емоційного стану, настрою, фону), а також об’єднує членів даного соціуму навколо певної політичної групи і відчужує інші соціальні групи. За твердженням М. О. Діденко, визначальною рисою комунікації в політиці є її спрямування на адресата для того, щоб досягти перлокутивного ефекту – спонукати аудиторію до суспільно-політичної реакції. Учасники політичної комунікації представляють, зазвичай, певні суспільно-політичні позиції, а обмін інформацією відбувається з достатньо яскраво вираженим прагматичним спрямуванням, тобто комунікативний процес у політиці завжди має інтенціональний характер [3, с. 5]. Для досягнення поставленої перлокутивної мети необхідні ретельний відбір і організація адресантом мовних засобів різних рівнів. Кінцевою ланкою у комунікації та об’єктом мовленнєвого впливу в політичному дискурсі завжди є адресат. Адресант свідомо будує своє повідомлення відповідно до концептуальної та емоційно-оцінної моделі адресата, яка й визначає вибір специфічних мовленнєвих засобів та побудову дискурсу в цілому [4, с. 9]. Оформлення дискурсу з урахуванням соціально-психологічної моделі адресата сприяє тому, що інформація адекватно сприймається адресатом, а це означає, що дискурс виконує своє комунікативне завдання. Втім, головне завдання політичного дискурсу – переконати аудиторію в правильності тієї чи іншої позиції, нав’язати свою думку, домогтися певних дій з боку адресата. Саме тому політичний дискурс у всіх його проявах є антропоспрямованим. Для реалізації своєї інтенції адресант політичного дискурсу повинен прогнозувати адресата, що дає йому змогу адекватно побудувати дискурс композиційно, з урахуванням типу інформації та її оцінного аспекту. Працюючи над сценарієм промови, досвідченому політику доводиться ретельно продумувати її композицію і мовне наповнення. При цьому кожний відносно завершений смисловий фрагмент промови (вступ, основна частина, висновок) оформлюється з урахуванням його комунікативно-цільового, змістового та стилістичного призначення. Таким чином, на думку Н. П. Карпчук, для досягнення комунікативного ефекту політик-адресант, формулюючи конкретне висловлювання, змушений вирішувати водночас проблеми побудови моделі адресата, моделювання власних відносин із адресатом та прогнозування його реакцій [4, с. 11]. Для впливу на адресата, політик у своєму дискурсі використовує безліч технологій на різних рівнях мови. Це може бути спеціальна інтонація, щоб привернути увагу аудиторії, порушення правил узгодження часів, щоб підкреслити потрібний аспект, спеціально підібрана лексика, щоб викликати у слухача відповідну реакцію. Для реалізації іллокутивного завдання (донести інформацію до адресата) та досягнення перлокутивного ефекту (спонукати адресата до певних дій) у політичному дискурсі на лексичному рівні використовується: нейтральна лексика (world, effect, matter, person, experience, to become, to admit, to carry), книжкова лексика (vow, challenges, to neglect, to emphasize), терміни (the general maritime law, maritime jurisdiction, admіralty) та номенклатурна лексика (the Civil Code, American admiralty court, the Ministry of Post and Telеcommunications, the National Space Development Agency (NASDA) of Japan) [5, с. 14]. Особливе місце у політичному дискурсі займає розмовна лексика. На думку М. О. Діденко, оратор свідомо пристосовується до стилю усної розмовної мови, тому що розмовні елементи впливають на адресата й іноді викликають таку реакцію, яка неможлива при вживанні лише літературно-нормативних одиниць. Вони роблять спілкування невимушеним і неофіційним. У такий спосіб політична промова уподібнюється розмові, і політику легше навіяти своїм слухачам потрібні думки. Крім того, розмовні слова допомагають політику краще висловити свої думки, дати потрібні оцінки, передати емоційний стан гніву, роздратування, несхвалення, іронії тощо. Важливими елементами і типологічною особливістю політичного дискурсу є також ключові слова і словагасла, які є прикладом актуалізації загальнолітературної лексики. Для них характерна стислість, простота, певна семантична нечіткість, що пояснює їхню частотність вживання, емоційність, а також оцінна поляризація, що сприяє розмежуванню груп на «свої» та «чужі». Основне завдання слів-гасел і ключових слів – якнайшвидше викликати в адресата очікувану реакцію (асоціацію) [3, с. 15]. Крім того, у політичному дискурсі активно використовуються неологізми, евфемізми, іноземні слова, метафори та ідіоматичні вислови. При цьому неологізми вживаються для створення експресивно-емоційного фону. Політик може наповнювати неологізми зручним і потрібним йому раціональним та емоційним змістом. Досить часто неологізми використовуються для опису незручних понять. У цьому випадку вони наближаються за своєю функцією до евфемізмів. Слід також зазначити, що політик, який вдало вживає і створює неологізми, вважається творчою, освіченою особистістю. Це сприяє конструюванню позитивного іміджу політичного діяча і посиленню його впливу на маси. У політичному дискурсі простежується багато фігур замовчування і перефразування, зокрема евфемізмів, що вживаються для того, щоб пом’якшити неприємні повідомлення та переконати електорат чи представників опозиції. Політичні евфемізми допомагають змінити сприйняття аудиторією тих фактів і подій, які можуть викликати антипатію. Вони акцентують увагу на неважливих деталях, витісняючи головне на задній план. Найчастіше евфемізація в політичному дискурсі простежується в таких аспектах як діяльність і приватне життя політиків та їхнього оточення, економічна і політична діяльність владних структур та політичних партій, вибори, воєнні кампанії, засоби нападу і захисту, терористична чи антитерористична кампанія, висвітлення переговорів, самітів у ЗМІ, шпіонаж тощо [6, 42]. Загалом, політичні евфемізми належать до засобів семантичного маніпулювання, завданням яких є формування світогляду реципієнта, вплив на його свідомість і керування поведінкою. З евфемізмами в політичному дискурсі тісно пов’язане таке явище як різна організація семантики інформації, тобто неоднакове найменування одних і тих самих понять політиками, що належать до різних партій. З їхніх вуст ці поняття можуть звучати по-різному. В одних вони мають позитивне значення, в інших – негативне, адже кожен політик наповнює ці терміни власним змістом. Прийом створення двозначності найважливіших політичних понять використовується для маніпулювання свідомістю адресата і підпорядкування його поглядів системі поглядів адресанта [1, с. 60]. Евфемізмами можуть бути й іноземні слова. Вони дають політику змогу використовувати різноманітні нюанси понять, викликати в адресата потрібні емоції, імпонувати йому в мовному плані, уникати тавтології [3, с. 12]. Для впливу на адресата в політичному дискурсі часто використовується політична метафора, яка робить текст простішим для сприйняття, цікавішим, привертає увагу адресата незвичайністю сполучень. Політична метафора є одним з найсильніших засобів впливу на політичну свідомість суспільства . Вона слугує для зміни існуючої політичної картини світу в реципієнта, спонукає його до певних дій і формує в нього емоційний стан, який потрібний адресанту [12, с. 122]. Крім того, метафора може відвертати увагу адресата від слабких місць у системі арґументації. Загалом, маніпулювання суспільною свідомістю за допомогою мови призводить до того, що ідеологічні конотації певних слів спотворюють їхнє значення. Лексико-семантичне коливання в значенні слів виявляється, зазвичай, в таких моделях як старе слово (форма) – новий зміст, старий зміст – нове слово (форма), перифраз, підміна понять, нечіткість значень, семантична контамінація. За твердженням К. С. Серажим, для впливу на адресата політики свідомо використовують такі властивості мови: рухливість семантичної структури слова, складність відмежування конотації від прямих денотативних значень, варіативність денотативних та конотативних значень одних і тих самих мовних знаків під впливом соціальних чинників, багатокомпонентність лексичного і прагматичного значення, існування пізнавального та комунікативного, об'єктивного і суб'єктивного в значенні, синонімічні й асоціативні зв'язки слів, модальність висловлювання та оцінність семантики [8, с. 16]. Щодо синтаксичного рівня політичного дискурсу, то для кращого сприйняття інформації політики віддають перевагу простим реченням. У випадку використання складних речень вони або мають характер формально простого, або головне речення не несе значного інформаційного навантаження. Такі речення створюють видимість міркування з наступним висновком, мають апелятивний, стверджувальний характер. Достатньо частотними є неповні речення. Вони здебільшого наповнюються асоціативно діючими наочними елементами, що посилюють їхній емоційний потенціал, надають тексту динамічності і більшої експресивності. У політичному дискурсі широковживаними є питальні та умовні речення. При цьому питальні речення можуть вживатися як риторичні запитання, що залишаються без відповіді. В іншому випадку на поставлене запитання політик може відповідати відразу, даючи адресату зрозуміти, що вони є однодумцями [3, с. 10]. Щодо умовних речень, то вони спираються на систему арґументації і мають у такому контексті модальне значення. Серед стилістичних фігур на синтаксичному рівні у політичному дискурсі виділяють паралельні конструкції і повтори. Ці фігури підвищують загальну експресію, створюючи особливий ритм фрази або цілого смислового фрагменту, є засобом акцентування найважливіших, змістовних елементів промови, посилюючи вплив виступу на адресата. Крім того, часті повтори є ефективним засобом переконання адресата у правильності певних дій з боку влади. Дієвим синтаксично-стилістичним прийомом у політичному дискурсі є використання паралельних синтаксичних конструкцій, які активно впливають на слухача шляхом чіткого синтаксичного та інтонаційного ритму [10, с. 270]. Деякі політики в найважливіших частинах висловлювання використовують несподівані паузи в межах однієї синтагми. Це зміщує акцент на смисловий центр, що виділяється паузою. Найчастіше паузи використовуються на початку і в кінці політичних висловлювань, адже саме вступ і висновок є найважливішими в політичному дискурсі. Частотне використання модальних дієслів у політичному дискурсі пояснюється їхньою спроможністю подавати висловлювання як обґрунтоване, необхідне, можливе і регулювати модальність усього висловлення, готуючи свідомість адресата і сигналізуючи про наміри, побажання, вимоги політика. Найбільша кількість модальних дієслів використовується у партійному і передвиборному виступах [3, с. 9]. Дослідження політичного дискурсу свідчать також про те, що для впливу на адресата політики широко використовують граматичний час. Для того, щоб лідер викликав довіру електорату, він повинен будувати емоційний, експресивний дискурс. Саме тому мовець часто порушує правила узгодження часів [2, с. 117]. Особливого значення у політичному дискурсі набуває використання займенникових форм, що часто пов’язано з оцінністю. Форми першої особи множини дозволяють політику звертатися до різноманітних груп населення, створювати в них почуття спільності. Говорячи про “ми”, “нашу групу”, політики використовують лише позитивну конотацію [3, с. 11]. Форма першої особи однини характерна для політиків, які вже займають високу посаду, а також для передвиборних виступів. Це пояснюється тим, що кандидат бажає сформувати імідж сильного, рішучого, здатного до реформ політика. Вживаючи займенник "я", він демонструє, що він є лідером, який спроможний зайняти певну керівну посаду. Крім лексико-семантичних та структурно-морфологічних засобів велику роль у впливі на адресата відіграють інтонаційні засоби. На думку Т. І. Саєнко, для того, щоб переконати аудиторію, оратор повинен привернути увагу слухачів силою та звучністю свого голосу, настроїти їх на свої ритми, провести через емоційні спади та підйоми, щоб об’єднатися з нею в єдиний організм, який думає та почуває в унісон [7, с. 90]. Крім того, існує думка, що налаштування на певний ритм і зміна ритму в динаміці тексту не лише привертають увагу до промови і полегшують її сприйняття, а є одним з найсильніших засобів емоційного впливу на слухачів [2, с. 116]. Досить часто в політичному дискурсі використовуються елементи комічного. На думку А. В. Сергієнко, в таких специфічних характеристиках політичного дискурсу як інтенція боротьби за владу, діалогічність, емоційність, інсценування закладені основи для реалізації комічного на всіх рівнях мови. Суспільно-політична роль комічного полягає в тому, що воно викликає зацікавлення політикою в цілому і її представниками зокрема. Використання комічних елементів у політичному дискурсі є найефективнішим в період кризи, зміни курсу країни, передвиборної кампанії, а також у перехідний період [9, с. 80]. При цьому існує думка, що ефективність політичних виступів та промов є досить низькою, тоді коли політик перенавантажує своє мовлення бюрократизмами, спеціальними термінами, надлишковою літературністю, жаргоном, а також через незнання політиком діалекту місцевості, де проходить його виступ [1, с. 68]. Всі ці елементи ускладнюють сприйняття тексту слухачами і унеможливлюють живий контакт політика з аудиторією. Для дослідження лінгвопрагматичних особливостей англомовного політичного дискурсу доцільно використовувати комплексний підхід до аналізу ролі і особливостей взаємодії мовних засобів в організації змісту та вираженні прагматичного спрямування текстів політичних промов. При цьому вплив аналізованих текстів підсилюється численними експресивно-стильовими засобами, що апелюють до адресата: лексичними, фонетичними та синтаксичними. Всі ці засоби використовуються для того, щоб переконати адресата у необхідності виконання ним певних політичних дій; змінити його політичні погляди, переконання та установки; спонукати до тієї суспільно-політичної реакції, що є вигідною для адресанта.

**2.2.** **Особливості американського президентського дискурсу в інаугураційних промовах**

Імідж держави є складеним явищем, одним з обов’язкових символічних компонентів якого є образ очільника держави, у сучасній американській традиції ‑ президента. Президент є процесуальною вільної політичною фігурою, здатною самостійно здійснювати повноцінні комунікативні акти на різних семантичних рівнях оскільки «ораторська мова являє собою найбільш традиційний і максимально персоніфікований вид масового впливу» [16, с. 5], риторичні навички президента набувають особливої важливості в процесі управління державою.

Американська риторика розвивалася під сильним впливом античних теорій красномовства, перш за все, класичної «Риторики» Арістотеля. Нею були запозичені і розвинені ті методи класичної традиції, які вчили оратора перемагати в публічній суперечці, переконувати, впливати на аудиторію.

Американська сучасна риторика ¬ це комплексна багатоаспектна дисципліна, пов’язана з розробкою проблем «створення повідомлень в різних видах усного та писемного мовлення відповідно до задуму комунікатора і урахуванням характеристик одержувача» Важливу роль у розвитку теорії риторики зіграв засновник американської «Асоціації мови» Д. Уінанс, роботами якого відкрили якісно новий етап в розвитку досліджень: з’являється так зване «психологічний» напрям, орієнтований на проблеми управління емоційним станом аудиторії на основі врахування психологічних особливостей сприйняття мови слухачами. написана в 1915 році Уінансом книга «Ораторське мистецтво» зберегла своє практичне значення для американської теорії до теперішнього часу.

Публічні виступи є найважливішою частиною роботи президентів США. Фактично, Білий дім перетворився на справжню фабрику по виробництву текстів виступів, вважається що щорічно середньостатистичний президент США «наговорює» 2,5 тис. сторінок тексту».

С. Кернел, автор дослідження "Going Public: New Strategies of Presidential Leadership" ( «На шляху до народу: Нові стратегії президентського лідерства»), стверджує, що виступи президентів мають неймовірно важливе значення. Таким способом президенти звертаються за підтримкою до американської публіки. Якщо ця підтримка надається, то у президента з’являється набагато більше простору для політичного маневру і більше важелів впливу, перш за все на вищий орган законодавчої влади США - Конгрес.

Публічний виступ громадсько-політичних діячів США, зокрема президента країни, є тексти, створені з метою переконання, або, в більш широкому сенсі ‑з метою соціально-політичного впливу. Політичний текст має подвійну функцію: повідомити певну інформацію і надати емоційно-психологічний вплив на аудиторію, а саме ‑ спонукати її до певної дії. Все це реалізується в президентському дискурсі.

Президентський дискурс є різновидом політичного дискурсу. Він використовується як засіб впливу на велику аудиторію не тільки всередині країни, але і в міжнародному масштабі. Основна функція цього виду дискурсу ‑ переконання. Президентський дискурс характеризується набором мовних актів, що представляють собою прагматичну структуру дискурсу, яка відображає його ритуальний характер. У президентському дискурсі значущим є не тільки зміст, а й наявність певних частин, що виконують прагматичні функції. Стійкий набір мовних актів, що утворюють прагматичну структуру президентського дискурсу, може розглядатися як культурно-обумовлений. Такими мовними актами в прагматичної структурі американського президентського дискурсу є такі: аналіз політичної та економічної ситуації в країні, позначення цілей адміністрації в економічній і політичній сферах, підтвердження прихильності адміністрації традиційним американським цінностям, обіцянку успіху, заклики нації підтримати курс президента, самоідентифікація американського народу як обраного понад носія ідей справедливості, освіченості і свободи, зміцнення іміджу сильного президента, підтвердження партнерських і дружніх відносин з іншими країнами. Ментальна модель позитивної самопрезентації відображає образ США як обраного понад носія свободи, борця за справедливу справу, жертви тероризму, захисника своїх цінностей в боротьбі проти реального і можливого ворога [37, с. 26].

У своїх публічних виступах американські президенти використовують ораторські навички з метою зближення народу з президентом, народження в серцях і умах громадян довіри до глави держави і його адміністрації. Формується менталітет усього американського народу, створюються такі образи і стереотипи, які міцно вживаються в свідомість громадян і передаються наступним поколінням.

Концепт патріотизму репрезентується в американському президентському дискурсі для надання прагматичного впливу на аудиторію. Слід уточнити, що в цьому дослідженні термін «концепт» розглядається в лінгвістичному ракурсі як одиниця когнітивного рівня, конденсується колективна свідомість, що несе культурний і тимчасової компоненти. Вживання терміну «концепт» у дослідженні обґрунтовано уточненням того чи іншого зміст, а й наявність певних частин, що виконують прагматичні функції. Стійкий набір мовних актів, що утворюють прагматичну структуру президентського дискурсу, може розглядатися як культурно-обумовлений. Такими мовними актами в прагматичної структурі американського президентського дискурсу є такі: аналіз політичної та економічної ситуації в країні, позначення цілей адміністрації в економічній і політичній сферах, підтвердження прихильності адміністрації традиційним американським цінностям, обіцянку успіху, заклики нації підтримати курс президента, самоідентифікація американського народу як обраного понад носія ідей справедливості, освіченості і свободи, зміцнення іміджу сильного президента, підтвердження партнерських і дружніх відносин з іншими країнами. Ментальна модель позитивної самопрезентації відображає образ США як обраного понад носія свободи, борця за справедливу справу, жертви тероризму, захисника своїх цінностей в боротьбі проти реального і можливого ворога [37].

Апелюючи до почуття патріотизму, оратор створює сприятливий фон для сприйняття мови, викликає емоційний відгук у аудиторії, підвищує довіру до своїх слів [Чікільова]. Так, президент Джордж Буш мл. захоплюється героїчним характером американців після трагедії 11 вересня 2001-го року. Ніщо, за словами президента, не в силах послабити США, знищити велич американського народу:

- *«... our country is strong. A great people has been moved to defend a great nation. Terrorist attacks can shake the foundations of our biggest buildings, but they can not touch the foundation of America. These acts shattered steel, but they can not dent the steel of American resolve*» (George W. Bush, 9/11 Address to the Nation, September 11, 2001).

Глава уряду виділяє такі якості американців як хоробрість, стійкість, твердість духу, а також почуття співпереживання:

- «*The American people have responded magnificently, with courage and compassion, strength and resolve. As I have met the heroes, hugged the families, and looked into the tired faces of rescuers, I have stood in awe of the American people*» (George W. Bush, State of the Union Address, January 29, 2002).

У вищенаведених текстах чітко простежується вказівка на унікальність США і американців, які, навіть в період відчаю, не падають духом і залишаються вірні своїм принципам.

У цілому, в американському президентському дискурсі часто говориться про винятковість і могутність американської нації, що є ефективним способом встановлення сприятливих взаємовідносин з аудиторією. Наведемо кілька прикладів:

- «... *Its principles (of the USA) have guided our footsteps in times of crisis* *as well as in times of calm. Its democratic institutions - including this historic body* - *have served as beacon lights for other nations as well as for our sister States. For what Pericles said of the Athenians has long been true of this commonwealth: "We do not imitate, for we are a model to others*» (John F. Kennedy, Address to a Joint Convention of the General Court of The Commonwealth of Massachusetts, January 9, 1961).

- «*We are the nation that has a government - not the other way round. And this makes us special among the nations of the earth*» (Ronald Reagan, Inaugural address, January 20, 1981).

- «... *we’re the brightest beacon for freedom and opportunity in the world, and no one will keep that light from shining*» (George W. Bush, Address to the Nation, September 11, 2001).

У прикладах, наведених вище, простежується тенденція керівників Білого дому звеличувати США і підкреслювати її лідируючу роль у світі. Тим часом, успіх американців у багатьох сферах життєдіяльності сприяє формуванню ще більшої віри в перевагу своєї країни. Віра в унікальність нації підкріплюється оптимізмом, що є невід’ємною рисою характеру американців. Т. Самохіна стверджує, що прихильність американців до позитивного мислення приймається в США як «найбільш поширена життєва філософія» [32]. Оптимістичний настрій характерний і для президентського дискурсу. Так, через рік після трагедії 11-го вересня, президент Джордж Буш мл. з оптимізмом говорить про кращі риси, властиві американцям:

- «*None of us would ever wish the evil that was done on September the 11th. Yet after America was attacked, it was as if our entire country looked into a mirror and saw our better selves. We were reminded that we are citizens, with obligations to each other, to our country, and to history. We began to think less of the goods we can accumulate, and more about the good we can do. For too long our culture has said, «If it feels good, do it. Now America is embracing a new ethic and a new creed: «Let's roll.»* "(George W. Bush, State of the Union Address, January 29,

2002).

Незважаючи на економічну кризу в країні, президент Барак Обама не втрачає оптимізму при зверненні до свого народу:

- «*There is по doubt that times are still tough. By no means are we out of the woods just yet. But from where we stand, for the very first time, we are beginning to see glimmers of hope. ... A leveling out of economic activity is the first step toward recovery»* (Obama Says Economy 'Not Out of the Woods' 2009 http://www.pbs.org).

Таким чином, оптимізм американців і надія на світле майбутнє підкріплюється промовами президентів, в яких важливу роль відіграє ораторську майстерність політика.

За даними історика Лін Рагсдейл, автора книги «Статистика Президентства» («Vital Statistics on the Presidency»), різні президенти США проявляли різний рівень ораторської активності. Автор проаналізувала статистику з початку 1920-х років до середини 1990-х і враховувала лише важливі мови. Найбільш красномовним господарем Білого дому став Річард Ніксон, який щорічно вимовляв 8,1 важливих речей. Герберт Гувер, навпаки, вважав за краще зберігати мовчання - 1,8 мовлення за рік правління. Для порівняння, у Білла Клінтона (врахований тільки перший термін президентства) цей показник дорівнює 3,5, у Джорджа Буша старшого - 4,3, у Рональда Рейгана (другий термін) - 6,8 [49].

Сучасна практика ораторського мистецтва США відродила до життя давню професі «speech writer» ‑ яка складає промови для політичних діячів. Більшість господарів Білого дому користувалися їх послугами при підготовці до виступів. Спічрайтер - це перекладач, який переводить бюрократичну і академічну мову на людську, і робить складне - простим. У зв’язку з цим показова фраза відомого політика США середини XX століття Томаса Дьюї, яка увійшла в американський політичний фольклор: «Людина, яка пише промови для президента, керує країною» [22]. Спічрайтери часто залучають до роботи над виступами президента та інших співробітників Білого дому. Зазвичай автор тексту співпрацює з одним або декількома «дослідниками» - фахівцями (іноді це вчені зі світовим іменами), які готують фактичну основу мови, підбирають цифри, факти, історичні приклади, перевіряють їх і так далі. Методи роботи президентів зі спічрайтерами залежать від характеру і звичок перших осіб держави. Деякі з них завжди і у всьому спиралися на роботу своїх помічників. Інші (Білл Клінтон) воліли спиратися на свої сили [49].

Є кілька типів промов, які зобов’язаний вимовляти кожен президент країни. При вступі на посаду, новий глава США вимовляє «Інавгураційну промову». Цю промову традиційно транслюють більшість теле- і радіокомпаній США, а великі газети передруковують її текст повністю. Вважається, що саме цей виступ дозволяє зрозуміти пріоритети нового глави держави. Спічрайтери намагаються додати в інавгураційну промову яскраву фразу, яка стане лейтмотивом політики нового президента. Спочатку такі висловлювання адресувалися виключно учасникам церемонії, пізніше вони стали сприйматися як своєрідна політична декларація нового глави США, звернена до всіх американців і жителям планети. Цією мови традиційно приділяється багато уваги, оскільки вважається, що, крім традиційних дипломатичних формул, в ній містяться вказівки на те, як глава держави передбачає діяти протягом чотирьох років.

В останні десятиліття інавгураційні промови президентів США будуються за однією і тією ж схемою. Президенти, як правило, підкреслюють свій намір тим або іншим чином оновити США. Крім того, у всіх промовах міститься заклик до єдності. Більш докладно інавгураційний тип мовлення буде розглянуто по закінченню даного параграфа.

Друга промова, що відноситься до «обов’язкової програми» президентів - «Послання до Конгресу» («State of the Union Address»), яку виголошують на початку кожного року ‑ в січні. Як і інавгураційні промови, «Послання до Конгресу »зазвичай збирає величезну аудиторію слухачів. Головна мета такої промови - визначити пріоритети розвитку США на майбутні 12 місяців. Історики Керлін Кембелл і Кетлін Джемісон - автори книги «Вчинки, зроблені на словах» («Deeds Done in Words»), відзначають, що всі «Послання до Конгресу», що їх говорили президенти США, засновані на трьох «китах»: по-перше, міркування на моральні теми; по-друге, перерахування важливих проблем і їх оцінка, по-третє, конкретні політичні рекомендації.

Текст кожної промови є результатом закулісної боротьби між різними чиновниками і міністерствами. Тому в цій промові використовуються «кодові» фрази, іноді не помічаються широкою публікою, яка не знає, про що йде мова. Наприклад, якщо президент заявляє, що він вважає, що той чи інший проект є програмою «особливої важливості», це означає, що програма має хороші шанси отримати додаткове бюджетне фінансування. Важливо також, які країни і в якому контексті було згадано в цій промові. Президенти завжди користувалися сторонньою допомогою при підготовці цієї мови.

Президенти США в обов’язковому порядку виголошують промови на з’їздах (конвенціях) своїх партій («Presidential Nomination Acceptance Speeches»). Це робиться напередодні нових виборів - однопартійці формально схвалюють кандидатуру чинного глави держави в якості офіційного кандидата своєї партії. Конвенційні мови, як правило, будуються за простою схемою: президент доповідає про свої успіхи на ниві управління країною і будує плани на майбутнє. Трансляції з партійних з’їздів також привертають велику увагу громадян США і тому вважаються особливо важливими, - вони багато в чому впливають на результати майбутніх виборів.

Існує також традиція щотижневого радіозвернення президента до народу («Saturday Radio Addresses»), які виходять в ефір по суботах. Як правило, вони присвячені розмови про поточні проблеми країни. Подібні мови повинні бути легкі для сприйняття і часто забезпечені жартами. Менш відомі виступи в Рожевому саду Білого дому («RoseGarden Speeches»). Промови, виголошені в саду, як правило, присвячені приємним подіям -‑ привітання спортсменів, учених, громадських діячів, зустрічам з різного роду делегаціями американців та інше. Зазвичай ці промови значно коротші, більш розважальні за змістом і, як правило, рідко цитуються політологами і істориками

Інший тип промов виголошується при призначенні президентом кандидата на високу державну посаду ‑ запропонована ним кандидатура повинна отримати схвалення Сенату. Президенти коротко пояснюють, які завдання має вирішувати те чи інше відомство, і доводять, що кандидат ідеально підходить для вирішення подібних завдань.

Дослідження Міжнародного Університету Флориди і Джорджтаунського Університету (опубліковано журналом «Journal of Psycholinguistic Research») показало, що на зміст і інтонацію промов істотно впливають стать і раса політика. Значна частина дослідження присвячена Бараку Обамі. Автори відзначають, що його промови кардинально відрізняються від промов, які вимовляли великі політики-афроамериканці ‑ такі, як Мартін Лютер Кінг і Джессі Джексон. На відміну від них, Барак Обама постійно підкреслює впевненість у власних силах, спокій і здатність зберігати холоднокровність в умовах стресу. При цьому в своїх публічних виступах президент Обама, як правило, набагато обережніше білих політиків і більш витончено використовує зміну інтонації, сленг і просторіччя. З лексики президента зникли такі нерідко повторювалися Джорджем Бушем-молодшим, вирази як «islamofascism» («ісламо-фашизм»), «global war on terrorism» («глобальна війна проти тероризму»), «аxis of evil» («вісь зла»). Барак Обама обережний у висловлюваннях, дипломатичний, передбачає можливі наслідки своїх висловлювань, що дозволило йому бути більш гнучким у міжнародних справах.

Багато промов президентів США нині вважаються зразками ораторського мистецтва, а фрази з них стали «крилатими» висловами.

Стівен Лукас, професор риторики з Університету Вісконсіна і його колега Мартін Медхарст з Університету Техасу на основі опитування 137 експертів опублікували перелік ста найбільших промов США XX століття. Рейтинг був складений на основі двох критеріїв: по-перше, ораторській майстерності і, по-друге, того впливу, який та чи інша мова мала на Сполучені Штати. Ще одна умова ‑ оратор повинен був бути постійним жителем США.

В першу десятку найбільш видатних промов Америки увійшли і кілька творінь президентів країни. Перше місце посіла промова під назвою "I Have a Dream" («У мене є мрія») видатного громадського діяча і борця за права людини Мартіна Лютера Кінга, виголошена у серпні 1963 року у Вашингтоні. Багато в чому саме ця промова зумовила надання темношкірим американцям рівних прав з білими. На другому місці інавгураційна промова Джона Кеннеді (1961 г.), у якій він закликав до створення більш безпечного світу, на третьому -інаугураціонная мова Франкліна Рузвельта (1933 г.), у якій Рузвельт оголосив про свої плани боротьби з Великою Депресією в США і зумів вдихнути в американців надію на подолання економічної кризи.

У число найбільших ораторських шедеврів США також потрапили: промова Барбарою Джордан на Конвенції Демократичної партії США (1976 г.), промова Річарда Ніксона (тоді кандидата у віце-президенти Сполучених Штатів), у якій він доводив свою неучасть в корупційному скандалі (1952 г.), промова радикального політика Малькольма (1961 г.), звернення президента Рональда Рейгана до народу про боротьбу зі стихійними лихами (1986 рік), ще одна промова Джона Кеннеді, виголошена в 1960 році перед членами Асоціації Державних Службовців Х’юстона, і «Послання до Конгресу» президента Ліндона Джонсона, в якій він закликав надати рівні виборчі права всім американцям (1965 р).

Багато фраз, озвучені президентами США, ставали широко відомими і знаходили довге життя не тільки в Сполучених Штатах, але і у всьому світі. До числа деяких з них відносяться :

- «*Liberty, when it begins to take root, is a plant of rapid growth*» «Свобода, раз вона пустила коріння, швидко зростає» (Джордж Вашингтон).

- «*The shepherd drives the wolf from the sheep's for which the sheep thanks the shepherd as his liberator, while the wolf denounces him for the same act as the destroyer of liberty. Plainly, the sheep and the wolf are not agreed upon a definition of liberty*».

«Вівця і вовк по-різному розуміють слово «свобода», в цьому сутність

розбіжностей, які панують в людському суспільстві » (Авраам Лінкольн).

- «*Speak softly and carry a big stick; you will go far*».

«He підвищуй голосу, але тримай напоготові велику палицю, і ти далеко підеш» (Теодор Рузвельт).

- «*Mankind must put an end to war before war puts an end to mankind*».

«Або людство покінчить з війною, або війна покінчить з людством» (Джон Кеннеді).

- «*Ask not what your country can do for you - ask what you can do for your Country*». «He питай, що твоя батьківщина може зробити для тебе, - спитай, що ти можеш зробити для своєї батьківщини» (Джон Кеннеді).

- «*Abortion is advocated only by persons who have themselves been born*».

«Аборти захищають виключно ті люди, які самі вже народилися» (Рональд Рейган).

Таким чином, президентський дискурс ‑ різновид політичного дискурсу, який грає найважливішу роль в процесі формування соціальних відносин всередині держави, а також у зовнішньополітичних процесах. Особливим завданням в світі великої політики стає оволодіння ораторськими навичками, у чому більшість американських президентів домоглося колосальних успіхів. Риторичні особливості промов президентів, вміння чітко і грамотно поставити свою промову, здатність переконувати і створювати власну політичну реальність сприяють ефективному управлінню державою і досягнення певних політичних цілей. Президентський дискурс в США – це не тільки дискурс політичних лідерів, але також втілення американських цінностей, менталітету, ідеології і т.д.

Невід’ємною складовою президентського дискурсу є інавгураційна промова, яку майбутній керівник Білого дому зобов’язаний вимовити при вступі на посаду президента. Цей тип мовлення займає особливе місце в жанровій структурі політичного, сам же процес інавгурації надзвичайно важливий для будь-якого політичного лідера.

Інавгураційну звернення президента до нації, що з’єднує осмислення минулого і майбутнього на тлі справжнього, надає президенту США унікальну можливість апелювати до національних цінностей, волаючи до національної гордості і моральним почуттям людей за допомогою майстерної риторики, реконструює картину політичної реальності.

Інавгураційну звернення, як різновид політичного дискурсу, є невід’ємною складовою американського президентського дискурсу, і являє собою один із феноменів культурно-історичної ідентифікації США. Церемонія інавгурації розвиває патріотизм, об’єднує країну, очолювану новим лідером, і забезпечує організований процес зміни влади. В інавгураційних повідомленнях, як правило, передбачається краще майбутнє. Формування почуття патріотизму, концепту величі американців, концепту гордості за свою країну відбувається за рахунок використання лексики з позитивною конотацією, за допомогою прикметників в порівняльній і найвищому ступенях порівняння [31].

Згідно О. Шейгал, інавгураційну звернення має такі особливості: воно однозначно марковано одиничним адресантом, жорстко прив’язане до певного політичного події, фіксоване в часі і просторовому плані [Шейгал].

Інавгураційна промова є вираженням політичного кредо лідера, викладом принципів, якими, глава держави керуватиметься але внутрішній і зовнішній політиці. Цей жанр характеризується використанням лексики, що позначає традиційні ідейні цінності і національні ментальні особливості американського суспільства. Необхідно відзначити, що інавгураційна промова являє собою важливий ідеологічний документ, оскільки саме в ній були сформульовані відмінні риси американської внутрішньої і зовнішньої політики. У повідомленнях, як правило, відсутня будь-яка новизна, і «важливим виявляється не стільки зміст висловлювання, скільки сам факт його проголошення. У цьому полягає найважливіша і унікальна особливість інавгураційній промові як жанру: вона є не просто мовним дією, але дією політичним » [36].

Використання прономінальних форм першої особи множини має особливе значення, тому що вони допомагають створити і передати атмосферу взаєморозуміння між промовцем і слухачами, дають змогу політику реалізувати свої цілі: звертатися до різних груп населення, встановлювати зв’язки в межах групової свідомості залежно від своїх намірів, формувати почуття спільності, залучати адресатів на свій бік, прямо звертаючись до них і побічно представляючи себе та свою програму. Наприклад: ...*we will continue to give unfaltering support to the United Nations and related agencies, and we will continue to search for ways to strengthentheir authority and increase their effectiveness*. — Президент Г. Трумен у своїй інавгураційній промові вживає займенник «we», щоб ноголосити, що він виступає від імені усіх американців та обіцяє, що вони і надалі надаватимуть підтримку Організації Об‘єднаних Націй з метою зміцнення її авторитету та підвищення ефективності її роботи. конструкції з особовим займенником «I» та присвійними займенниками «my/mine» сприяють більш повному і експліцитному вираженню особистого. Особовий займенник I позиціонує президента як сильну особистість політика, який здатен впоратись з державними проблемами і вивести країну на новий рівень. Наприклад: «*I made the decision thatthe atomic bomb had to be used to end it. I made that decision in the conviction it would save hundreds of thousands of lives – Japanese as well as American*». Президент Г. Трумен повністю бере на себе відповідальність за застосування атомної бомби проти Японії у Другій світовій війні. На його думку, прийняття такого рішення є обґрунтованим – спасіння сотні тисяч життів як американців, так і японців. На лексичному рівні широке розповсюдження отримують слова із позитивною конотацією та дієслово must (must make their fateful choice – повинен прийняти критично важливе рішення). Використання прикметника «*every* (кожен)» збільшує контактність промови (*every* American – кожен американець, every state – кожен штат). Америка та американці отримують наступні денотати (*peaceful* – мирні, peaceloving – миролюбні, responsible – відповідальні , conscious – свідомі, brave – хоробрі). Висока контактність промови досягається за рахунок використання займенника «ми» у якості «ми спільного» (*our people – наш народ, around us – навколо нас, problems unite us – проблеми об’єднують нас, citizens of the world* – громадяни світу).

Наказовий спосіб дієслова через наказ, прохання, побажання,заклик, пораду виражає спонукання до дії. Дія реально ще не існує і не існувала, але той, хто говорить, сподівається що вона повинна відбутися. Наприклад: «*And so, my fellow Americans, ask not what your country can do for you; ask what you can do for your country*» – президент Дж. Ф. Кеннеді наголошує на тому, що так само, як США має здатність зробити щось для своїх жителів, так і американці мають можливість зробити щось для своєї країни, спонукає їх до певних дій, які сприятимуть процвітанню країни, її могутності та величі. Додатковими засобами вираження ставлення мовця до дії в реченні вважаються модальні дієслова, які представляють дію як обов‘язкову або необов‘язкову, можливу або неможливу, певну або сумнівну тощо. Первинна функція модальних дієслів полягає саме у вербалізації, маркуванні авторського психологічного емоційного стану, ставленні докомунікативної ситуації та її складових, пом’якшенні категоричності функціональних дієслів. Отже, цілком природною є популярність модальних дієслів під час політичних промов.

Президент Б. Обама намагається активно вживати дієслова для більшої переконливості своєї мови. У його політичних виступах дієслова та прості дієслівні конструкції вказують на те, що сам суб’єкт речення є виконавцем дії, підкреслюючи активний характер політики Б. Обами: «*We will build the roads and bridges, the electric grids and digital lines that feed our commerce and bind us together. And we will transform our schools and colleges and universities to meet the demands of a new age. All this we can do. And all this we will do*». Народ сам будуватиме свою країну. Важливим засобом впливу в президентській промові виступають також іменники та прикметники з позитивним/негативним оцінним значенням. Наприклад: *wealth, safety, respect, honesty, prosperity, charity, generosity, tolerance* (іменники, що виражають позитивну оцінку), war, weapon, poverty, slavery, humiliation, danger, violence, disaster (іменники, що виражають негативну оцінку), f*ree, equal, courageous, faithful, brave, democratic, friendly, peaceful (*прикметники, що виражають позитивну оцінку*), dangerous, greedy, indifferent, afraid, broken, defeated, unemployed, selfish* (прикметники, що виражають негативну оцінку). Вони маркують психологічну емоційність, створюють контакт з аудиторією, виражають суб’єктивну спрямованість змісту, роблячи його більш зрозумілим, слугують логічним зв‘язком між реальним станом речей та бажаною для мовця картиною, мають на меті утримання уваги аудиторії, посилення експресивності та уникнення негативної реакції, тобто впливають не лише на когніцію, а й на емоції, а отже відбувається своєрідна маніпуляція думкою слухачів. Наприклад: *In all my public and private acts as your President, I expect to follow my instincts of openness and candor with full confidence that honesty is always the best policy in the end*. – Джеральд Р. Форд, приймаючи присягу, обіцяє у всіх своїх державних і приватних вчинках слідувати своїм інстинктам відкритості та відвертості з повною упевненістю, що чесність завжди найкраща політика.

Відмінною рисою інавгураційного звернення є вираз надії на світле майбутнє, подяки попередньому керівнику. Обов’язково використовується лексика з позитивною конотацією, ретельно підбираються метафори і емоційно забарвлені вирази. Таким чином, оратор «впливає на емоційну сферу слухачів, викликає в їх уяві вигідні йому асоціації і формує позитивне ставлення до цього керівника» [36]. Засобом встановлення контакту можна також вважати і деякі конструкції, що призначені для вводу та містять у собі звернення для аудиторії (як ви розумієте, як ви бачите, як нам відомо – *as you can see, as you know*). Ці конструкції є засобом встановлення солідарності. Контактність промови також формують спонукальні речення (погодьтеся, запам’ятайте, вирішуйте – *let us, we will, believe* etc.). Конструкції із з’ясувальними підрядними привносять додатковий відтінок модальності (ясно, що; зрозуміло, що – *it’s clear, that; we know that…).* вживання у промові іменників та прикметників з позитивним\негативним оцінним значенням виявляється цілкомдоречним. Вони маркують психологічну емоційність, створюють контакт з аудиторією, слугують логічним зв’язком між реальним станом речей та бажаною для мовця картиною, тобто впливають не лише на когніцію, а й на емоції, а отже відбувається своєрідна маніпуляція думкою слухачів.

На синтаксичному рівні вживання простих речень дозволяє президенту-оратору бути більш виразним і переконливим, ближчим до народу. Його виступ стає краще зрозумілим та доступнішим для різних соціальних верств населення. Наприклад: *That false philosophy is communism*. Так, Г. Трумен у своїй промові визначає комуністичний режим, порівнюючи його з демократією. Комунізм – це помилкова філософія, яка ґрунтується на обмані, знущанні, бідності і тиранії, режим, за якого людину можуть заарештувати без підстав, покарати без суду. Складні речення свідчать про бажання автора передати як причинно-наслідкові зв‘язки, так і умовні, тимчасові: *That regime adheres to a false philosophy which purports to offer freedom, security, and greater opportunity to mankind*. Вживання риторичних запитань у президентських промовах має на меті привернення уваги, посилення враження, емоційності висловлювання, створення піднесеного настрою. Наприклад, Б. Клінтон за допомогою риторичного запитання підкреслює головне завдання, яке постає перед ним та усіма американцями  ‑ забезпечити існування єдиної нації, єдиного народу, зі спільною долею: The challenge of our past remains the challenge of our future: *Will we be one Nation, one people, with one common destiny, or not?*. Парцельовані конструкції, парантеза — виступають як спосіб смислового зміщення акцентів, наприклад: *Whether you voted for the very first time or waited in line for a very long time – by the way, we have to fix that – whether you pounded the pavement or picked up the phone you made your voice heard and you made a difference* [4]. Так, Б. Обама визначає своїм головним завданням покращення умов проживання та надання послуг у США, наприклад у день виборів люди не повинні стояти в довгих чергах.

Інверсія привертає увагу аудиторії до найважливішого в тексті промови: «From this faith we will not be moved». Г. Трумен підкреслює, що він та американський народ ніколи не відмовляться від своїх переконань. Анафоричні конструкції створюють і підтримують особливий ритм. До функцій повтору, як лексико-синтаксичного стилістичного прийому, відносять – утримання уваги слухача, заручення згодою вислухати мовця, забезпечення порозуміння. Повтор слугує для більшого впливу на аудиторію, щоб привернути її на свій бік. Наприклад: «*We believe that all men have a right to equal justice under law and equal opportunity to share in the common good. We believe that all men have a right to freedom of thought and expression. We believe that all men are created equal because they are created in the image of God*».[5]. Усі люди мають мають рівні права, є рівними перед законом, мають право на вільне волевиявлення — це твердження досить яскраво відображає національну ідею американців. Синтаксичний паралелізм ґрунтується на однотипній синтаксичній побудові двох або більше суміжних мовних одиниць, що породжує відчуття їхньої симетрії, сприяє створенню більш розгорнутої, послідовної форми передачі смислу висловлювання. Наприклад: «*What makes America exceptional are the bonds that hold together the most diverse nation on Earth, the belief that our destiny is shared*». Б. Обама стверджує, що вийнятковість Америки забезпечують саме зв‘язки, які об‘єднують найстрокатішу за етнічною ознакою націю на Землі, віра у спільну долю. Ці синтаксичні конструкції надають особливої гостроти висловлюванню, підкреслюють думку політика, виділяють у промові найважливіше.

Інавгураційні виступу зазвичай починаються з таких звернень, як «fellow citizens», «ту countrymen», «dear citizens», «friends and fellow citizens», «fellow countrymen», «fellow citizens of the United States». Найбільш часто вживаються перші два звернення – «fellow citizens» і «to countrymen». У деяких випадках, після звернення до аудиторії, президенти починають свою промову з заяви, пов’язаного з традицією інавгурації:

- «*Senator Hatfield, Mr. Chief Justice, Mr. President, Vice President Bush, Vice President Mondale, Senator Baker, Speaker O'Neill, Reverend Moomaw, and my fellow citizens: To a few of us here today, this is a solemn and most momentous occasion; and yet, in the history of our Nation, it is a commonplace occurrence. The orderly transfer of authority as called for in the Constitution routinely takes place as it has for almost two centuries and few of us stop to think how unique we really are. In the eyes of many in the world, this every-4-year ceremony we accept as normal is nothing less than a miracle*» (Ronald Reagan, First Inaugural Address, January 20, 1981).

- «*Vice President Cheney, Mr. Chief Justice, President Carter, President Bush, President Clinton, members of the United States Congress, reverend clergy, distinguished guests, fellow citizens: On this day, prescribed by law and marked by ceremony, we celebrate the durable wisdom of our Constitution, and recall the deep commitments that unite our country*» (George W. Bush, Second Inaugural Address, January 20, 2005).

Іноді президенти починають свою промову, не використовуючи звернення до аудиторії:

- «*For myself and for our Nation, I want to thank my predecessor for all he has done to heal our land*» (Jimmy Carter, Inaugural Address, January 20, 1977).

- «*As I begin, I thank President Clinton for his service to our nation. And I thank Vice-President Gore for a contest conducted with spirit, and ended with grace*» (George W. Bush, First Inaugural Address, January 21, 2001).

У наведених прикладах із звернень Джиммі Картера і Джорджа Буша мл. мова починається з висловлення подяки попередньому президенту, яке використовується замість одиниці мовного етикету, що виражає вітання.

У головній частині інавгураційній промові зазвичай повідомляється про труднощі, які переживає країна на момент вступу нового керівника на посаду президента:

- «*While many of our citizens prosper, others doubt - the promise, even the justice, of our own country. The ambitions of some Americans are limited by failing schools and hidden prejudice and the circumstances of their birth; and sometimes our differences run so deep, it seems we share a continent, but not a country*» (George W. Bush, Inaugural Address, January 20, 2001).

- «*That we are in the midst of crisis is now well understood. Our nation is at war, against afar-reaching network of violence and hatred. Our economy is badly weakened, a consequence of greed and irresponsibility on the part of some, but also our collective failure to make hard choices and prepare the nation for a new age. Homes have been lost; jobs shed; businesses shuttered. Our health care is too costly; our schools fail too many; and each day brings further evidence that the ways we use energy strengthen our adversaries and threaten our planet*» (Barack Obama's Inauguration Address, January 20, 2009).

Далі повідомляється про рішення проблем, що стоять перед країною, даються різного роду обіцянки, щоб ті, хто слухає перейнялися великою довірою до майбутнього господаря Білого дому:

- «*... we will reclaim America's schools, before ignorance and apathy claim more young lives; we will reform Social Security and Medicare, sparing our children from struggles we have the power to prevent; we will reduce taxes, to recover the momentum of our economy and reward the effort and enterprise of working Americans; we will build our defenses beyond challenge, lest weakness invite challenge; and we will confront weapons of mass destruction, so that a new century is spared new horrors. ... We will defend our allies and our interests; we will show purpose without arrogance; we will meet aggression and bad faith with resolve and strength; and to all nations, we will speak for the values that gave our nation birth*» (George W. Bush, Inaugural Address , January 20, 2001).

- «*The state of our economy calls for action: bold and swift. And we will act not only to create new jobs but to lay a new foundation for growth. We will build the roads and bridges, the electric grids and digital lines that feed our commerce and bind us together. We will restore science to its rightful place and wield technology's wonders to raise health care's quality and lower its costs. We will harness the sun and the winds and the soil to fuel our cars and run our factories. And we will transform our schools and colleges and universities to meet the demands of a new age. All this we can do. All this we will do*» (Barack Obama, Inauguration Address, January 20, 2009).

Якщо президент переобраний ще на один термін, то він каже про перемоги, досягнутих в попередній період. Основний акцент робиться на ідейному змісті подій, що відбулися, на їх ролі в зміцненні духу Америки і затвердження американських цінностей:

- «*In these four years, we have been touched by tragedy, exhilarated by challenge, strengthened by achievement. America stands alone as the world's indispensable nation. Once again, our economy is the strongest on Earth. Once again, we are building stronger families , thriving communities, better educational opportunities, a cleaner environment. Problems that once seemed destined to deepen now bend to our efforts: our streets are safer and record numbers of our fellow citizens have moved from welfare to work*» (Bill Clinton, Second Inaugural Address , January 20, 1997).

- «*The world is no longer divided into two hostile camps. Instead, now we are building bonds with nations that once were our adversaries. Growing connections of commerce and culture give us a chance to lift the fortunes and spirits of people the world over. And for the very first time in all of history, more people on this planet live under democracy than dictatorship*»

Слід зазначити, що майже кожен президент, подібно Біллу Клінтону, в своїй інавгураційній промові говорить про національну винятковість США, що є невід’ємною складовою президентських інавгураційних звернень.

У другій інавгураційній промові президент Джордж Буш мл. говорить про успіхи і досягнення нації в особі його адміністрації, підкреслюючи єдність і згуртованість американського народу: - «*Yet because we have acted in the great liberating tradition of this nation, tens of millions have achieved their freedom. And as hope kindles hope, millions more will find it. By our efforts, we have lit afire as well - afire in the minds of men. It warms those who feel its power, it burns those who fight its progress, and one day this untamed fire of freedom will reach the darkest corners of our world*».

- «*We felt the unity and fellowship of our nation when freedom came under attack, and our response came like a single hand over a single heart. And we can feel that same unity and pride whenever America acts for good, and the victims of disaster are given hope, and the unjust encounter justice, and the captives are set free*» (George W. Bush, Second Inauguration Address, January 20, 2005).

Таким чином, в інавгураційній зверненні президента США надається можливість апелювати до найбільш піднесених почуттів людей, викликати назовні їх прихований в повсякденній суєті патріотичний настрій і, тим самим, заручитися додатковою емоційною підтримкою населення. Основний акцент робиться на великих традиціях Америки, йдеться про важливу роль США як приклад для наслідування і помічника для інших країн у встановленні демократії і свободи.

Свобода як цінність є символом свободи як невичерпного ресурсу соціально-економічного розвитку суспільства і свободи як інструменту. За допомогою цих символів суспільство долає труднощі, витримує випробування і рухається до процвітання [36].

Кожен з американських президентів вважав своїм обов’язком згадати про свободу, яку жителі США покликані культивувати і поширювати в інших країнах. Однак більшість політиків оперувала поняттям «свобода» в цілях реструктуризації не цілого світу, а, в основному, Сполучених Штатів. У першій інавгураційній промові Річарда Ніксона основний акцент був зроблений на расовому свободу:

- «*We have given freedom new reach, and we have begun to make its promise real for black as well as for white* «(Richard Nixon, First Inaugural Address, January 20, 1969).

У світлі світових проблем, пов'язаних з релігійним екстремізмом, президент Джордж Буш мл. фактично звернув поняття свободи в американську релігію. Використовуючи євангелічний мову, Буш мл. оголосив про нову місію США:

- «*America, in this young century, proclaims liberty throughout all the world, and to all the inhabitants thereof*» (George W. Bush, Second Inaugural Address, January 20, 2005).

Джордж Буш молодший говорить про свободу, як про Богом даному праві. Таку свободу не можна отримати або заслужити, вона дається Всевишнім і є однією з найвищих американських цінностей. Слід зазначити, що в другій інавгураційній промові президента Буша мл. слово «freedom» вживається 27 разів, «liberty» - 14. Це свідчить про значущість свободи для американців, що виражається в інавгураційних зверненнях.

Слід зазначити, що «freedom» - більш абстрактне і широке поняття (часто асоціюється з особистісної свободою людини як індивіда), тоді як «liberty» ‑ поняття більш формальне, що відноситься до законного права громадянина, де йому щось дозволяється робити без контролю і втручання держави. Саме «freedom» є найбільш часто вживаним словом в американському політичному дискурсі, про що свідчать наведені в цій роботі аналізовані контексти.

До числа особливостей інавгураційних виступів американських президентів відноситься цитування Біблії і апеляція до Бога. Той, хто вказує на своє шанування по відношенню до Книги Книг, практично гарантує собі успіх і довіру з боку цільової аудиторії. Згідно Дейл Карнегі, «якщо ви зможете процитувати Святе письмо в своєму виступі, то вам пощастить. Відповідна біблійна цитата часто - надає глибоке вплив» [28].

Багато людей вважають, що вся мудрість людська ніколи не зможе зрівнятися з мудрістю Бога, який ділиться нею з людиною через Біблію. Тому авторитет Священного Писання незаперечно високий, чим і користуються президенти США при вступі на посаду.

Наведемо приклад використання цитати з Біблії в першому інавгураційній зверненні Білла Клінтона:

- «*And let us not be weary in well-doing, for in due season we shall reap, if we faint not*» ‑ «А роблячи добре, не сумуємо, бо свого часу поеюнем, якщо не ослабнемо»[До Галатів 6: 9].

Також, можна навести приклад алюзії на Біблію:

- «*Many in our country do not know the pain of poverty, but we can listen to those who do. And [can pledge our nation to a goal: 'When we see that wounded traveler on the road Jericho, we will not pass to the other side* «( «Я можу поставити перед нацією таку мету: якщо ми побачимо пораненого мандрівника на дорозі в Єрихон, ми не перейдемо на іншу сторону»). America, at its best, is a place where personal responsibility is valued and expected "(George W. Bush, Inaugural Speech, January 20, 2001).

В цьому прикладі, Джордж Буш молодший., з одного боку, закликає американців бути не байдужими до чужого горя, з іншого боку ‑ виконує роль «месії», повчає народ діяти в рамках моралі і моральності.

Слід зазначити приклади з метафоричним описом Бога:

- «*No people can be bound to acknowledge the invisible hand which conducts the affairs of men more than the people of the united States. Every step by which they have advanced to the character of an independent nation seems to have been distinguished by some token of providential agency*» (George Washington,

First Inaugural Address, April 30, 1789). «Our unity, our union, is the serious work of leaders and citizens in every generation. And this is my solemn pledge: I will work to build a single nation of justice and opportunity. I know this is in our reach because we are guided by a power larger than ourselves who creates us equal in His image» (George W. Bush, First Inaugural Address, January 20, 2001).

Цитування Священного писання і апеляція до Бога в інавгураційних зверненнях, підносять президента в очах виборців. Люди переймаються великою довірою до майбутнього керівника країни, вважаючи, що віруючому лідеру варто довіряти більше, ніж людині байдужому до релігії.

Підкреслюючи неймовірну побожність американців, Джордж Вашингтон не просто говорить про віру в Бога. Слова, які в будь-якому іншому випадку звучали б надмірно патетично, в даному контексті тільки підсилюють ефект благоговіння американського народу перед вищими силами, яким підпорядковано їх існування, а все, до чого прагнути американська нація виявляється обумовленим проведінням:

- «*Having thus imparted to you my sentiments as they have been awakened by the occasion which brings us together, I shall take my present leave; but not without resorting once more to the benign Parent of the Human Race in humble supplication that, since He has been pleased to favor the American people with opportunities for deliberating in perfect tranquillity, and dispositions for deciding with unparalleled unanimity on a form of government for the security of their union and the advancement of their happiness, so His divine blessing may be equally conspicuous in the enlarged views, the temperate consultations, and the wise measures on which the success of this Government must depend*» (George Washington, First Inaugural Address, April 30, 1789).

Таким чином, побожність або імітація побожності позитивним чином відбивається на президентській кар’єрі. Чим релігійніші здається президент, тим більше у нього шансів на успіх. Інавгураційну звернення є тим моментів, коли майбутній керівник здатний сформувати імідж, який в подальшому буде важко піддаватися змінам. Апеляція ж до Бога і цитування Біблії є потужним інструментом для створення адекватного іміджу політика.

Отже, інавгураційна промова займає особливе місце в американському президентському дискурсі, вона є вираженням політичного кредо лідера, викладом принципів, якими, глава держави буде керуватися у внутрішній і зовнішній політиці. Цей тип мовлення відрізняється своєю ритуальністю, але має чітку мету: викликати довіру виборців, змусивши їх повірити в безкорисливість дій президента і його керівництва; поширити загальну ідею і загальну ідеологію в масах. Інавгураційні повідомлення направлені на пробудження у виборцях прихованих почуттів обов’язку і патріотизму. Апеляція до традицій, національних цінностей і самому Богу роблять мова більш насиченою, яскравою, викликаючи в людях позитивні емоції, і відповідно позитивне ставлення до нового лідера. Таким чином, вдало побудована інавгураційна промова перетворюється в ефективний інструмент управління.

**Висновки до 2 розділу**

1. В процесі лінгвістичного аналізу, в цьому розділі дослідження було встановлено, що звернення до історичних і суспільно-політичних реалій в певному контекстуальному оточенні надає маніпулятивний вплив в американському політичному дискурсі. Метою даного впливу є нав’язування громадськості певних ідей, вигідних для представників влади. Завдяки красномовною риториці, вмінню надихати виборців, політики США, особливо перші особи держави, вміло маніпулюють громадською свідомістю, впливаючи на чуттєву й емоційну складову людини. За допомогою апеляції до конкретних історичних і суспільно-політичних реалій, представники влади навмисно дистанціюють суспільство від соціально-політичної дійсності, а також створюють міцну основу для адекватного сприйняття їх з боку виборців. У цьому, політикам сприяють навички ораторського мистецтва, вміння переконувати, надихати, тобто чинити психологічний вплив на великі маси людей, керуючи політичними процесами не без допомоги мовної маніпуляції.

2. Для додання речам більшої експресивності і переконливості, в своїх публічних виступах американські політики використовують метод лексичного повтору, який полягає в повторі одного і того ж слова, чи мовної конструкції в реченні. Використання даного мовного прийому в американському політичному дискурсі сприяє процесу політичної маніпуляції, а також підкреслює образ політика, відповідний рольовим очікуванням.

3. Історичні реалії можуть виконувати функцію політичних ідентифікаторів для американських президентів. Господарі Білого дому висловлюють своє політичне кредо за допомогою специфічних слів (словосполучень), кожне з яких оригінально, вказує на конкретну політичну фігуру, його внесок в соціально-економічне і політичне життя держави. З плином часу ці слова стають реаліями, що символізують окремо взятий період історії, досягнення того чи іншого покоління, суб'єкта або суб'єктів політики, тобто набувають статусу історичних реалій. Вводячи певні слова-реалії в політичний лексикон, президенти прагнуть показати себе в якості осіб, які відіграють ключову роль на певному історичному етапі і, за допомогою мови, надати максимально позитивне враження на виборців, чому сприяє цитування Біблії і апеляція до Бога. Службовці для політичної ідентифікації історичні реалії базуються на принципах свободи, рівності і демократії, уособлюючи цінності і ідеали, на яких засновані Сполучені Штати.

4. Базовими американськими цінностями були і залишаються: свобода, рівність, демократія, патріотизм, почуття національної єдності і винятковості США. Так як свобода вважається фундаментальною цінністю в країні, то це виражається і в американському політичному дискурсі. Іменники freedom і liberty періодично вживаються разом з такими історичними реаліями як: Founding Fathers, the Greatest Generation, Pearl Harbor, the New Frontier, the Great Society, а також з суспільно-політичними реаліями 9/11 і The Patriot Act. Найбільш часто поняття «свободи» фігурує при апеляції до реалії Founding Fathers, яка втілює всі основні американські цінності, і свободу - в першу чергу. Посилаючись на дану історичну реалію в своїх публічних виступах, суб'єкти політики висловлюють національні цінності і ідеали, прагнучи показати себе в якості носіїв цих ідеалів. Таким чином, представники влади підкреслюють свій політичний імідж, головною складовою якого є відданість батьківщині, прагнення до його прогресивному розвитку в соціальному, політичному і економічному відношеннях.

**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ**

У ХХІ столітті виключно важлива роль мови як засобу комунікації, що стрімко та невпинно зростає, стала очевидною не лише для лінгвістів, а й для фахівців, які працюють в інших областях. Головною причиною цього став інформаційний бум, зумовлений становленням та розвитком найновітніших технологій та їх зрощенням з бізнесом, що у свою чергу зумовило необхідність доступу до інформації та максимально швидкого обміну нею, а також викликало удосконалення старих та створення нових засобів зв’язку, у тому числі й електронних, а також сприяло розвитку ЗМІ. Інформаційний бум став поштовхом до розвиткумов, які його обслуговують, і насамперед міжнародних, і в першу чергу до розвитку лексичних систем цих мов. Надання і пошук релевантної інформації в умовах глобального мультикультурного та мультимовного простору загострили проблему ефективностікомунікації. Це безпосередньо стосується політиків, що професійно займаються забезпеченням взаєморозуміння, неприпустимістю та врегулюванням конфліктів у глобальному просторі, використовуючи у якості засобу комунікації природні мови. Відносно світу політики усвідомлення важливої ролі мови сформувалося у філософські та лінгвістичні проблеми співвідношення мови та влади, агітації, пропаганди і політичної реклами, інформативності та переконливості у політичній комунікації, вивчення мови як інструменту соціальної влади, мовної упаковки соціальних процесів у демократичному та тоталітарному суспільствах, використання мови з метою впливу на свідомість широких мас, ролі мови у створенні іміджу політика, індивідуального стилю політика як мовної особистості.

У лінгвістиці ця тематика фактично відповідає проблемі політичного дискурсу, що став протягом останнього часу популярним об’єктом досліджень на матеріалі різних мов. Інтерес до політичного дискурсу зумовлений не лише роллю політики та політиків у світі, що посилюється, та їхнім перебуванням у центрі уваги ЗМІ, тісною співпрацею політичних структур та ЗМІ, а й виникненням і розвитком низки нових дисциплін – політології конфліктології, іміджелогії тощо.

У дослідженні розглянуті такі поняття як дискурс, політичний дискурс, маніпуляція; описані особливості американського президентського дискурсу і інаугураціонної промови. На основі різних підходів до визначення поняття реалія, сформульована власне трактування цього терміну, а також створена класифікація реалій за тематичним принципом в рамках американського політичного дискурсу. У дослідженні дискурс розглядається як риторичний процес і результат мовної діяльності, тісно пов’язаний з екстралінгвістичними факторами і заснований на спробі зближення мови з соціальною реальністю або, навпаки, дистанціювання від неї. Політичний дискурс являє собою інституційний тип дискурсу, заснований на політичної позиції, погляди і переконання суб’єкта політичної діяльності, мета якого полягає в створенні певної картини світу в суспільстві і вплив на підсвідомість мас переважно за допомогою застосування специфічно забарвленої лексики, орієнтованої на управління поведінкою реципієнта.

Як різновид політичного дискурсу, президентський дискурс використовується як засіб впливу на великі маси людей. Постійна мета даного виду дискурсу ‑ переконання. Президентський дискурс характеризується набором мовних актів, що представляють собою прагматичну структуру дискурсу, яка відображає його ритуальний характер. Специфічною особливістю американського політичного дискурсу є мовна маніпуляція, яка представляє собою цілісне мовне дію, спрямоване на масового адресата з метою дистанціювання реципієнта від соціально-політичної дійсності, наслідком чого є завоювання і утримання влади. Інавгураційні звернення посідають особливе місце в американському президентському дискурсі і є вираженням політичного кредо лідера. Основна мета цього виду мовлення полягає в наступному: надати ефект переконання, викликати симпатію і довіру виборців до майбутнього керівника. Інавгураційні повідомлення направлені на пробудження у виборцях прихованих почуттів обов’язку і патріотизму. Вдало побудована інавгураційна промова є ефективним інструментом управління.

У дослідженні наведено прикладіи апеляцій до мовних реалій в американському політичному дискурсі, серед яких історичні, а також суспільно-політичні реалії.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Азнаурова Э. С. Прагматика текстов различных функциональных стилей. *Общественно-политический и научный текст как предмет обучения иностанным языкам*. М. : Академия, 1987. С. 187-260.
2. Арутюнова Н.Д. Дискурс. *Лінгвo. енциклоп. cловник.* М. : Рад. енциклопедії., 1990. С. 136-137.
3. Арутюнова Н.Д. [Пропозиція](http://ua-referat.com/Пропозиція) та її зміст: Логіко-семантичні проблеми М. : [Наука](http://ua-referat.com/Наука), 1976. – 383 с.
4. Арутюнова Н.Д. Фактор Адресата. *Изв. АН СССР.* Серия Литература и язык. 1981. Т. 40. №4. С. 353-380.
5. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., 1966. 608 с.
6. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата *Изв*. Москва . 1991. № 7. С. 376-380.
7. Бабак М. П. Використання комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : спец. 10.02.04. “Германські мови”. К.: Академія, 2007. 18 с.
8. Барабаш М.Л. Основы теории дискурса. М. : Гнозис, 2003. 420 с.
9. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику учеб. пособ. [2-е изд., испр.]. М. : Едиториал УРСС, 2003. 360 с.
10. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества/ М.М. Бахтин. М. : Искусство, 1979. 421 с.
11. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підруч. К. : Академія, 2004. 344 с.
12. Бенвеніст Е. Загальна [лінгвістика](http://ua-referat.com/Лінгвістика). Пер. з франц. М. : Прогрес, 1974. 447 с.
13. Берков В.Ф. Аргументація як мова. *Стратегії комунікативної поведінки*: матеріали [доповідей](http://ua-referat.com/Доповідь) Міжнар. наук. конф., Мінськ, 3-4 травня 2001 р .: В 3 ч. / Мінський держ. лінгвіст. ун-т; редкол.: Д.Г. Богушевич [и др.]. Мінськ, 2001. С. 118-122
14. Бородько В.Г. Елементи теорії дискурсу. Грозний, 1989. С. 298- 315.
15. Брутян Г.А.  [Нарис](http://ua-referat.com/Нарис) теорії аргументації. Єреван: Вид. АН Вірменії, 1992. 303 с.
16. Будаев. Э.В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации.М. : Флинта; Наука, 2008. 248 с.
17. Будаев Э. В. Метафора в политическом интердискурсе / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. *–*Екатеринбург : УрГПУ, 2006. 208 с.
18. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая лингвистика.М. : Флинта; Наука, 2008. 352 с.
19. Вашталова Ю. С. Риторические особенности американского политического дискурса: когнитивно-семантический аспект (на материале речей политических лидеров США) : автореферат дис… канд. филол. наук : 10.02.04 “Германские языки”. С Пб, 2009. 20 с.
20. Вербицкая А. Язык. Культура. Познание. М. : Русские словари, 1996. 416 с.
21. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. Волгоград : Перемена 1997. 139 с.
22. Герасимов В.И. Политический дискурс: История современого исследования *Политическая наука*: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН, Ин-т сравн. политологии, Рос. ассоц. полит.науки; Отв. ред. и сост., М.В.Ильин. М.: Флинта, 2002. № 3. С. 167-238.
23. Дейк Т.А. ван. До визначення дискурсу. М.: Флинта, 1998.
24. Демьянков В.З. Образ адресата Культура русской речи: Энциклопедический словарь справочник / под общим рук. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяэва. М., 2003. C.198–240.
25. Дорожкина Т.Н. Речевой имидж политического лидера. Социс. 1997. №8. С. 30-36.
26. Зернецький П.В. Комунікативні стратегії: класифікаційний аспект. *Методологія дослідження політичного дискурсу: Актуальні проблеми змістовного аналізу суспільно-політичних текстів*: зб. наук. праць / Білдержуніверситету; під заг. ред. І.Ф. Ухвановой-Шмиговой. Мінськ, 1998. С. 194-198.
27. Зигманн Ж. В. Структура современного политического дискурса: речевые жанры и речевые стратегии : дис. канд. филолог. наук : 10. 02. 01. М. , 2003. – 239 с.
28. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М. : Гнозис, 2004. 390 с.
29. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично : [пер. с англ.]. [Б. м.] : РУС. ТРОЙКА : КОМЕТА, 78 с.
30. Карпчук Н. П. Адресованість у законодавчому дискурсі. *Науковий вісник ВДУ*. 2001. № 13. С. 168-172.
31. Касавин И. Г. Дискурс-анализ как междисциплинарный метод гуманитарных наук. *Эпистемология и философия науки*. Х., Талант. № 4, 2006. С. 7-12.
32. Касавин В.В. Жанри комунікації. Х., 1999. 435с.
33. Красных В. В. “Свой” среди “чужих”: миф или реальность? М. : ИТДГК “Гнозис”, 2003. 410 с.
34. Кузьмин П. В. Дискурс как способ политической деятельности. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского*. Симферополь, 2006. №2 С.223-237.
35. Михалева О.Л. Политический дискурс: способы реализации агональности *Построение гражданского общества: материалы междунар. гуманитар, конгресса "Русский язык: его современное состояние и проблемы преподавания".* Иркутск : Изд-во Ирк. гос. пед. ун-та, 2002. С.96-105.
36. Олікова М.О. Інформативність форм звертання та особового посилання в англомовному художньому дискурсі. *Філологічні студії: наук. часопис*. Луцьк. 2004. № 4 (28). С. 196-200.
37. Павлуцька В.О. Політичний дискурс: особливості та функції. *Вісник Житомирського державного університету*. Випуск 39. Філологічні науки. Житомир, 2008. С. 218-221.
38. Переверзев Е. В. Политический дискурс: многопараметральная модель. *Вестник ВГУ, Серия: лингвистика и межкультурная кммуникация*. М., 2008. №2. С. 76-89.
39. Почепцова Г.Д. Варіативність, типи та жанри дискурсології *Дослідження адресованості*.К, 1987. – С. 509-530.
40. Романова Т. В. Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика. *Политическая лингвистика* / Гл. Ред. А.П.Чудинов. Екатиренбург : ГОУ ВПО „Урал. гос. пед. ун–т”. 2009. Вып. 1 (27). С. 110–118
41. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність / За ред. В. Різуна / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2002. С.345-392.
42. Сергієнко Н. О. Психологічні прийоми в політиці: Навч. посіб. К. : МАУП, 2006. 112 с
43. Томахин Г.Д. Реалии – Американизмы. Пособие по страноведению: Учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высш. шк., 1988. 239 с.
44. Чудинов А. П. Политическая лингвистика.М. : Флинта, Наука, 2006. 256 с.
45. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М. : олгоград : Перемена, 2000. 367 с.
46. Шейгал Е.И. Семиотическое пространство политического дискурса. *Полит. дискурс в России*. 1999. № 3. С. 42-51.
47. Юзефович Н.Г. Політичний дискурс і міжкультурне спілкування Інтерпретація. Розуміння. [Переклад](http://ua-referat.com/Переклад): зб. наук. ст. / Санкт-Петербурзький держ. ун-т економіки та фінансів; відп. ред. В.Є. Чернявська. Санкт-Петербург, 2011. С. 231-240.
48. Cook Guy Discourse. – Oxford : Oxford University Press, 1989. – 168 p.
49. Dijk T. Studies in the Pragmatics of Discourse. The Hague; Paris; New York : Mouton Publishers, 1992. 331 p.
50. Green Georgia Pragmatics and Natural Language Understanding. – Hillsdale, New Jersey, London : Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1989. – 180 p.
51. Ukraine news. / Obama’s speeches [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу. – <http://ukrainian.ukraine.usembassy.gov/uk/obama-fiscal-policy.html>
52. Yule George. Pragmatics. – Oxford: Oxford UP / Series Oxford Introductions to Language Study, 2007. – 138p.
53. Window of Amerika. / Obama’s speeches [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу. – <http://woacenter.wordpress.com/>