

ЛІНГВОРИТОРИЧНІ ЗАСОБИ СТВОРЕННЯ КОМУНІКАТИВНОГО ІМІДЖУ БАРАКА ОБАМИ

Олена ЧОРНА (Кіровоград, Україна)

В статті аналізуються лексичні та синтаксичні риторичні засоби політичного мовлення Барака Обами, що формують комунікативний імідж цього політика.

Ключові слова: комунікативний імідж, риторична складова, метафора, повтор.

The paper analyses lexical and syntactical rhetorical means of Barack Obama's political speaking which form the communicative image of the politician.

Key-words: communicative image, rhetorical component, metaphor, repetition.

Особлива суспільна значущість такої сфери людської діяльності, як політика робить політичного діяча об'єктом численних лінгвістичних студій. Дискурс політики, або політичний дискурс, вивчалися на матеріалі різних мов і з різних позицій. Західні лінгвісти досліджували загальні риси політичного дискурсу (Т. Ван Дейк, Г. Кук, Р. Гудін), особливості політичної метафорики (Е. Самсон, Дж. Чартеріс-Блек, Дж. Фокуньєр), специфіку політичної аргументації та риторики (Ф. ван Емерен, І. Хачбі, Х. Грубер), роль

мовленнєвого фактору у формуванні іміджу політичного діяча (Е. Бернард, Д. Бурстін, К. Каффі).

Вітчизняними та російськими мовознавцями було розглянуто питання побудови моделі мовної особистості (Ю. Караулов), методик аналізу політичного дискурсу (М. Гаврилова, О. Іссерс), структури іміджу політика (О. Іссерс, Н. Сергієнко), мовленнєвих стратегій і тактик створення іміджу (М. Бабак, Г. Почепцов, Т. Романова), психологічних прийомів побудови іміджу (С. Матвеев, В. Масенко, Н. Сергієнко).

Проте, незважаючи на значний інтерес учених до вказаної проблематики, недостатньо вивченою залишається риторично-мовленнєва складова іміджу вищої державної особи, зокрема президента США. Це і визначає актуальність дослідження. Мета статті полягає у визначенні лінгвориторичних засобів формування комунікативного іміджу чинного президента США Барака Обама шляхом комплексного аналізу зразків політичного дискурсу.

Матеріал дослідження складають 156 текстових фрагментів промов, виголошених Бараком Обамою, та інтерв'ю, даних політиком протягом 2009–2010 років, відібраних в результаті суцільного обстеження текстів промов та інтерв'ю президента США.

Основним терміном нашого дослідження виступає комунікативний імідж. Узагальнивши підходи лінгвістів [1; 3; 4; 7; 9; 10], комунікативний імідж можемо визначити як сукупність мовленнєвих стандартів поведінки (ролей), механізмів і засобів їхньої реалізації, що використовуються комунікантом, наділеним певним соціальним та професійним статусом, з метою формування у свідомості слухачів / співрозмовників узагальненого образу певної особистості.

Схарактеризуємо риторичну складову комунікативного іміджу Барака Обама, виокремлюючи лексичні та синтаксичні іміджетворчі риси його мовлення.

Базовим ЛЕКСИЧНИМ засобом риторики Обама виступає МЕТАФОРА. Можемо стверджувати, що політичне мовлення Президента США є наскрізь метафоричним, адже створюються цілі образи подій, які допомагають політику передати великий об'єм інформації в межах короткого речення, наприклад: *I understand that the politically safe move would be to kick the can further down the road – to defer reform one more year, or one more election, one more term. But that's not what the moment calls for. That's not what we came here to do. We did not come to fear the future. We came here to shape it.* Аудіовізуальна метафора «*kick the can further down the road*» має, на наш погляд, такий зміст: на відміну від попередників Обама, котрі давали багато обіцянок, але їх не виконували, котрі не зважувались на кардинальні заходи, а лише відкладати вирішення проблем, створюючи ілюзію своєї зайнятості та ефективності роботи, чинний Президент буде працювати над реальним вирішення наболілих питань, він здатен приймати непопулярні рішення та виконувати свої обіцянки. Цей приклад демонструє нам ще одну властивість риторики Президента: постійне включення слухача в комунікацію, адже за кожною метафорою стоїть об'ємний образ. Адресат має інтерпретувати закодований смисл, побачити за яскравим образом реалії власного життя. Відзначимо, що президент Обама майже не користується метафорами, котрі називають концептуальними для англо-американської лінгвокультури; він послуговується «власними». Базовими метафоричними образами у мовленні Президента виступають такі:

а) ПОЛІТИЧНИЙ ПРОЦЕС уподібнюється до СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ЦИКЛУ, що має час посіву, період піклування про саджанці та час збирати врожай: *I do believe that the moment is ripe for both parties to realize that the path they are on is not going to realize.*

б) МИРНЕ СПІВЖИТТЯ бачиться не як одномоментний результат після підписання мирової угоди, а як ПОСТІЙНА ПРАЦЯ: *The people of the world can live together in peace. We know that is God's vision. Now that must be our work here on Earth.*

в) ІСТОРІЯ США зображується як ІСТОРІЯ наполегливого НЕВПИННОГО РУХУ вперед: *So let us mark this day with remembrance, of who we are and how far we have travelled <...> Let it be said by our children's children that when we were tested we refused to let this journey end, that we did not turn back nor did we falter; and with eyes fixed on the horizon and God's grace upon us, we carried forth that great gift of freedom and delivered it safely to future generations.* Президент Обама описує розвиток американської держави, як довгий шлях

«road», яким його співвітчизники прямують – «travel» до кращого майбутнього. Ця путь описується Президентом як нелегка, часто ризикована, що вимагає тяжкої праці: *Our journey has never been one of short-cuts or settling for less. It has not been the path for the faint-hearted – for those who prefer leisure over work, or seek only the pleasures of riches and fame. Rather, it has been the risk-takers, the doers, the makers of things < ... > obscure in their labour...*

В інавгураційній промові, котра є доволі показовою для аналізу рис комунікативного автоіміджу, Барак Обама створює лексичну градацію «path – road – climb», підкреслюючи цим свої лідерські якості, позиціонує себе як політика-реформатора, котрий здатен повести націю до підкорення нових висот. Водночас образ скелі вказує й на труднощі та тяжкість підйому на таку вершину, що перегукується з однією з «улюблених» цитат Обама про те, що не буває миттєвих результатів, і будь-які зміни потребують часу: *< ... > who have carried us up the long, rugged path towards prosperity and freedom <... > The road ahead will be long. Our climb will be steep. We may not get there in one year or even in one term. But, America, I have never been more hopeful than I am tonight that we will get there.* Риторичне звертання, а антитеза та динамізм останнього речення підсилюють велич цього образу.

г) ЕКОНОМІКА постає ЖИВОЮ ІСТОТОЮ, про котру треба сумлінно піклуватись: *Our economy is badly weakened < ... > The state of the economy calls for action < ... > And ultimately, that's the engine of our economy – businesses, large and small, getting back on their feet. And that's the focus of our efforts.*

г) ДОСЯГНЕННЯ МАТЕРІАЛЬНОГО ДОСТАТКУ бачиться як ПОСТІЙНА БОРОТЬБА – *fight*. Проте це не просто битва сильного зі слабшим чи війна всіх проти всіх, це боротьба за благополуччя власної родини «family»: *< ... > reminder of just how hard they work every single day, just how hard they fight on behalf of their families. < ... > willing to fight for their futures as hard as they fight for their families.*

д) КРАЇНА є створеним ВИРОБНИЧИМ прибутковим КОМПЛЕКСОМ, котрий, за підтримки працівників-громадян, працює подібно до механізму: *Middle class Americans are the ones who built this country, made it great, and keep it going each and every day.*

е) ДОЛЯ ЛЮДИНИ бачиться як ВИКОНАННЯ написаного самою людиною СЦЕНАРІЮ свого життя, а не чимось визначеним вищою силою чи соціальним положенням особи: *Where you are right now doesn't have to determine where you'll end up. No one's written your destiny for you. Here in America, you write your own destiny. You make your own future.*

Звернення в метафоричній формі до ціннісно значимих понять не лише посилює пафос виступу та зберігає спадковість системи цінностей, але й утворює нові смисли за рахунок переходу від старого бачення ситуації до нового, запропонованого оратором [5: 93].

ПОВТОР можемо назвати другою відмітною рисою ідіостилу Президента, цей риторичний засіб властивий усім аналізованим промовам та інтерв'ю політика. Риторичний прийом повтору, як відзначає Ю. Вашталова, вигідно підходить для політичної комунікації, оскільки в процесі сприйняття та обробки інформації адресатом повтори наповнюються асоціаціями й набувають особливої психологічної та символічної глибини, що дає міцну основу для сприйняття змісту промови [2, с. 5]. Особливостями функціонування повтору в мовленні Барака Обама виступають такі риси:

а) на фонетичному рівні – *алітерація* належить до кола улюблених риторичних засобів Президента США. Речення або частини речень, у яких мовець висловлює різко негативне ставлення до певного явища чи ситуації, закликає до змін містять алітерацію проривних, придихових звуків та звукосполук /pr/, /br/ : *Repression takes many forms, and too many nations are plagued by problems that condemn their people to poverty... The rule of brutality and bribery... Islam is not part of the problem in combating violent extremism – it is an important part of promoting peace».*

б) на лексичному рівні – кожен політичний текст оперує 3–5 ключовими словами, які часто повторюються. Наприклад, для промови, виголошеної в Каїрі, такими словами виступають: *mutual interest, mutual respect, violence, communicate*. В подібних випадках повторювані лексеми є, певно, об'єктиваторами базових концептів виступу. Наприклад, у зазначеній промові такими концептами постають *тероризм, повага та діалог*. Ключовими поняттями проаналізованих зразків політичного мовлення Обама є лексеми на позначення

найважливіших складових життя людини: моральних, матеріальних, аксіологічних. Ними є лексеми *Home, Child, Peace, Care, Job, Education*. Крім того, від виступу до виступу у мовлення Президента присутні певні ключові речення, які він повторює майже слово в слово. Ці фрази звучать як стислі виразники політичного курсу Президента, основоположні принципи його діяльності. Такими реченнями в проаналізованих зразках дискурсу виступають:

- *And it's going to be difficult, it's going to take time.*
- *But it's not going to be easy.*
- *My job is to communicate.*
- *Let me be clear.*
- *Yes, we can.*
- *You will be judged on what you've built, not what you've destroyed.*
- *We will extend a hand if you are willing to unclench your fist.*

в) на синтаксичному рівні – повторюваною є синтаксична структура фраз в межах одного речення або структура суміжних речень. Зазвичай лексичний повтор поєднаний із синтаксичним (паралельні конструкції), а сам повтор є потрібним. Він може бути анафоричним: *You have done what the cynics said we couldn't do. You have done what the state of New Hampshire can do in five days. You have done what America can do in this new year*, тоді увага зосереджується на змісті другої, неповторюваної частини речення, та епіфоричним: *It was a creed written into the founding documents that declared the destiny of a nation: Yes, we can. It was whispered by slaves and abolitionists as they blazed a trail towards freedom through the darkest of nights: Yes, we can. It was sung by immigrants as they struck out for distant shores and pioneers who pushed westward against an unforgiving wilderness: Yes, we can.* В такому випадку фраза звучить найбільш натхненно

Окрім того, повтори допомагають мовцю побудувати антитезу. Барак Обама любить доводити правильність певної ідеї через протиставлення їй іншої ідеї. Об'єктом його порівняння зазвичай стають аспекти: «правильне – неправильне» (з його точки зору), «зроблене – обіцяне», «досягнуте – недосягнуте», зокрема: *It's easier to start wars than to end them. It's easier to blame others than to look inward. It's easier to see what is different about someone than to find the things we share.*

СИНТАКСИЧНИМИ риторичними засобами мовлення Обама-політика є такі:

а) абзац починається з тематичного речення, докази на підтримку певної думки наводяться нижче («стандартна» схема тридоказовості), а синтаксичний паралелізм аргументативних речень надає їм більшої ваги. Останнє речення звучить найбільш натхненно: підводячи до потрібного йому висновку, політик не забуває підкреслити вагомість внеску його слухачів в успіх «спільної справи»: *To realize that promise, we must first recognize a fundamental truth that you have given life to in Ghana: development depends upon good governance. That is the ingredient which has been missing in far too many places, for far too long. That is the change that can unlock Africa's potential. And that is a responsibility that can only be met by Africans.*

б) формування діад «досягнення+досягнення»: слухачі підсвідомо вже згодні з наступною діадою; це уможливорює заміну мовцем другого елемента діади на необхідний йому, котрий психологічно також буде сприйнятий як неспростовний факт: *As a student of history, I also know civilization's debt to Islam. It was Islam that carried the light of learning through so many centuries < ... > the order of algebra < ... > our magnetic compass and tools of navigation < ... > printing < ... > majestic arches and soaring spires, timeless poetry and cherished music, elegant calligraphy and places of peaceful contemplation. And throughout history, Islam has demonstrated through words and deeds the possibilities of religious tolerance and racial equality.*

в) вибудовування триади: перше і третє є загальновідомими фактами, а друге речення, що вводиться безсполучниково, „динамічно”, сприймається в цьому «оточенні» як істина: *Ghana's history is rich, the ties between our two countries are strong, and I am proud that this is my first visit to sub-Saharan Africa as President of the United States.*

г) речення – заклики до дії є переважно короткими, двоскладовими, неускладненими, тобто сама структура речення передає динаміку його змісту: *Our problems must be dealt with through partnership; our progress must be shared. We know we must reform this system. The question is how. Now is the season for action.*

Отже, риторичні особливості мовлення Президента США допомагають сформувати імідж впевненого, цілеспрямованого, поміркованого лідера, котрий здатен вести за собою та нести відповідальність за майбутнє нації. Наскрізна метафоричність, часті повтори ключових слів і фраз та вміле використання синтаксичних засобів риторики посилюють емпатію слухачів з політиком, а відповідно і довіру до нього.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. 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» / Бабак М. П., 2007. – 18 с.
2. Вашталова Ю. С. Риторические особенности американского политического дискурса: когнитивно–семантический аспект (на материале речей политических лидеров США): автореферат дис. на соискание науч. ступ. канд. филол. наук: 10.02.04 «Германские языки» / Ю. С. Вашталова. – Санкт-Петербург, 2009. – 20 с.
3. Дорожжина Т. Н. Речевой имидж политического лидера / Т. Н. Дорожжина // Социс. – 1997.– №8. – С. 30–36.
4. Еремина С. А. Речевой портрет политика / С. А. Еремина // Современная политическая лингвистика: Материалы международной научной конференции. – Екатеринбург, 2003. – С. 195–198.
5. Зигманн Ж. В. Структура современного политического дискурса: речевые жанры и речевые стратегии: дис. ... канд. филолог. наук: 10. 02. 01 / Зигманн Жанна Вадимовна. – М. , 2003. – 239 с.
6. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Владимир Ильич Карасик – М. : Гнозис, 2004. – 390 с.
7. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Юрий Николаевич Караулов. – М.: Наука, 1987. – 261 с.
8. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Георгій Георгійович Почепцов-мол. – Київ: Спілка рекламистів України, 1996. – 198 с.
9. Романова Т. В. Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика / Т. В. Романова // Политическая лингвистика / Гл. Ред. А.П.Чудинов. – Екатеринбург: ГОУ ВПО „Урал. гос. пед. ун-т”. – 2009. – Вып. 1 (27). – С. 110–118.
10. Сергієнко Н. О. Психологічні прийоми в політиці: Навч. посіб. / Наталя Олександрівна Сергієнко. – К. : МАУП, 2006. – 112 с.
11. Dijk van T. A. Critical discourse analysis / T. A. van Dijk. – Режим доступу: <http://www.discourses.org/OldArticles/Critical%20discourse%20analysis.pdf>.
12. Kolln M. Rhetorical grammar: grammatical choices, rhetorical effects / Martha Kolln. – Boston: Allyn and Bacon, 2006. –260 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олена Черна – аспірантка кафедри перекладу та загального мовознавства Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

Наукові інтереси: політична лінгвістика, іміджологія, комунікативна лінгвістика.