

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ  
ХАРЬКОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени В.Н. КАРАЗИНА

На правах рукописи

ПРОКОПЕНКО Анастасия Андреевна

УДК 811.111'42:32.019.51

**ПРЕЗИДЕНТСКИЙ ДИСКУРС БАРАКА ОБАМЫ:  
КОГНИТИВНО-КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ**

Специальность 10.02.04 – германские языки

**Диссертация**

на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
доктор филологических наук, профессор  
Шевченко Ирина Семеновна

Харьков – 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. ПРИНЦИПЫ КОГНИТИВНО-КОММУНИКАТИВНОГО АНАЛИЗА ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА ПОЛИТИКА.....	14
1.1. Дискурс Барака Обамы в гуманитарных исследованиях.....	15
1.2. Личность говорящего в современном политическом дискурсе....	21
1.2.1. Понятие дискурсивной личности в политическом дискурсе.....	23
1.2.2. Президент США как дискурсивная личность.....	28
1.3. Когнитивные параметры президентского дискурса .....	35
1.3.1. Домен ПОЛИТИКА в американской концептосфере.....	36
1.3.2. Домен ПОЛИТИКА в идиоконцептосфере Барака Обамы.....	39
1.3.3. Концепт: репрезентация в языке и актуализация в дискурсе.....	44
1.4. Коммуникативные параметры президентского дискурса.....	50
1.4.1. Политический дискурс как мысле-коммуникативный феномен.....	51
1.4.2. Дискурсивные стратегии и тактики президентского дискурса.....	56
1.5. Алгоритм, материал и методы исследования.....	64
Выводы по первой главе.....	72
ГЛАВА 2. КЛЮЧЕВЫЕ КОНЦЕПТЫ ПРЕЗИДЕНТСКОГО ДИСКУРСА БАРАКА ОБАМЫ .....	76
2.1. Концепт ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в дискурсе Барака Обамы.....	76
2.1.1. Номинативное пространство концепта ЗДРАВООХРАНЕНИЕ.....	77
2.1.2. Актуализация концепта ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в дискурсе Барака Обамы.....	86

2.2. Концепт ЭКОНОМИКА в дискурсе Барака Обамы.....	91
2.2.1. Номинативное пространство концепта ЭКОНОМИКА.....	91
2.2.2. Актуализация концепта ЭКОНОМИКА в дискурсе Барака Обамы.....	101
2.3. Концепт БЕЗОПАСНОСТЬ в дискурсе Барака Обамы.....	104
2.3.1. Номинативное пространство концепта БЕЗОПАСНОСТЬ.....	105
2.3.2. Актуализация концепта БЕЗОПАСНОСТЬ в дискурсе Барака Обамы.....	111
2.4. Концепт НАЦИЯ в дискурсе Барака Обамы.....	115
2.4.1. Номинативное пространство концепта НАЦИЯ.....	116
2.4.2. Актуализация концепта НАЦИЯ в дискурсе Барака Обамы.....	123
Выводы по второй главе.....	127
ГЛАВА 3. СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК ПРЕЗИДЕНТСКОГО ДИСКУРСА БАРАКА ОБАМЫ .....	130
3.1. Вербальные и невербальные средства реализации кооперативных стратегий и тактик дискурса Б. Обамы.....	130
3.1.1. Стратегия политической агитации .....	131
3.1.1.1. Тактика обещания.....	131
3.1.1.2. Тактика призыва / побуждения.....	138
3.1.2. Аргументативные стратегии и тактики дискурса Барака Обамы .....	143
3.1.2.1. Тактика самопрезентации.....	145
3.1.2.2. Тактика отождествления.....	151
3.1.2.3. Тактика иллюстрации.....	155
3.1.3. Манипулятивно-кооперативные стратегии и тактики дискурса Барака Обамы.....	159
3.1.3.1. Тактика ценностной ориентации адресата.....	161

3.1.3.2. Тактика воодушевления.....	167
3.1.3.3. Тактика умиротворения оппонента.....	171
3.2. Вербальные и невербальные средства реализации конфронтационных стратегий и тактик дискурса Барака Обамы.....	175
3.2.1. Стратегии и тактики дискредитации.....	175
3.2.2. Манипулятивно-конфронтационные стратегии и тактики.....	181
Выводы по третьей главе.....	185
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	189
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	193
СПИСОК СПРАВОЧНЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	226
СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА.....	229
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	245

## ВВЕДЕНИЕ

Диссертация посвящена интегративному изучению когнитивно-коммуникативных характеристик президентского дискурса Б. Обамы как системы стратегий и тактик персуазивно-манипулятивного воздействия на американский народ для трансформации его концептосферы в соответствии с ключевыми концептами-идеологемами политика.

Политическая коммуникация в целом и президентский дискурс Б. Обамы в частности является объектом изучения в различных областях гуманитарного знания. Социологи и политологи фокусируют анализ на основных темах дискурса Б. Обамы (J.-D. Collomb, A. DiMaggio, JD Howison, T.J. Sugrue,), символизме его дискурса как отражении современного мультирасового общества Америки (A. Hartnell), на формировании специфического «бренда Обамы» (J. Erwin). PR-технологии выявляют языковые средства политтехнологий – стратегий и тактик, направленных на получение положительного результата на выборах (J.-D. Collomb). Литературоведческие исследования сосредоточены на автобиографической прозе Б. Обамы, ее самобытности и национально-гендерной специфики (D. Stein).

Лингвистические студии политического дискурса обращаются к вербальным и невербальным средствам персуазивно-манипулятивного воздействия. Так, стилистика проявляет языковые маркеры и адресованность дискурса Б. Обамы (T. Naman), его стилистические приемы (M.B. Tхір, L. Vatluk), жанровое многообразие риторики президента (L. Fang). Подчеркивается присущая его дискурсу самоцитация (F. Debrix), таблоидизация и интертекстуальность (F. Debrix). Лингвопрагматика изучает речевые стратегии дискурса Б. Обамы (А.Ю. Поникарева, M.B. Tхір, J. Loughery, J. D. Ewald, G. Lakoff), выделяется обобщенный смысл его дискурса (M. Letts). Лингвокогнитология фокусируется на ценной составляющей президентских высказываний (G. Lakoff, P. Street), на

прецедентности его дискурса (G. Lakoff) проявляет личностную ориентированность (personalization) и симплификация (simplification) этого дискурса (N.A. Anderson).

Однако остаются открытыми вопросы механизмов персуазивно-манипулятивного воздействия – внедрение и дальнейшее укоренение в сознании аудитории важных для Б. Обамы концептов через стратегии и тактики его президентского дискурса. Решение этих вопросов требует использования современного интегративного когнитивно-дискурсивного подхода лингвистике.

**Актуальность** работы обусловлена привлечением доминирующей когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистики к комплексному анализу президентского дискурса Б. Обамы как системы в единстве ее когнитивного и коммуникативного (прагматического) аспектов. Необходимость такого анализа определяется углублением в XXI веке значимости политического и, в частности, президентского дискурса, потребностью осмысления механизмов его воздействия на аудиторию. Политические технологии США находят широкое применение в мире, что делает особенно важным определение стратегий и тактик актуализации дискурсообразующих концептов действующего американского президента. В более широком смысле работа способствует решению перспективной научной проблемы когнитивной дискурсологии и политической лингвистики – раскрытию когнитивно-прагматических свойств идиодискурса политических лидеров.

**Связь работы с научными темами.** Проблематика работы соответствует темам исследований «когнитивно-дискурсивные исследования языка как регулятора социального поведения» и «когнитивно-дискурсивные исследования языка и перевода», которые проводятся на факультете иностранных языков в Харьковском национальном университете имени В.Н. Каразина (номера государственной регистрации 0111U010009 и 0114U004320).

**Целью** работы является определение когнитивно-коммуникативных механизмов дискурсивного воздействия президентского дискурса Б. Обамы 2007 - 2016 годов как воплощение ключевых концептов идиоконцептосферы политика в стратегиях и тактиках его дискурса.

Реализация указанной цели требует решения следующих **задач**:

- детализировать содержательные характеристики президентского дискурса действующего политического лидера США;

- выявить ключевые концепты-идеологемы, которые составляют домен ПОЛИТИКА в идиоконцептосфере Б. Обамы;

- систематизировать инвентарь номинаций и структурировать номинативные пространства ключевых концептов-идеологем в дискурсе Б. Обамы;

- определить особенности метафорического представления ключевых концептов-идеологем в президентском дискурсе Б. Обамы;

- установить дискурсивные стратегии и тактики актуализации ключевых концептов-идеологем как вербально-невербальный механизм персуазивно-манипулятивного воздействия президентского дискурса Б. Обамы;

- охарактеризовать дискурсивную личность Б. Обамы.

**Объектом** исследования является англоязычный дискурс президента США 2007 - 2016 годов и его предвыборных кампаний включительно, а **предметом** – механизм дискурсивного воздействия публичных выступлений Б. Обамы как когнитивно-прагматический комплекс дискурсивных стратегий и тактик кооперации и конфронтации, что объективирует ключевые концепты-идеологемы идиоконцептосферы Б. Обамы.

**Гипотеза** исследования основывается на предположении, что персуазивно-манипулятивная цель президентского дискурса Б. Обамы – трансформация концептосферы американцев в соответствии с идиоконцептосферой президента – достигается путем целенаправленного речевого воздействия на ценностную составляющую концептосферы народа.

Этому служит механизм внедрения в концептосферу аудитории ключевых концептов идиоконцептосферы Б. Обамы, через стратегии и тактики его президентского дискурса.

**Материалом** исследования послужили 4950 высказываний, содержащих номинации ключевых концептов политической идиоконцептосферы Обамы в его президентском дискурсе 2007 - 2016: в дебатах, публичных выступлениях, пресс-конференциях, выступлениях-заявлениях, интервью, интернет-публикациях, скриптах и видео-записях телевизионных передач общим объемом 29367 страниц и 28 часов видеосаписей выступлений президента Б. Обамы.

Анализ фактического материала основывается на **методологических положениях**, доказанных в теории дискурса (Н.Д. Арутюнова; И.А. Бодуэн де Куртенэ; Т. ван Дейк; В.И. Карасик; Т.А. Крысанова; М.Л. Макаров; А.П. Мартынюк; Л.В. Солощук; И.Е. Фролова), в традиционной и когнитивной прагмалингвистике (Л.Р. Безуглая; Г.Г. Почепцов; Дж. Серль; И.П. Сусов; И.С. Шевченко), когнитивной лингвистике (С.А. Жаботинская; Е.С. Кубрякова; Е.И. Морозова; А.Н. Приходько, Т.С. Clausner, G. Fauconnier), теории когнитивной метафоры (А.Н. Баранов; Е.В. Бондаренко; G. Lakoff, M. Johnson; Z. Kövecses), теории номинации (Н.Ф. Алефиренко, С.М. Еникеева, М.А. Кронгауз), политической лингвистике, имиджелогии и PR (Р. Водак, Л.Л. Славова, Г.Г. Почепцов (мол.); О.И. Шейгал, J.- D. Collomb).

**Методы исследования** включают элементы контент-анализа для выявления ключевых дискурсообразующих концептов идиоконцептосферы политика, компонентный анализ лексем и полевое моделирование для определения номинативного пространства концептов, анализ механизмов перекрестного картирования для установления метафорических номинаций концептов, ситуативный и интент-анализ для выявления дискурсивных стратегий и тактик президентского дискурса Б. Обамы, а также общенаучные методы дедукции и индукции. Методы когнитивных и коммуникативно-

прагматических исследований впервые используются как единый комплекс для последовательного и взаимосвязанного определения вербальных и невербальных характеристик дискурсивной личности президента.

**Новизна** работы заключается в том, что впервые определены когнитивно-коммуникативные механизмы президентского дискурса Б. Обамы: смоделированы ключевые концепты-идеологемы его идиоконцептосферы, прямо и метафорически представленные в президентском дискурсе; выявлен харизматичный образ дискурсивной личности президента в единстве вербальных и невербальных характеристик; выделены и систематизированы стратегии и тактики актуализации ключевых концептов дискурса Б. Обамы как и персуазивно-манипулятивные способы воздействия президентского дискурса. В работе также уточнено понятие политического дискурса, дискурсивной личности, манипулятивной тактики в рамках нового когнитивно-дискурсивного подхода.

Новизна исследования может быть обобщена в таких **положениях, которые вынесены на защиту:**

1. Президентский дискурс – мыслекоммуникативный процесс и результат, воплощенный языковыми и неязыковыми знаками и опосредованный СМИ; его когнитивный аспект включает специфические дискурсообразующие концепты-идеологемы в рамках индивидуальной концептосферы политика, а коммуникативный нацелен на идеологическое воздействие – изменение концептосферы американского народа путем внедрения в нее политических ценностей президента в стратегиях и тактиках его дискурса.

2. В идиоконцептосфере Б. Обамы домен ПОЛИТИКА структурирован ключевыми дискурсообразующими концептами-идеологемами ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ, которые опираются на концептосферу американцев, но отличаются по параметрам номинативного пространства концепта и его конфигурации.

3. Номинативные пространства ключевых концептов идиодискурса Б. Обамы организованы как ЛСП с радиально-цепочечными микрополями и их расширениями, которые частично пересекаются, образуя зоны постепенных переходов:

концепт ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЛСП «Healthcare» с микрополями «Medicine» (расширение «preventive medicine», «therapy», «rehabilitation»), «Health» (расширение «physical health», «mental health»), «Medical Insurance» (расширение «state medical programs»);

концепт ЭКОНОМИКА – ЛСП «Economy» с микрополями «Economic System» (расширение «branch», «type (of economic system)», «Management» («regulation», «economic doctrine»), «Frugality» (расширение «thrift», «saver», «prosperity»);

концепт БЕЗОПАСНОСТЬ – ЛСП «Security» с микрополями «Physical security» (расширение «safety», «peace», «shelter» и «protection»), «Financial security» («insurance», «possession»), «Mental security» («confidence», «calmness»);

концепт НАЦИЯ – ЛСП «Nation» с микрополями «State» (расширение «power», «federation», «assembly»), «Country» («land», «people»).

В дискурсе Б. Обамы основные когнитивные метафорические модели актуализации референтов – концептов-идеологем ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ образуются в результате их перекрестного картирования с концептуальными признаками коррелятивных групп ЧЕЛОВЕК, ВОЙНА, ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ, ВМЕСТИЛИЩЕ, а также РАСТЕНИЕ для референта ЭКОНОМИКА, формируя метафоры-персонификации, структурные и онтологические метафоры.

4. Персуазивно-манипулятивное воздействие дискурса Б. Обамы осуществляется через актуализацию его ключевых концептов-идеологем в речевых стратегиях и тактиках дискурса в сочетании с кинесическими (жестами, улыбкой, зрительным контактом) и просодическими (изменение тембра голоса) средствами:

в дискурсе президента преобладают кооперативные стратегии агитации (тактики обещания, призыва / побуждения), аргументации (тактики самопрезентации, отождествления, иллюстрации) и манипулятивно-кооперативная стратегия (тактики воодушевления, ценностной ориентации адресата, умиротворения оппонента)

конфронтационные стратегии дискредитации (тактика обвинения и критики) и манипуляции (прогнозирование негативных последствий) составляют не более четверти стратегий президентского дискурса.

5. Дискурсивная личность Б. Обамы – это умеренный ситуативный харизматик-центрист; вербальные, невербальные и экстралингвистические коды его коммуникативного поведения формируют публичный имидж президента – рационального политика, объединителя нации, миротворца, защитника прав женщин и социальных меньшинств.

**Теоретическая значимость** работы определяется ее вкладом в развитие когнитивно-дискурсивного подхода лингвистики, в частности, в дискурсологию (углубление теории политического дискурса), в лингвоперсонологию (определение харизматичной дискурсивной личности Б. Обамы), в лингвокогнитивистику (выявление идиоконцептосферы политика и моделирования его ключевых концептов-идеологем), теорию когнитивной метафоры (систематизацию механизмов и средств косвенной актуализации концептов-идеологем), прагмалингвистику (выделение дискурсивных стратегий кооперации, конфронтации и их тактик, в частности манипулятивных), в имиджелогии и PR (вербальная и невербальная характеристика имиджа президента Б. Обамы и присущих ему средств воздействия на аудиторию).

**Практическая ценность** диссертации заключается в возможности использования ее результатов в курсах теоретической грамматики английского языка (раздел «Прагматика предложения»), общего языкознания («Язык и мышление»), в спецкурсах по актуальным проблемам лингвистики,

когнитивной и политической лингвистики, дискурсологии, имиджелогии, в практике PR, в научных исследованиях студентов и аспирантов.

Основные положения диссертационного исследования прошли **апробацию** на научных конференциях с международным участием XI, XII, XIII, XIV Каразинские чтения: «Человек. Язык. Коммуникация» (Харьков, 2012, 2013, 2014, 2015); на III и IV Всеукраинских научных конференциях «когнитивно-прагматические исследования профессиональных дискурсов» (Харьков, 2014, 2016); V Международном научном форуме «Современная англистика и романистика: первый рубеж нового тысячелетия» (Харьков, 2013); на международной научно-практической конференции «I Таврические филологические чтения» (Херсон, 2015); международной научно-практической Интернет-конференции «Contemporary Tendencies in Science and Education: Studies of the Germanic, Romance Languages and Translation» (Николаев, 2015).

**Публикации.** Основные положения и результаты исследования отражены в 14 единоличных публикациях автора, 4 из которых – статьи в специализированных изданиях Украины, 1 – в зарубежном академическом издании и 9 – тезисы выступлений на конференциях.

Во **введении** обоснован выбор темы диссертации, ее актуальность, новизна, определены цель, материал и задания исследования, методологические основы и методы анализа, сформулированы основные положения, выносимые на защиту, раскрыта их научная новизна, теоретическое значение и практическая ценность.

В **первой главе** «Принципы когнитивно-коммуникативного анализа институционального дискурса политика» обобщены данные анализа президентского дискурса в гуманитарных науках; детализировано понятие президентского подтипа политического дискурса; уточнено понятие дискурсивной личности в ее вербальных и невербальных проявлениях; идиоконцептосферы политика, концепта-идеологемы, характеристики

дискурсивной стратегии и тактики; сформулированы методы и алгоритм анализа президентского дискурса Б. Обамы.

**Во второй главе** «Ключевые концепты президентского дискурса Барака Обамы» выделены ключевые концепты-идеологемы, составляющие домен ПОЛИТИКА в идиоконцептосфере Б. Обамы; систематизирован инвентарь и структурировано номинативное пространство его ключевых концептов-идеологем; определены образно-ценностные характеристики концептов, актуализированных в когнитивных метафорах дискурса Б. Обамы.

**В третьей главе** «Средства реализации стратегий и тактик президентского дискурса Барака Обамы» выявлены дискурсивные стратегии кооперации и конфронтации, актуализирующие ключевые концепты-идеологемы президента: стратегии агитации, аргументации, манипуляции и дискредитации, установлены вербальные и невербальные средства их актуализации в медиа-опосредованном президентском дискурсе.

**Объем и структура работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав с выводами, заключения, списка научных (298 публикаций), справочных (32) и иллюстративных (118) источников и приложений. Работа содержит 11 таблиц и 5 рисунков, ее общий объем – 252 стр., объем основного текста – 192 стр.

## ГЛАВА 1.

### ПРИНЦИПЫ КОГНИТИВНО-КОММУНИКАТИВНОГО АНАЛИЗА ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА ПОЛИТИКА

Когнитивно-коммуникативное изучение дискурса отличает полипарадигмальный подход, объединяющий лингвистические принципы и методы анализа когнитивистики, дискурсологии, лингвоперсонологии и опирающийся на данные смежных наук. Когнитивно-коммуникативный анализ политического дискурса президента Б. Обамы предполагает обобщение характеристик политика в социологии, политологии, PR; выявление коммуникативных аспектов президентского дискурса; уточнение понятия языковой / дискурсивной личности в политическом дискурсе; разграничение общего и индивидуального в политической концептосфере американцев и структурирование ключевых концептов-идеологем индивидуальной концептосферы их политического лидера.

Президентский дискурс, который предназначен «убеждать граждан общества в необходимости политически правильных действий и оценок» [59, с. 38], «объективирует намерение говорящего и его ментальность» средствами языка [114, с. 531] и служит естественной средой бытования концептуальных структур сознания, формирующихся во взаимосвязи с окружающим миром и деятельностью человека, что дает возможность проследить выбор этих средств и коммуникативные стратегии актуализации ключевых концептов идеоконцептосферы Б. Обамы, имеющие целью воздействие на реципиентов путем модификации их концептосферы.

## 1.1. Дискурс Барака Обамы в гуманитарных исследованиях

В настоящее время политический дискурс в целом и дискурс Б. Обамы, в частности, находится в центре внимания как лингвистики, так и смежных гуманитарных дисциплин: социологии, политологии, литературоведения, PR.

В социальных и политических исследованиях выделяют основные темы политического дискурса Обамы, такие как расовое равенство и права человека в современном мире [292]. По данным анализа политического и религиозного дискурса «черных» (the black), «Обама становится символом «земли обетованной»» для афро-американского населения США. А. Гартнелл утверждает, что «Обама в своем политическом дискурсе пытается переступить разделительную черту между расами» [250, с. 2].

Обнаруживается ряд характеристик, которые являются основой для успешной политической жизни американского президента: политологи вместе с социологами выдвигают гипотезу о «странной смерти» республиканской Америки [219] после окончания «режима Буша-Чейни», который задавал свое направление в политике. Отмечается новое понимание политического курса Б. Обамы, так называемые «большие перемены», произошедшие еще во время избирательной кампании 2007 [296]. В частности, стремление к переменам прослеживается в мировоззрении Б. Обамы, воплощенном в его дискурсе:

*We are the change that we seek, change we can believe in* [408].

Социологами выработано новое понимание результатов деятельности Обамы – формирование «бренда Обамы». Имеется в виду многочисленная и разнообразная символика (изображения Обамы) на предметах обихода и прочее. Дж. Эрвин подчеркивает, что дискурс Обамы «берет в плен сердца и умы электората, стремящегося к переменам» [237]. Тем самым для широких масс, по данным соцопросов, Б. Обама ассоциируется с политикой перемен. Как утверждает сам Б. Обама, «мы вооружены надеждой» [291].

Американский народ «жаждет перемен», и Обама дает народу надежду на видимые перемены [297; 249]. П. Стрит характеризует «бренд Обамы» как успешный маркетинговый (marketing) ход [291].

Важнейшая характеристика президентского дискурса Обамы – высочайший уровень поддержки нации во время избирательной кампании. «Washington Post» сравнивает Обаму с «цунами, которое вовлекло за собой большее число голосов нации за всю историю Америки» [222; 275].

Характерная черта дискурса демократа Б. Обамы, выделенная представителями социально-политических наук и лингвистами, – его центристская позиция. Обаму даже называют «бесполом» в отношении к политическому курсу страны, «универсальным идеологическим гермафродитом (universalist ideological hermaphroditism)» [291]. Дискурс Обамы определяется Х. Миязаки как «исключительно обобщенный, фокусирующийся на лимитированном наборе легко узнаваемых сочетаний звуков (слов), влияющих на сознание» (речь идет об аллитерации как стилистическом приеме) [281]. Развивая мысль о центризме взглядов президента, Дж. Лакофф отмечает, что «Барак Обама даже не стоит двигаться в какую-либо сторону (Barack Obama should not move, or even appear to be moving, toward right-wing views on issues)», поскольку «большинство избирателей находятся в центре (most voters are in the center)» [267, с. 1-2].

Политологи А. ДиМаджио, Дж. Хоусон и др. рассматривают деятельность демократа Обамы в сравнении с предыдущей политикой республиканской партии [236], используя характерный для Обамы термин «мягкая власть (soft power)». Проводятся параллели его политической деятельности с администрацией президента Б. Клинтона [248]. Дж. Антонакис ставит Б. Обаму в один ряд с В. Черчиллем и М. Ганди [215].

Политологи подчеркивают доминирование вопросов здравоохранения в дискурсе президента, а также вопросов, связанных с нацией и национальными ценностями, экономикой и национальной безопасностью

[236], тем самым на первом плане в его индивидуальной концептосфере оказываются концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ и НАЦИЯ.

Спичрайтеры и специалисты в области PR отмечают типичные стратегические и тактические приемы – средства политтехнологий, используемые для получения позитивного результата посредством предвыборных речей демократов. Ж.Д. Коломб пишет о популизме президента как «удобной стратегии (convenient strategy)», которой пользуется Обама, говоря, в частности, о проблемах парникового эффекта и глобального потепления: «общество жаждет перемен в отношении заботы об окружающей среде» [232], поэтому президент делает акцент на этой актуальной для народа ценности.

Исследования американских литературоведов сосредоточены на автобиографической прозе Барака Обамы, впервые изданной в 1995 году. В его дискурсе присутствуют понятия, характерные для афро-американской лингвокультуры в целом, такие как: самобытность, гендерная составляющая афро-американского мужчины, а также «черный» национализм [290].

Лингвистические подходы к изучению политического дискурса Б. Обамы можно свести к нескольким основным – *жанро-дескриптивному* (стилистический анализ языкового поведения политиков) [189; 239; 209], *прагматическому* (изучение вербальной реализации интенций в речевых актах и стратегиях дискурса) [151; 276; 266; 269], *социолингвистическому* (критический анализ дискурса) [251; 225] и *лингво-когнитивному* (лингвистический анализ концептов политического дискурса) [267].

Стилистические подходы рассматривают риторику президента Обамы с точки «всеобъемлющий» характер адресованности президентской риторики Б. Обамы во время предвыборной кампании 2008: Обама обращается в своем предвыборном послании к «молодым и зрелым, богатым и бедным, демократам и республиканцам, черным, белым, латиноамериканцам, азиатам, коренным жителям Америки, представителям сексуальных меньшинств,

гетеросексуалам, людям с ограниченными физическими возможностями и здоровым зрением языковых и идеологических маркеров. Т. Наман подчеркивает» [285]. Для дискурса президента характерно стремление создать у аудитории впечатление, что народ и президент едины [217].

Среди типичных стилистических приемов в инаугурационных речах Б. Обамы отмечаются анафоры, повторы начальных ударных слогов в словах [217]. Дискурсивный имидж Обамы формируют метафора, метонимия, синекдоха, фигуры экспрессивного синтаксиса: перечисление, вставные конструкции, асиндетон [189, с. 138]. Обаме присуща композиционная организация выступлений по модели классической риторики: вступление → изложение аргумента → приведение примеров, аналогий → опровержение аргументов оппонента → заключение [189, с.90].

В различных жанрах дискурса Обамы – политическом нарративе, инаугурационных речах – выявляются смысловые доминанты (ключевые топики) и наиболее частотны подтемы, сгруппированные Фан Лиу в две темы: с одной стороны, агрессия, разрушение, жестокость, авторитаризм, объединенные темой «война», и, с другой – патриотизм, демократия, светлое мирное будущее, экономическое устройство – тема «США как могущественная держава» [189, с.100; 239]. По мнению Е.И. Шейгал, «сенатор-демократ Б. Обама начал свою избирательную кампанию в столице своего родного штата Иллинойс, что дает основание СМИ связать его нарратив с историей знаменитого предшественника А. Линкольна. Символично, что Обама, сын африканца, начинает свое политическое восхождение рядом с домом человека, который дал свободу африканским рабам» [208].

Исследователи отмечают важнейшую роль медиа в конструировании политического дискурса Б. Обамы. Американское общество в целом зависит от медиа пространства: Г.М. Маклюэн отмечает, что «Америка – это полностью медиализированное общество» [278]. Мышление самого Б. Обамы определяют как стереотипное, как и у большинства американцев, которые

мыслят «таблоидами» – по мнению Ф. Дебри, они являются «таблоидной культурой» («the simulacrum of tabloid culture») [233, с. 8], при этом «таблоидизация обуславливает специфический вид дискурса» [233, с. 14], в котором СМИ, стремясь облегчить восприятие информации, делают ее стереотипной и упрощенной.

Лингвопрагматический и дискурсивный подход позволяет выявить наиболее типичные для Обамы речевые стратегии самопрезентации и тактики самоотождествления с народом, демонстрации силы, дискредитации оппонента, прогнозировании позитивного будущего [151; 189, с.159-182]. Дж. Лакофф и др. сравнивают стратегии президентских дебатов Б. Обамы со стратегиями Джона МакКейна, тактиками защиты и нападения на собеседника [276; 266]. В дебатах Обамы с Дж. МакКейном и Х. Клинтон обнаружена тактика прогнозирования позитивного будущего, как: «обещания закончить военные действия в Ираке, реформа налогообложения» [267; 269].

В целом дискурсу Обамы присуща риторика и идеология обобщения «generalized illogical sense» [275, с. 13]. Как отмечает М. Леттс, его дискурс «легко узнаваем», он основан на «сенсациях», также на стратегиях обобщения, тактиках воодушевления и побуждения: «Обама вдохновляет на будущие поступки и реформы и заставляет аудиторию требовать перемен» [275, с. 13]. Основные манипулятивные приемы, которые присущи дискурсу Обамы, основаны на гипнозе, а точнее «умении очаровать, загипнотизировать аудиторию»; дискурс президента «бросается в глаза, привлекает слушателя» [233, с. 21, 22].

С учетом своего невербального поведения в дискурсе Б. Обама предстает как «честный, мотивированный, вдохновляющий» лидер, «серьезный, но оптимистичный» и в целом, по У. Джентри, «харизматичный» [245].

Дискурсу Обамы свойственна интертекстуальность и самоцитирование [233, с. 6], что проявляется в частотных вводных предложениях с местоимением первого лица (*As I already said*) и т. п. Так, в результате имеет

место интертекстуальность, определяемая В.О. Самохиной как «стратегия автора в построении текста на базе других текстов/интертекстов, как способ интерпретации текста, который зависит от общекультурного тезауруса адресанта, а также от общих социокультурных знаний адресата и адресанта» [173, с. 26].

С когнитивной точки зрения дискурс президента основан на ценностно-ориентированных высказываниях. В частности, особой ценностью для него обладает концепт БЕЗОПАСНОСТЬ, что позволяет говорить о «трансформации национальных приоритетов в сторону военного направления» в дискурсе Обамы [291, с. 180]. Так, в высказываниях Обамы в отношении событий 9/11 Ф. Дебри усматривает «культурное, социальное и идеологическое навязывание войны, разрушений и смертей, которые становятся привычной ежедневной реальностью» [233, с. 17].

Публичные речи Б. Обамы служат инструментом реализации идеологии и политической власти [251]. В выступлениях Б. Обамы в Филадельфии Т. Каталано выделила метафоры («unity is nourishment», «anger is a distraction»), а также местоимения («them», «they») которые разграничивают понятий «свой» и «чужой» [225].

Фокусируясь на моральной составляющей дискурса Обамы, которая послужила залогом его победы на выборах 2009 и 2012 годов, Дж. Лакофф отмечает, что «Обама озвучивает свои ценности и говорит, во что он верит» [267]. В дискурсе Б. Обамы Дж. Лакофф выделяет общие для кандидатов в президенты концепты: ключевые – НАЦИЯ (care for the public), ЭКОНОМИКА (progressive business principles of honesty, care for employees), ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (care for the sick), СОЦИАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ (social responsibility), а также ОБРАЗОВАНИЕ (a great education), ЭНЕРГЕТИКА (energy reform), КРИЗИС (the worst financial crisis), БЕДНОСТЬ (helping the poor), МОРАЛЬ (moral problems), СВОБОДА (the ideals of liberty), РЕЛИГИЯ (religious household), и типичные американские ценности: СВОБОДА (liberties we cherish), СПРАВЕДЛИВОСТЬ (our traditions of justice and fairness), РАВНЫЕ

ВОЗМОЖНОСТИ (equal opportunity) и др. Моральная составляющая дискурса Обамы, которая, по данным Дж. Лакоффа, актуализируется посредством метафор «модели заботливого (nurturant) отца», сигнализирует аудитории, что ценности президента совпадают с ценностями простых людей – его избирателей [267].

На прецедентный характер дискурса президента указывает формирование специфичного «кода Обамы» («The Obama Code»): Б. Обама выражает свои ценностные ориентиры опосредованно (непрямой), «Обама воздействует на сознание людей подсознательно и автоматически через фундаментальные американские ценности» [268].

Характерной чертой дискурса Обамы М. Леттс признает «персонализированность и радикальную симплификацию» [275, с. 29]. Дискурс Обамы лично ориентирован и насыщен средствами самоидентификации типа «*As I'm the President.../Commander in Chief...*» и подобными.

В целом, данные, накопленные лингвистикой и смежными науками, при всей их мозаичности создают предпосылки использования интегративной когнитивно-дискурсивной парадигмы для исследования основных ценностно-образующих концептов-идеологем и стратегий их актуализации в президентском дискурсе Б. Обамы.

## **1.2. Личность говорящего в современном политическом дискурсе**

Политик в дискурсивном пространстве предстает как дискурсивная личность, действующая в рамках институционального дискурса. Основанная на принципах антропоцентризма, политическая лингводискурсология, по определению Л.Л. Славовой, сегодня «трансформировалась в политическую лингвоперсонологию» – науку, изучающую языковую личность политика как когнитивно-дискурсивный феномен [179, с. 1]. Дискурсивная личность

политика отчасти формируется средствами языка. Так, в трактовке Л.Р. Безуглой, «язык рассматривается как принадлежащий сознанию говорящего и реализующийся в его речи в процессе коммуникативного, когнитивного и социального взаимодействия говорящих и их групп» [21, с.20].

Политик осуществляет речевую деятельность, опираясь на следующие пять аспектов: 1) языковая способность – возможность научиться речевому общению; 2) коммуникативная потребность – наличие адресата, участников общения, языкового коллектива, носителей общей культуры; 3) коммуникативная компетенция – умение осуществлять общение для достижения цели; 4) языковое сознание – вербальное «отражение» окружающего мира во внутреннем мире человека; 5) речевое поведение – осознанная и неосознанная система поступков, которые раскрывают характер и образ жизни человека [94, с. 8], которые формируют его политический имидж.

Существующие термины для обозначения личности политика, продуцирующего дискурс («языковая» [98; 180], «коммуникативная» [94], «дискурсивная» [10; 94; 146; 184] «лингвокультурная идентичность» [131]), как динамичное и ситуативно-значимое понятие [221; 230]), «субъект дискурсивного взаимодействия» [190]), а также «семиотическая личность» [10, с. 30] с учетом невербальных знаков его дискурсивного поведения [176, с. 75], фокусируют различные аспекты этой личности. В нашей работе акцент на дискурсивной деятельности личности обуславливает выбор понятия дискурсивная личность, которая, по Л.В. Солощук, представляет собой «личность, которая действует в континуальном коммуникативном пространстве и способна вместе с языковым кодом использовать и исталковывать иные семиотические коды в зависимости от типа дискурсивных отношений, в которые она включена в определенные моменты общения» [184, с. 127]. Понятие дискурсивной личности развивает идеи лингвоперсонологии

[136, с. 112 - 116.] с учетом не только вербальных, но и невербальных аспектов дискурсивной практики.

### **1.2.1. Понятие дискурсивной личности в политическом дискурсе**

Языковая личность – собирательный термин, который по-разному трактуется в лингвистике. Первоначально Ю.Н. Караулов определял ее как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание им речевых произведений (текстов)» [98, с. 3]. Понятие языковой личности имеет двойственную интерпретацию: статическую (как уже сформировавшаяся личность, которая обладает набором личностных качеств и выполняет определенную социальную роль) и динамическую (личность находится еще на стадии своего формирования: этапы развития ребенка или патопсихологические последствия, «т.е. движение в сторону разрушения личности») [94, с. 13].

Языковую личность рассматривают как с позиций языкового сознания, так и с позиций речевого поведения, т.е. с позиций лингвистической концептологии и теории дискурса. Языковое сознание находит свое предметное воплощение в речевой деятельности и отражается в речи, в письме, в восприятии и понимании речевых сообщений. Речевая деятельность осуществляется личностью и является отражением ее психофизиологической организации [81, с.30].

Трехуровневая модель языковой личности, включающая вербально-семантический, когнитивный, прагматический уровни [98], предполагает иерархию: высшим является прагматический уровень (прагматикон), включающий цели, мотивы, интересы, установки и интенциональности; средний уровень (семантикон) представляет собой картину мира, включающую понятия, идеи, концепты и отражающую иерархию ценностей; низший уровень (лексикон) – это уровень владения естественным языком, уровень языковых единиц» [94, с. 22].

Разграничение между семантикой и прагматикой достаточно условно: «отношение знака к миру, лишенное человеческого опосредования, теряет смысл» [94, с. 23] (имеется в виду вещание без наличия аудитории). А «отношение знака к человеку, лишенное языкового опосредования, артикуляции» – десемантизация (чистая прагматика), как и депрагматизация (чистая семантика) – отсутствие общения [94, с. 24] не существуют в реальной коммуникации. Эти два аспекта (семантика и прагматика) неразделимы.

В рамках конкретного дискурса языковая личность может рассматриваться как «коммуникативная личность» – обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций» [94, с. 22]. Коммуникативная личность содержит в себе ценностный, познавательный и поведенческий планы [94].

*Ценностный план* коммуникативной личности сводится к этическим нормам поведения, характерным для определенного этноса в заданный период его развития [94, с. 22]. Так, Б. Обама воплощает в своем дискурсе как события, так и ценности, начиная со времени правления А. Линкольна и до нынешнего момента. Как указывает В.И. Карасик, этические нормы закреплены в нравственном кодексе народа и охватывают историю и мировосприятие людей, которые объединены культурой и языком. Нравственный кодекс народа сводится к числу языковых и коммуникативных индексов: прецедентные феномены (тексты), правила этикета, стратегии вежливости и др. [94, с. 22].

Различают общечеловеческие ценности (этические, утилитарные); ценности, характерные для определенного типа цивилизации (религиозные нормы); ценности этноса, а также сообществ внутри этноса (региолектов и социолектов); ценности малых групп и ценности, свойственные отдельной личности [94, с. 22]. Б. Обама умело использует как групповые ценности, говоря о важности слаженной системы здравоохранения, так и личностные

ценности, акцентируя внимание на успешных медицинских операциях отдельных людей.

В культурно-историческом плане выделяют, с одной стороны, ценности, навязываемые обществу или псевдо ценности, свойственные определенному временному периоду, с другой стороны, унифицированные ценности, характерные для любого этноса и времени. Ценностная составляющая является одним из рычагов воздействия одной языковой личности на другую. В политическом дискурсе ценностное воздействие сводится к персуазивному с интенцией захвата и удержания власти, в ходе которого продуцент речевых сообщений навязывает аудитории свою систему ценностей [142].

*Познавательный* т.е. когнитивный план коммуникативной личности раскрывает концептосферу, свойственную представителю определенного лингвокультурного сообщества. Культурно-этнический уровень позволяет говорить о языковой личности как об обобщенном понятии и выделить «предметно-содержательные и категориально-формальные способы интерпретации действительности, свойственные носителю определенных знаний о мире и языке» [94, с. 22], то есть акцентировать социокультурные особенности языковой категоризации мира и мировосприятия через язык и речь.

*Поведенческий план* коммуникативной личности содержит в себе специфический набор «намеренных и помимовольных характеристик речи и паралингвистических средств общения» [94, с. 23]. Выделяют наработанные стереотипные поведенческие реакции, а также специфические реакции личности. Так, коммуникацию Б. Обамы характеризуем по паравербальным и экстралингвистическим параметрам, таким, как жесты, мимика, ритм речи, цвет делового костюма и аксессуаров, что раскрывает его свойства как дискурсивной личности.

Идеи о взаимной дополнительности ценностного, познавательного, поведенческого аспектов коммуникативной личности [94, с. 24] находят

развитие в предложенном А.Г. Барановым синтезе трех аспектов личности: вербально-семантического, когнитивного и мотивационного [10; 125; 120; 115]. Согласно А.Г. Баранову, «когниотип как функциональная модель знания представляет собой ментально-лингвистическую сущность, своего рода «кентавр», опирающийся на семантические и прагматические макроструктуры текста в их развертке и наборы разнообразных систем вербальных единиц, покрывающих всю содержательно-смысловую ткань текста» [15, с. 39]. Являясь трехкомпонентной структурой, включающей пропозициональную, модальную и текстуальную составляющие, когниотип реализуется посредством специфичных для личности высказываний, служащих воплощению ее коммуникативного намерения. В частности, описан когниотип «терроризм» как комплекс знаний о терроризме, существующих в русском и англо-американском социумах, и на основе этого когниотипа предложена классификация жанров «террористического дискурса», охарактеризована его «когнитивная база» и языковые особенности [115]. Для анализа дискурса Б. Обамы важна принципиальная возможность построения «как индивидуального, так и группового (интерперсонального) когниотипа, характеризующего знания определенной группы людей в определенной предметной области» [15, с. 39].

На современном этапе развития лингвоперсонологии понятия языковой личности политика как собирательный и коммуникативная личность, как конкретный объект исследования трансформировались в понятие дискурсивная личность, которая, по мысли Н.В. Петлюченко, действует в рамках «дискурсивного апеллятивного пространства» [147, с. 12], формируя это пространство с помощью как вербальных, так и паравербальных (кинесика, просодика, проксемика) и невербальных средств. «Визуальные и аудиальные знаки», как убеждает И.И. Серякова, «суть феномены коммуникации, которые составляют особый невербальный дискурс, в содержание которого входит рациональная и эмоциональная информация» [175; с. 185].

Изучение дискурсивной личности определяет необходимость учета данных смежных наук: «поведение человека регулируется не только законами антропологии, но и общей психологией» [121, с.220], законами социальной семиотики [95, с. 176]. В частности, комплексная методика исследования с использованием лингвистических и экспериментально-фонетических методов позволила Н.В. Петлюченко определить общие и различительные черты вербальной и паравербальной (просодической и кинетической) организации апеллятивных дискурсов харизматических политических лидеров Германии и Украины (их тональность, темп и паузация, речесопровождающие жесты и др.) и установить изоморфизм вербального и паравербального уровней их дискурсов [146].

С привлечением невербального компонента коммуникации И.И. Серякова установила профиль невербального дискурсивного поведения современных американских и украинских политических лидеров [175, с. 186-208].

Таким образом, эвристика изучаемого феномена разграничивает понятие языковой личности – сложного образования, «в котором сосуществуют различные социально-ситуативные роли, модусы поведения, уровни коммуникативной компетенции, а также сугубо индивидуальные, идиосинкратические особенности» [95, с. 181] и коммуникативной личности – типичного представителя лингвокультурного сообщества, обладателя определенного набора ценностей и моделей поведения, характерных для конкретно взятого сообщества; личности, обладающей уникальным, присущим только ей когнитивным и коммуникативным набором характеристик и навыков речи [95, с. 181]. Существенное отличие понятия дискурсивной личности мы усматриваем в исследовательском фокусе на общении как деятельности, предполагающей конструирование смыслов, и на среде функционирования – дискурсе, что определяет выбор понятия дискурсивной личности в качестве основного инструмента изучения

когнитивно-коммуникативных аспектов президентского дискурса Барака Обамы.

### 1.2.2. Президент США как дискурсивная личность

Дискурсивная личность политика, по определению Л.Л. Славовой, – это «обобщенный образ, который воплощает типичные черты представителей этой сферы (политики) и специфические черты, свойственные конкретной лингвокультуре» [179, с. 2]. Индивидуальная дискурсивная личность политика обладает когнитивными, «возрастными, гендерными и статусными характеристиками» [179, с. 5], а успешному политику также присуща определенная степень харизмы.

Индивидуальные когнитивные характеристики дискурса президента раскрываются в специфике присущих ему ключевых концептов, которые Дж. Лакофф непосредственно связывает с программными положениями правящей партии. К ним относят борьбу с терроризмом (концепт БЕЗОПАСНОСТЬ); реформы экономики, финансовой системы, направленные на преодоление современного экономического кризиса (концепт ЭКОНОМИКА); правительственные программы Medicare и Medicaid (концепт ЗДРАВООХРАНЕНИЕ); объединение всех граждан страны – представителей разных социальных и возрастных групп (программа реформ *Obamacare*), приверженцев разных партий и т.д. (концепт НАЦИЯ) [267].

По параметру возраста, который определяет социальную организацию общения, дискурсивные личности демонстрируют различия ролевой составляющей, выбора тональности и способа коммуникации. Так, по данным Л.Л. Славовой, политиков можно разделить на: «молодых и перспективных; зрелых и опытных» [179, с. 9]. Гендерные характеристики прослеживаются в номинациях особ мужского и женского пола – «словах, которые фиксируют половую принадлежность референта, а также всю совокупность социокультурных смыслов (коннотаций и ассоциаций),

связанных с гендерной идентификацией индивида в англоязычной культуре» [127, с.111; 179, с. 9]. Гендерный аспект восприятия политика, по мысли А.П. Мартынюк, выражается в определенных требованиях социума, которые выдвигаются к индивиду в связи с его/ее биологическим полом [127, с. 61-66]. Эти требования вырабатываются на основе оценки соответствия/несоответствия атрибутов мужчины и женщины (качеств, моделей поведения, социальных ролей)» [19, с. 200]. Речь идет о «типичных и желательных мужских и женских качествах, т.е. гендерных стереотипах и эталонах» [19, с. 200], свойственных президенту и его профессиональному дискурсу.

Социально-статусные характеристики дискурсивной личности президента «проявляются в формах обращений и наименований политиков и политических сил» [179, с. 9], определяя их выбор. Среди известных типологий языковых личностей, основанных на различных параметрах (профессии, гендера, возраста, культуры и проч.), для личности политика наиболее релевантно их разделение по признакам: (1) ценностному, мировоззренческому, (2) культурологическому, (3) личностному, индивидуальному [130, с. 119]. С их учетом Л.Л. Славова определяет языковую личность политика как «профессиональную, харизматичную, авторитарную, американскую / украинскую, символичную» [180, с. 44].

Для политического лидера оказывается важным критерий харизматичности [147; 157]. Термин харизма (греч. – дар, достоинство) – исключительная одаренность, феноменальные способности воздействия на людей. Харизма – это иррационально, эмоционально-мистические связи, которыми обладает лидер и которые он проецирует на окружающих. В идеале харизма президента проявляется в исключительной мудрости, героизме, пророчестве, непогрешимости, святости и т.п. [300]. На практике к числу проявлений харизмы политика относят качества: популярность, шарм, привлекательность и т.п. [140; 185] [218; 215], что находит свое применение в PR-технологиях в целях создания харизматического имиджа [52; 85; 157].

Харизматичность дискурсивной личности политика проявляется в его коммуникативной деятельности и раскрывается в переломные периоды истории, когда он выступает «в функции пророка, вождя или реформатора» [147, с.1-2]. Харизма имеет скалярный характер, что позволяет Н.В. Петлюченко выделить среди отдельных политических лидеров современности «истинных либо ситуативных харизматиков», носителей «слабой или искусственной харизмы»; в последнем случае связь дискурсивных тактик политика (Ангелы Меркель) с ее позицией честного, лишенного иллюзий политика, не склонного приукрашивать состояние дел, определяет ее скорее как «рационального, а не харизматичного политика» [147, с. 23].

По мнению американских исследователей, свою коммуникативную деятельность президент США проводит как успешный рациональный политик с умеренной ситуативно выраженной харизмой [218; 215].

Дискурсивная личность политика «вместе с речевым кодом использует другие семиотические коды» [147, с.1-2], что фокусирует внимание на анализе невербальных и экстралингвистических параметров коммуникации Б. Обамы. С учетом различных трактовок понятий невербалики, в рамках настоящего исследования к невербальным средствам воздействия относим кинесику и просодику, где первое – совокупность телодвижений (жестов – движений руками, пальцами, головой и т.д., мимики – улыбка, взгляд, выражение лица), применяемых в процессе человеческого общения (за исключением движений речевого аппарата) [184, с. 36], а второе – система фонетических средств (высотных, силовых, временных), реализующихся в процессе речи на всех уровнях речевых сегментов (слов, словосочетаний, синтагм, фраз, сверхфразовых единств, текстов) и играющих смыслоразличительную роль; к элементам просодики относят: ударение, временные и тембральные характеристики, ритм и др. [64].

Как отмечает Л. В. Солощук, компоненты кинесики и просодики взаимодействуют с вербальными компонентами на двух уровнях коммуникации: на макро- и микроуровне: «макроразнодействие

вербальных компонентов и невербальных компонентов в дискурсе происходит при условии формирования диалогической реплики полностью при помощи невербальных компонентов. Таким образом, речевой акт в реплике превращается в параречевой, который обладает характеристиками, присущими речевому акту» [183, с. 9]. Однако в стереотипных ситуациях общения «преимущество отдается использованию универсальных невербальных компонентов» [183, с. 9]. (Ср.: по данным В. Джентри, «невербальная коммуникация передает до 93% значений за пределами того, что говорится» [245]).

Невербальные компоненты политической коммуникации включают в себя «набор компонентов неязыкового характера, которые говорящий создает в результате физической (жестовой и голосовой) деятельности во время коммуникации и использует вместе с вербальными средствами» [183, с. 14]. В дискурсе невербальные компоненты, среди которых: кинесические, просодические и проксемические коммуникативные компоненты [183, с. 14-15], образуют «спаянный» апелятивный тонально-жестовый комплекс» [146, с. 182]. При этом вербальные и невербальные компоненты постоянно взаимодействуют. Как подчеркивает И.И. Серякова, «невербальный знак – это компонент, не вычитаемый из коммуникативного акта как вспомогательное средство, а приплюсовываемый к нему на основании функциональной релевантности» [175, с.14].

Степень жестикюляции ситуативна и зависит от степени эмоционального состояния политического лидера и от национально-культурной специфики [146, с. 182]. Взаимодействие жеста и речи имеет двойственный характер: происходит саморегуляция функциональной системы коммуникативного акта, жесты, которые акцентируют, сопровождают речь одновременно выполняют коммуникативную функцию, являются коммуникативно значимыми. Жесты отмечают отдельные участки речи и направлены на достижение единой (оформленной вербально) цели. Так, выделяют такие типы жестов, «которые сопровождают речь с учетом направления движения

руки (к публике, к себе, вниз, вверх), с учетом характера движения руки (импульсивный, плавный), конфигурация движения кисти руки (кулак, раскрытая ладонь, с выставленным указательным пальцем) [146, с. 183-184]. При этом в кризисные моменты политический лидер становится более харизматичным и прикладывает максимум вербальных и невербальных усилий для достижения своей цели: «харизматичное возвышенное состояние политического лидера приводит к интенсификации всех просодических и кинесических параметров речи» [146, с. 177], тем самым усиливая персуазивный эффект дискурса (ср.: невербальные компоненты «способствуют ускорению и облегчению ведения коммуникативного процесса» [183, с. 18]).

Б. Обама чаще всего использует такие жесты, как раскрытая в сторону аудитории или полузакрытая ладонь (ладони) или сопровождает свои высказывания жестом *с вытянутым указательным пальцем, обе руки находятся на уровне груди* [409; 410; 411]. Исследователи характеризуют эти жесты как проявление невербального дискурсивного кода говорящего. Так, правая рука, раскрытая ладонью вверх, расценивается как показатель стремления к высокой цели, идеалу, желания воодушевить аудиторию. Ладонь, нацеленная сперва себе на грудь, выбрасываемая вперед и раскрываемая в сторону собеседника, как «метание дротика», служит показателем воодушевления, посылы энергетического заряда, кульминации подаваемого сообщения/темы [105].

Имидж президента формирует и такой невербальный компонент, как улыбка. В дискурсе политика его стереотипно связывают, с одной стороны, с «позитивным состоянием говорящего», другой, – с возможностью скрывать «свои настоящие коммуникативные намерения» [183, с. 22]. Дискурсивное поведение Обамы отличает умение улыбаться и вызывать улыбку, разряжать атмосферу шуточными высказываниями типа:

*Hello, Ohio! Well, it is good to be in Parma. Everybody, have a seat – who can sit down* [362].

Важным невербальным средством воздействия в политическом дискурсе служит зрительный контакт адресанта с аудиторией. Как отмечает И.И. Серякова, в «семиотическом поле системы невербальной коммуникации центральную позицию занимает микрополе «взгляд», которое является ядерным», что объясняется ролью зрительной активности в процессах восприятия и мышления [175, с. 104].

Экстралингвистические средства воздействия – внешние проявления дискурсивной личности политика – основаны на «внутренних и внешних параметрах, таких как фенотип, физическое и психическое здоровье, внешность, голос, жесты, манера поведения и одежда» [146, с. 57] и важны с точки зрения «планирования коммуникативных стратегий и тактик» [183, с. 14-15]. Они «способны выделять такие денотаты (обозначаемые предметы), которые в конкретном коммуникативном акте не нуждаются в обязательном вербальном определении». Особое значение приобретает параметр внешности – «ситуативные компоненты статического характера, (одежда, прическа и т.д.)» [183, с. 14-15], которые потенциально влияют на коммуникацию и частично регулируют ход коммуникации (Л.В. Солощук трактует их как «надвербальные компоненты» [183]).

Экстралингвистические средства связаны с идеализацией, символизацией и мифологизацией образа политического лидера; они также служат приемами пропаганды: создание мифов, ставка на избранность, цветовые гаммы, характерная речь, символика, одежда и т.д. [146, с. 377]. Так, Б. Обама помимо вербальных средств влияния на аудиторию также использует такие средства воздействия, как цвет (фиолетовый цвет галстука, рубашки); не говоря уже о том, что в Белом Доме все пресс-конференции и публичные выступления проходят на фиолетовом фоне: такой цвет, пишет Г. Клар, способствует успокоению [102] и улучшает восприятие.

В невербальных компонентах дискурса проявляется и харизматичность Б. Обамы. Так, по наблюдениям В. Джентри, Обаму отличает широкое использование зрительного контакта (eye contact) с аудиторией, умеренная

жестикуляция рукой (как выражение власти и доминирования), которую он заменяет модуляцией тональности и тембра, силы звука – это важнейшие и наиболее действенные средства невербального поведения (nonverbal behavior) президента, которые делают его речь наглядной, вдохновляющей, уверенной без самоуверенности, харизматичной [245].

Система вербального и невербального в дискурсе политического лидера создает его имидж – особый социокультурный феномен, выступающий как один из специальных результатов деятельности политика, обеспечивающий ему определенный социально-исторический статус и тем самым определяющий возможность его дальнейшей политической деятельности [108]. Важнейшая функция имиджа – моделирующая [97, с. 19]: он формирует систему социальных ценностей в дискурсивных практиках политика.

Имидж политика – результат намеренного самовыражения, создаваемый личностью и институтом спичрайтеров с целью «управления поведением других» [246, с. 35]. По определению Г.Г. Почепцова, имидж политика содержит «ключевую информацию, задающую все основные <...> параметры, характеризующие лидера» [157, с. 66], акцентирует его выгодные качества и формирует у аудитории установки предпочтения [54]. Хотя с определенной долей условности имидж разделяют на внешний или габаритный визуальный и вербальный имидж, однако в целом, по определению Л.Л. Славовой, «имидж оказывает определенное эмоционально-психологическое воздействие на аудиторию речевыми средствами, что является одним из наиболее эффективных средств влияния на массовое сознание» [180, с. 27] и создает публичный образ политика.

В целом, дискурсивная личность Б. Обамы, по данным смежных наук, предстает как центрист, наделенный свойствами харизматичности. Его индивидуальная концептосфера формируется под влиянием ключевых концептов правящей партии, а невербальное коммуникативное поведение создает уникальный дискурсивно-поведенческий образ – дискурсивный

имидж президента, что в комплексе обуславливает стратегии и тактики его дискурса.

### **1.3. Когнитивные параметры президентского дискурса**

Дискурсивная деятельность политика – часть его деятельности в целом, это «когнитивный инструмент» социального взаимодействия [100, с. 231]. Современная наука акцентирует необходимость рассмотрения личности говорящего в комплексе присущих ей уровней – функционального, когнитивного и мотивационного, где когнитивный уровень включает «личностную картину мира, систему ценностей», то есть «познавательный и социальный опыт», который определяет выбор средств и способов построения речи [100, с. 10-11].

Изучение когнитивного уровня личности опирается на понятие концептосферы всего народа (в нашей работе – американской концептосферы), определяемой Д.С. Лихачевым как «совокупность концептов нации, она образована всеми потенциями концептов носителей языка. Концептосфера народа шире семантической сферы, представленной значениями слов языка» [119, с. 5]. Чем богаче культура нации, ее фольклор, литература, наука, изобразительное искусство, исторический опыт, религия, тем богаче концептосфера народа [119, с. 5]. Индивидуальное когнитивное пространство опирается на «когнитивную базу» национально-лингвокультурного сообщества, под которой понимается определенным образом структурированная совокупность необходимо обязательных знаний и национально-детерминированных и минимизированных представлений, которыми обладают все носители того или иного национально-культурного менталитета [110, с. 53].

В нашем исследовании это определяет использование американской концептосферы как точки отсчета для выделения на ее фоне свойств

идиоконцептосферы Барака Обамы и индивидуальных характеристик его ключевых концептов. Обращение к философским категориям общего ↔ особенного ↔ единичного (по Аристотелю) [311] позволяет соответственно трактовать американскую концептосферу как общее, идиоконцептосферу Б. Обамы – особенное, а отдельные концепты в рамках идиоконцептосферы президента – как единичное.

### **1.3.1. Домен ПОЛИТИКА в американской концептосфере**

Совокупность и многообразие различных концептов определенной лингвокультурной общности на каждом историческом этапе представляет собой систему – «концептуальную сферу народа» или «концептуальное поле» [107; 148, с. 11; 160, с. 170], в которой, по мнению А.Н. Приходько, «вся палитра ментальных образов упорядочивается в виде определенных паттернов, формируемых по принципам структуры и системы» [160, с. 170]. В логическом анализе концептосферы – «совокупности упорядоченных знаний» – соответствует когнитивная картина мира – «результат когниции действительности» [156, с. 68; 134, с. 63-64], определяемая Е.В. Бондаренко как «сложная когнитивная формация в сознании человека, которая, с одной стороны, представляется в виде структурированного знания глобального динамического образа мира и результата внешнего и внутреннего рефлексивного опыта человека и, с другой стороны, может быть реализована в вербальных формах» [32, с. 18].

К основным свойствам концептосферы народа относят:

- отсутствие хаотичности, «системную организацию» и «упорядоченность» [160, с. 170];
- «многомерность» как «объединение концептов» [130, с. 152; 107, с. 54; 137, с. 266];
- функцию «информационной базы мышления» [152, с. 176; 160, с. 170];

- иерархичность компонентов или «принцип матрешки» [160, с. 171];
- многообразии форм существования: в виде «обобщенных представлений, мыслительных картинок, схем, понятий, фреймов, сценариев, гештальтов, обобщающих разнообразные признаки внешнего мира» [160, с. 172];
- связь с языком: по Д.С. Лихачеву, это «некоторая совокупность психоментальных представлений этноса, незримым ореолом окружающая его язык» [119, с. 281].

Будучи своеобразным вместилищем, «банком, депозитарием концептоединиц отдельных языковых социумов (этносферой)» [160, с. 170], концептосфера народа обобщает «концептуарий конкретной культуры» [92, с. 85]) и представляет собой, по мысли В.Н. Манакина, «единый когнитивно-семантический континуум этноса, включенный в информационную систему более высокого порядка – ноосферу, «единый когнитивно-семантический континуум человечества»» [126, с. 31; 160, с. 171-172] (ср.: по А.Н. Приходько, в одной лингвокультуре есть только одна концептосфера [160, с. 172]).

Единицей системы концептосферы служит концепт [160, с. 186], при этом система «гетерогенна по своей сути»: все множество концептов упорядочивается в ней «в виде определенных участков, формирующихся по принципам структуры и системы. Это касается как вербализованных, так и невербализованных, как предметно-конкретных, так и абстрактно-идеальных концептов» [160, с. 172]. Концептосфера носит упорядоченный характер: «концепты, образующие концептосферу, по отдельным своим признакам вступают в системные отношения сходства, различия и иерархии с другими концептами» [155, с.1], что позволяет выделить определенные участки национальной концептосферы – домены, в частности, домен ПОЛИТИКА, по параметру опыта, который подвергается категоризации.

Домен, по определению Р. Ленекера, – это «связная область концептуализации, относительно которой характеризуется семантическая

структура» [271, с. 47]. Домены служат фоном для понимания концептов, когда для понимания концепта «необходимо понимать всю структуру, в которую он входит» [134, с.65] или базой (base), в пределах которой профилируются значения [272]. Понимание концептов политической жизни Америки предполагает понимание всей суммы знаний в домене ПОЛИТИКА.

Концепты, которые структурируют концептуальный домен ПОЛИТИКА, являются идеологемами, то есть элементами идеологии, (в данном случае – американской), которые репрезентируются языковыми единицами [53]. Под идеологемой понимают единицу когнитивного уровня – особого типа концепт, в структуре которого (в ядре или на периферии) актуализируются идеологически маркированные концептуальные признаки, содержащие в себе коллективное, стереотипное и отчасти мифологизированное представление носителей языка о власти, государстве, нации, гражданском обществе, политических и идеологических институтах. Идеологема – это универсальное понятие: «мыслительная, когнитивная единица идеологической картины мира, которая объективируется в тексте и шире – в дискурсе собственно языковыми единицами разных уровней, а также знаками других семиотических систем (совокупностей знаков)» [124].

Идеологема представлена в языке как словом, «непосредственно связанным с идеологическим денотатом» (с обозначаемым предметом) [116, с 91] и имеющем в своем значении идеологический компонент [199, с.92], так и иным словесным обозначением «значимых для личности духовных ценностей, при котором как бы размывается прямое, предметное значение слова, а на первый план выходят оценочные, эмоционально-экспрессивные коннотации» (семантические ассоциации), «не имеющие опоры в непосредственном содержании слова» [124, с 3]. Иными словами, идеологема – это «мировоззренчески насыщенное обобщающее слово, чаще всего образное слово, метафора, обладающая мощной суггестивной силой», т.е. силой внушения [103, с.38]. Н.В. Петлюченко называет такие слова «прагмемами либо идеологемами харизматического политического лидера, так как в

прагматической зоне их лексического значения присутствует идеологическая составляющая, которая выражает определенное идеологическое содержание» [146, с. 220].

Идеологемы как ментальные единицы характеризуются «национальной специфичностью, динамичностью семантики, повышенной аксиологичностью» [124], что акцентирует этнокультурную специфичность образованного ими домена ПОЛИТИКА.

В современной американской концептосфере домен ПОЛИТИКА содержит значимые для народа концепты, которые отображены в политических программах партий, и охватывает такие актуальные для американцев субдомены, как: ЭКОНОМИКА («new jobs and new industries, tax cuts»), ОБРАЗОВАНИЕ («education and research»), ИНФРАСТРУКТУРА («we've got to have the best infrastructure»), БЕЗОПАСНОСТЬ внутренняя и внешняя («transportation security, security forces, security services»), ЭКОЛОГИЯ («the impact of climate change, the climate threat, promote clean energy»), и ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (Affordable Care Act), СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО («partnership to reduce hunger, global food security initiative»), СОЦИАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ («Social Security, social justice») и др. [412].

Итак, вслед за А.Н. Приходько считаем, что концептосфера – «это объективно существующая совокупность вербально обозначенных и вербально не обозначенных национально маркированных ментальных единиц лингвокультуры, упорядоченных по принципу системности и организованных на основании множественности, целостности, связи и структурированности» [160, с. 173]. Концептосфера американского народа как система включает подсистему – домен ПОЛИТИКА, образованный идеологически маркированными концептами – идеологемами.

### **1.3.2. Домен ПОЛИТИКА в идиоконцептосфере Барака Обамы**

Каждый индивид обладает уникальной системой знаний, соответствующей всем сторонам его жизнедеятельности, в том числе

речевой, т.е. дискурсивной практике. Эти знания представляют собой его индивидуальную концептосферу с опорой на профессиональную, возрастную, гендерную составляющие. Концептосфера народа и идиоконцептосфера личности соотносятся как общее и частное (ср.: «базовое стереотипное ядро знаний, или когнитивная база народа, действительно существует, но выделяется из индивидуальных концептосфер как некоторая их часть, в равной мере присвоенная всеми членами лингвокультурного сообщества» [154]).

Индивидуальная концептосистема, по мысли А.Н. Приходько, тесно связана с «идиодискурсом, в рамках которого говорят о языковой личности – концептоносителе» [160, с. 175]. Отдельные концепты в рамках такой идиоконцептосферы как совокупности индивидуально важных концептов носителя сознания – отдельного индивида [207] (или «идиосферы» в терминологии О.П. Воробьевой) возникают как «отклик на предыдущий лингвокультурный опыт человека, в котором находит свое отражение индивидуально-авторское осмысление мира» [44, с. 54].

В домене ПОЛИТИКА идиоконцептосферы Б. Обамы ее составляющие – концепты-идеологемы благодаря своим индивидуальным смыслам фактически являются идиоконцептами – «ментальными образованиями, отражающими мир ценностей отдельно взятой личности или авторские модификации общепринятых ценностей» [160, с. 56]. С их помощью «языковая личность квантирует свое собственное когнитивно-семантическое пространство» [160, с. 57]. Хотя идиоконцептосфера отдельно взятого индивида опирается на концептосферу этноса, ее отличает «идиоконфигурация концептов» [160, с. 174], которая понимается как «совокупность концептов, свойственных отдельной личности» [160, с. 174].

Выделение современной наукой идиоконцептосферы служит развитием антропоцентричной парадигмы языкознания с фокусом на анализе отдельно взятой личности, при котором язык изучается как «средство доступа ко всем ментальным процессам, происходящим в голове человека и определяющим

его собственное бытие и функционирование в обществе» [114, с. 9], хотя проблема соотношения общего и частного остается нерешенной. Так, В.В. Красных, разграничивая индивидуальную и национальную концептосферы, выделяет индивидуальное когнитивное пространство как «определенным образом структурированную совокупность знаний и представлений, которыми обладает любая (языковая) личность, каждый говорящий, и коллективное когнитивное пространство – определенным образом структурированную совокупность знаний и представлений, которыми необходимо обладают все личности, входящие в тот или иной социум» [109, с. 61]. При этом, по мнению В.В. Красных, вопрос о различии данных понятий остается открытым: если индивидуальное когнитивное пространство – это то, чем обладает каждый, а коллективное – чем обладают все, «то это одно и то же: то, чем обладает каждый, и есть то, чем обладают все» [109, с. 61].

В нашей работе мы исходим из того, что идиоконцептосфера (индивидуальное когнитивное пространство) – может быть как 'уже, так и шире коллективной, что особенно заметно в домене ПОЛИТИКА, где ряд исключительных в своем роде политических лидеров, таких как Дж. Вашингтон, Дж. Кеннеди и др., обладают уникальными когнитивными навыками, знаниями и представлениями в таких широких масштабах, которые могут превышать коллективное когнитивное пространство, о чем свидетельствуют данные американских историков и политологов [243; 224]. Вместе с тем, для рядового члена лингвокультурного сообщества более вероятно преобладание национальной концептосферы.

Анализ идиоконцептосферы в лингвистике основан на данных дискурса. Язык, речь и шире – дискурс вербализируют и актуализируют определенные концепты или смыслы. По определению П.Н. Донца, смыслы понимаются как «относительно дискретные информационные пучки, кванты содержания, отдельные более или менее четко отграничиваемые элементы существующего в сознании человека смыслового континуума, который

является продуктом индивидуального и коллективного отражения мира в форме ментальных процессов дифференциации, генерализации, сравнения, анализа, синтеза и т.д.» [61, с. 101].

Концепты в рамках идиоконцептосферы опираются на индивидуальное сознание этнокультурно-языковой личности [51, с. 90;], на ее ценности, которые «несут определенные культурные смыслы, т.е. находятся в культурном пространстве или в сознании представителей лингвокультурного сообщества» [83, с. 243]. Выделяют общечеловеческие, этнокультурные и личностные смыслы, из которых для анализа концептов домена ПОЛИТИКА в идиоконцептосфере президента наиболее релевантны этнокультурные и личностные.

Первые определяются как свойства концептов, которые «позволяют воспроизводить в сознании коллектива некие общекультурные ценности и ценностные ориентации всех его членов», отражают «цели и интересы, определяющие характер деятельности коллектива, и связаны с насущными потребностями общества» [83, 247]. Носителями этнокультурных свойств служат «идеологемы, мифологемы, символы, прецедентные феномены, они закреплены в культурных архетипах, ритуалах, обычаях, традициях и других формах стереотипного поведения представителей этнокультуры» [83, 247].

Личностный аспект идиоконцептосферы – «личное отношение субъекта к миру, фиксирующееся в субъективных значениях», этнокультурно маркирован «вследствие принадлежности языковой личности к определенному этносу» [149, с. 131]. Для личностного аспекта в идиоконцептосфере президента важно ее свойство – «производность от места человека в системе общественных отношений и от его социальной позиции» [299]. Личностные свойства концептов рассматриваются в соотношении с «внутренним миром субъекта, его предшествующим знанием, переживаниями, настроением, уровнями развития личности» [83, с. 257]. Тем самым, они «представляют собой собственный внутренний мир индивида, включают понимание убеждений, ценностей, чувств, связаны с такими

психическими функциями, как осознание себя, автономия, ответственность» [83, с. 257].

В домене ПОЛИТИКА идиоконцептосферы Б. Обамы личностные смыслы служат сохранению традиций и ценностей президента, транслируя его когнитивный и дискурсивный опыт народу США [47]. Инструментом трансляции смыслов (ценностей) служат вербальные и невербальные средства; их выбор в дискурсе обусловлен личностно-значимыми смыслами, которые реализуются:

- 1) в системе оппозиций «ценностей»;
- 2) в прецедентных феноменах и метафорических моделях;
- 3) в приемах языковой игры» [47].

По нашим данным (см. приложение А, табл. А.1), наиболее значимые ценности и антиценности в дискурсе Б. Обамы относятся к сфере здравоохранения (антиценность – болезнь, потеря страхования), экономики (антиценность – кризис), системы налогообложения (ценность – «урезание», снижение налогов), безопасности (антиценность – война), образования (антиценность – низкая оплата труда работников сферы образования) и пр. Они соответствуют концептам-идеологемам, генерирующим его президентский дискурс: ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (HEALTHCARE), ЭКОНОМИКА (ECONOMICS), БЕЗОПАСНОСТЬ (SECURITY) и НАЦИЯ (NATION). Такие концепты – ключевые, «центральные для данного дискурса, лежащие в основе развертывания его смыслов и норм», трактуются как «генеративные» [93, с.78] или «базовые» [90, с.80], «центральные», чью «генеративную функцию в семиотическом пространстве дискурса можно сравнить с ролью доминанты в развитии лексико-семантической парадигмы» [209, с. 69-70]. Используя термин В.М. Солнцева «системообразующий» концепт институционального дискурса [182, с.47-48], считаем эти концепты-идеологемы дискурсообразующими для президентского дискурса Б. Обамы: они пронизывают все его выступления как политика, начиная с предвыборных программ.

Таким образом, идиоконцептосфера президента – ментальное образование, которое содержит в себе индивидуальные когнитивные характеристики, представление об окружающем мире (набор концептов, ассоциаций, когнитивных метафор и т.п.). В идиоконцептосфере Барака Обамы домен ПОЛИТИКА структурирован ключевыми концептами-идеологемами ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ, которые опираются на этнокультурную концептосферу американцев и имеют собственные конфигурации в соответствии с социокультурными и ценностными доминантами 44-го президента США.

### **1.3.3. Концепт: репрезентация в языке и актуализация в дискурсе**

Концепт – «базовая единица ментальной репрезентации» [229, с. 2]. Вслед за Е.В. Бондаренко, мы рассматриваем его как «идеальную абстрактную единицу, смысл, которым оперирует человек в процессах мышления и который отображает содержание опыта и знания, содержание результатов всей деятельности человека и процессов познания окружающего мира в виде определенных единиц, «квантов знания»» [32, с. 28]. В президентском дискурсе Б. Обамы образующие его концепты-идеологемы («концепты-идеи» [252, с. 46]) могут быть истолкованы только на фоне домена ПОЛИТИКА, ведь «концепты сводят все разнообразие наблюдаемых явлений к чему-то единому, подводят информацию под определенные, выработанные обществом категории и классы» [304, с. 90; 32, с. 28].

Концепты вербально представлены знаковыми единицами языка: «самые важные концепты выражены в языке» [304, с. 90-92], а язык является способом активации концепта. По Е.С. Кубряковой, «появление специального обозначения для сложившейся или складывающейся в голове человека структуры знания позволяет превратить нечто диффузное и неопределенное в нечто, характеризующееся явными границами и выделенное в отдельную сущность» [114, с. 306].

Концепт опирается на некое лексико-семантическое множество, представленное в языке [93, с. 23], где «языковые проекции концептов позволяют обнаружить не только лингвистически освоенный мир, но и своеобразие способа его освоения, так как именно знак выступает формой овладения миром» [106, с. 25]. По мнению З.Д. Поповой и И.А. Стернина, языковой знак или совокупность знаков не могут показать полной картины концепта, в сравнении с определенным «фрагментом познаваемой, переживаемой и преобразуемой действительности»; правильнее говорить о вербальной «репрезентации концепта» [153, с. 97]. «Одна лексема (имя концепта) своими значениями передает только часть концепта, что подтверждает наличие многочисленных синонимов, других способов апелляции к концепту, которые создают семантическое пространство его номинаций» [3, с. 198; 188, с. 96], при этом отдельные части концепта всегда остаются невербализованными [40, с. 81; 63].

Вербализированный слой концепта предстает в виде лексико-семантического множества [93, с. 23], упорядоченого как лексико-семантическое пространство со структурированным полем. Лексико-семантическое поле – совокупность языковых единиц, которые объединены общим значением [104, с. 89-103]. Фактически лексико-семантическое поле (далее – ЛСП) – это понятийная категория [33], которая охватывает общие по значению единицы, принадлежащие к разным частям языка, это «совокупность лексических единиц, объединенных общим семантическим признаком, находящихся в парадигматических отношениях и номинирующих явления в соответствии с их понятийными, предметными или функциональными свойствами» [60, с. 5].

В частности, М.В. Никитин считает, что когда мы устанавливаем связи слов по их значениям, мы имеем дело с семантической классификацией. «Семантическая классификация не выходит за пределы понятийных членений и структур, но соотносится, во-первых, со структурой языка при определении уровня обобщенности понятий-значений и, во-вторых, с

компонованием простых понятий в сложноструктурные понятия-значения» [138, с. 73].

В понимании М.В. Никитина, семантическая классификация не связана с формами языка и не создает каких-либо особых концептуальных единиц либо понятий, она не структурирует сознание индивида иначе, чем его структурирует сама действительность, практика и деятельность человека. Семантическая классификация опирается на «деятельностно обусловленную структуру мысли как единственно реальную, но из всех возможных моделей ее организации и комбинирования понятий выбирает ту, что максимально приближена к структуре их языкового выражения при неперменном условии и пределе этого приближения, что структуре мысли не навязывается ничего, что бы не было обусловлено структурой мира и деятельности» [138, с. 74].

Лингвокогнитивистика позволяет раскрыть механизмы понимания концептов, не только прямо оязыкованных лексическими средствами, но и актуализированных в дискурсе средствами вторичной номинации. Так, Г.Г. Слышкин полагает, что процесс формирования «понятийной и образной составляющих концепта – двусторонний процесс. С одной стороны, происходит редукция воспринимаемого объекта действительности, выделение в нем наиболее значимых для оценивающего (т.е. носителя концепта) сторон и элементов. <...> С другой стороны, концепт непрерывно расширяется», происходит ассоциативное притягивание схожих понятий и образов, что позволяет говорить о метафорическом расширении концепта [181, с. 26; 223]. Метафора «играет первостепенную роль в осмыслении и описании мира человеком» [256, с. 539; 36, с. 12]; это «вездесущий принцип языка, ибо в обычной связной речи мы не встретим и трех предложений подряд, в которых не было бы метафоры» [170, с. 47; 36, с.12].

Становление теории метафоры начиналось в рамках философии Аристотеля, когда «метафора являлась инструментом, с помощью которого подмечалось сходство объектов» [6, с. 645-681]. С развитием когнитивной науки поменялся ракурс исследования метафоры: от анализа ее поэтических

свойств и механизма к «мышлению, познанию и сознанию» [40, с. 56], вследствие чего «в метафоре стали видеть ключ к пониманию основ мышления и процессов создания не только национально-специфического видения мира, но и его универсального образа» [8, с. 5-6].

Метафора воплощает образную составляющую концепта – концепты объективируются при помощи метафор. Так, в понимании Е. В. Бондаренко, в дискурсе категориальные концепты или домены «получают среду объективации, где становится возможным выявление их онтологии, т.е. причин появления, типа, составляющих, качества, количества, результата, субъекта и объекта действия, способов измерения и объектов сравнения, которые проявляются в метафоре» [31, с. 7].

Концептуальная метафора – одна из основных операций человеческой когниции/познания, предполагающая «корреляцию абстрактной области знания (концепта или домена) и более конкретной (концепт или домен)» [30, с. 23]. «В процессе картирования (mapping) концепт / концептуальный домен, идентифицируемый с помощью метафоры, выступает как целевой концепт / домен (target concept / domain) или концептуальный референт (conceptual referent); а концепт / концептуальный домен, привлекаемый для сравнения – как исходный концепт / домен (source concept / domain) или концептуальный коррелят (conceptual correlate)» [262, с. 203, 245] (об этом также [22; 30; с. 23-29]). Тем самым, по мысли Дж. Лакоффа и др., «происходящее в концептуальной метафоре взаимодействие двух понятийных сущностей концептов, целых концептуальных комплексов [259, с. 1], или доменов [254, с. 4; 273, с. 488] осуществляется на основании некоторых общих для них признаков [8; 12; 36; 45; 78; 262; 123; 240, 241; 254; 283; 304 и др.] и получает вид предложенной З. Кёвечешем формулы «КОНЦЕПТ / КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ДОМЕН *A* есть КОНЦЕПТ / КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ДОМЕН *B*» [254, с. 4].

Политическая метафора – это «своего рода зеркало, в котором <...> отражается национальное сознание на определенном этапе развития общества» [200, с. 37]. При этом отдельным историческим эпохам присущи

свои политические метафоры – театральная, милитарная, бестиальная (политики и партии – это хищники), криминальная, морбиальная, отражающие «бессознательное мировосприятие» говорящего [200, с. 44].

Политическая метафора носит выраженный этнокультурный характер. Так, понятие американского президента концептуализируется доминирующей в американском сознании метафорической моделью ПРЕЗИДЕНТ – это МЕНЕДЖЕР, нанятый для управления компанией (страной) [99], а не «наделенный божественной властью монарх», что типично для российской концептосферы, где «президент представляется не как выбранный народом руководитель, а как помазанник Божий, носитель священной власти» [37, с. 149].

Концептуальная метафора важна для истолкования идеологием политического дискурса, большинство из которых – абстрактные концепты. В нашей работе концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ рассматриваются как области цели для сравниваемых с ними более конкретные понятий – области источника. Такие метафоры делают более эффективным воздействие политического дискурса, поскольку позволяют «осмыслять абстрактное в терминах конкретного, вербализовать непредметные понятия через предметные, формировать новые смыслы, отталкиваясь от уже существующих, преодолевая тем самым эпистемологическую пропасть между старым и радикально новым знанием» [36, с. 38] (см. также [80; 141; 123; 287]).

Существуют различные подходы к анализу концептуальных метафор. Все они исходят из того, что «метафора возникает в результате способности человека устанавливать сходство между объектами» [36, с. 38]. Различия между теориями сводится к «оценке роли «человеческого фактора»: в признании пассивной роли человека, который лишь фиксирует реально существующие сходные признаки в мире вещей, либо же в признании активной роли человека, мысль которого сама создает такое сходство» [36, с. 38].

Так, Дж. Лакофф классифицирует когнитивные метафоры следующим образом: «ориентационные метафоры придают понятию пространственную ориентацию; например, HAPPY IS UP» [259, с. 8], MORE IS UP [212, с. 90]. Как указывает Дж. Лакофф: «тот факт, что понятие СЧАСТЬЕ (УДАЧА, УСПЕХ) ориентировано на ВЕРХ (the concept HAPPY is oriented UP), демонстрируется такими английскими выражениями, как I'm feeling *up* today» [259, с. 8]. Метафорические ориентации «опираются на наш физический и культурный опыт; <...> полярные оппозиции «верх – низ», «внутри – снаружи» и т.п. имеют физическую природу, основанные на них ориентационные метафоры могут варьировать от культуры к культуре» [259, с. 8-9].

Онтологические метафоры (ontological metaphors) – метафоры сущности и субстанции [259, с. 16]. «Осмысление нашего опыта в терминах объектов и веществ позволяет нам вычленять некоторые части нашего опыта и трактовать их как сущности или вещества некоторого единого типа» [259, с. 16]. Данные метафоры действуют, «отражая опыт обращения с объектами материального мира, являются способами «восприятия событий, деятельности, эмоций, идей и т.п. как материальных сущностей и веществ» [40, с. 59; 259, с. 17]: ЭКОНОМИКА *есть* СУЩНОСТЬ, ЭКОНОМИКА *есть* ВЫЗДОРАВЛИВАЮЩАЯ СУЩНОСТЬ и др.

К онтологическим относят метафоры ПЕРСониФИКАЦИИ, когда референт интерпретируется как человек, и метафоры ВМЕСТИЛИЩА: «мы представляем собой физические существа, ограниченные в определенном пространстве и отделенные от остального мира поверхностью нашей кожи; воспринимаем остальной мир как находящийся вне нас. Каждый из нас есть вместилище, ограниченное поверхностью тела и наделенное способностью ориентации типа «внутри – вне» [40, с. 59; 259, с. 17]. То же самое можно сказать о любого вида «контейнерах», в которые мы мысленно «вкладываем» некие объекты или возводим мнимые ограждения вокруг чего-либо и таким образом категоризируем действительность.

Структурные метафоры (structural metaphors) включают в себя онтологические и ориентационные типы [36, с. 33; 40, с. 59]. Сущность данных метафор «сводится к метафорическому структурированию одного концепта / домена в терминах другого: для метафорического переноса избирается наиболее четко структурированный, укорененный в культуре коррелят (область источника), разработанность которого в сознании позволяет наиболее детально представить референт (область цели)» [40, с. 59]. Например, в президентском дискурсе Б. Обамы находим структурную метафору ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО МЯЧ (*rolling back health care*) [368].

Воздействие метафоры на общественное сознание, по мнению Дж. Лакоффа, сводится к тому, что «метафоры в языке есть отражение метафорической мысли, которая структурирует основание к действию, и таким образом сами действия, как и в каждодневной жизни, так и в вопросах политики. В политике метафоры являются частью концепта – обычно это система моральных ценностей» [264]. В частности, Лакофф приводит пример метафорического рефрейминга (перестройки механизмов восприятия) конфликта в Сирии в дискурсе Обамы [264].

Метафоры активируют в сознании человека те значимые и чаще всего позитивно окрашенные участки, которые формируют мнения, суждения и стереотипы. Если граждане часто слышат от политика об улучшении («*выздоровлении, росте*») в экономической сфере (*economy recovers, economic growth, etc*), то они подсознательно ощущают позитивную для индивида и для страны тенденцию. Таким образом, можно с уверенностью говорить о влиянии концептуальных метафор политика на сознание аудитории.

#### **1.4. Коммуникативные параметры президентского дискурса**

Дискурс является, с одной стороны, результатом социально-культурной практики, с другой, – он сам формирует эту практику.

Современная трактовка дискурса в единстве его когнитивного и коммуникативного аспектов позволяет рассматривать политический дискурс как мысле-коммуникативное явление, которое «воспроизводит идеологию» общества (когнитивный аспект), чему способствуют СМИ, осуществляющие «стратегический контроль над знанием с помощью <....> специфических способов воссоздания социальной и политической реальности» [235, с. 55-56] (коммуникативный аспект). Коммуникативные параметры дискурса Б. Обамы раскрывают механизмы воздействия на аудиторию как актуализацию ключевых концептов-идеологем президента в стратегиях и тактиках дискурса, служащих целям трансформации концептосферы адресата – народа Америки.

#### **1.4.1. Политический дискурс как мысле-коммуникативный феномен**

Изучение дискурсивной личности политика обуславливает рассмотрение среды и инструмента его воздействия – дискурса. Становление понятия дискурс восходит к идеям И.А. Бодуэна де Куртенэ о развитии и функционировании языка и речи [29]. Н.Д. Арутюнова определяет дискурс как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими факторами», к которым относятся культурная, психосоциальная среда, и т.п. Когнитивно-дискурсивный подход акцентирует дискурс как продукт ментального плана: «когнитивные процессы предшествуют порождению речевых актов и других единиц дискурса» [19, с. 8;]. Как отмечает Л.М. Минкин, мыслительные операции предшествуют процессам вербализации: «природа акта речевой деятельности, которая раскрывается в его временной протяженности, предусматривает интеграцию двух видов языковой системы: слов – (лексических) концептов и прототипных конструкций – синтаксических концептов» [133, с. 41], их «взаимосвязь с функционированием в высказывании» [19, с. 8]. Следовательно, дискурс является конечной стадией – одновременно продуктом мышления и инструментом воздействия. Вслед за

И.С. Шевченко и Е.И. Морозовой, мы трактуем дискурс как «интегральный феномен, мысле-коммуникативную деятельность, совокупность процесса и результата, который включает как экстралингвистический, так и собственно лингвистический аспект; в последнем кроме текста выделяется пресуппозиция и контекст (прагматический, социальный, когнитивный), которые обуславливают выбор языковых средств» [203, с. 38].

Характеристики дискурса включают в себя социо-культурную и психическую составляющие производства языковых знаков: дискурс понимается А. П. Мартынюк «не просто как деятельность/взаимодействие во всем многообразии социальных контекстов, но и как психический процесс интерактивного взаимодействия сознаний» [129, с. 10], направленный на конструирование смыслов. Текст как продукт дискурса представляет собой «абстрактный ментальный конструкт, реализующийся в дискурсе» [209]. «Текст рассматривается как средство порождения, оформления и приращения знания, а текстовая структура – как отправная точка в анализе дискурсивных процессов» [27, с. 77], (ср.: текст и дискурс предстают как процесс и результат коммуникации [111; 203; 284, с. 154-156]).

Дискурс является системным и перманентно развивающимся. Е.И. Морозова связывает образование понятия «дискурс» с процессами противопоставления языка и речи по Ф. де Соссюру: «языковое в дискурсе заключается в его системности, потенциальной моделированности, а речевое – заключается в его протяженности, развитии во времени» [134, с. 138; 234; 270]. Понятие дискурса соответствует новому объекту анализа лингвистики: «дискурс является более речевым, чем речь, поскольку он предполагает рассмотрение речи в контексте социальной деятельности человека, и более языковым, чем язык, поскольку помещает анализируемые сущности в контекст мысли и знания» [134, с. 139], что делает дискурс неотделимым от социально-культурных и мыслительных сущностей.

Дискурс характеризуется параметрами адресанта и адресата. Первый позволяет говорить о дискурсе (дискурсивных практиках) конкретных

личностей, например, дискурс Рейгана [11, с. 246], дискурс Тетчеризма [24; 238]. По параметру адресата политический дискурс, как правило, обращен к широкой аудитории. При этом его характеристикой, по мысли Л.Л. Славовой, является «двувекторная адресованность, направленная одновременно как на конкретного собеседника (профессионала в сфере политики), так и на виртуальную широкую аудиторию» [179, с. 6].

Важное свойство дискурса – конструирование смыслов в общении: «в результате интерактивного взаимодействия двух сознаний формы языковых выражений текста наполняются смыслом, а сам процесс интеракции и есть дискурс» [129, с. 11]. Как указывает Матурана, «дискурс рождается в тот момент, когда текст попадает в зону внимания интерпретатора, который принимается за чтение, или же слушание текста в реальном времени. Текст стимулирует в его сознании состояния, сходные с состояниями отправителя, что порождает схожие смыслы и ассоциации. В этот момент происходит интерактивное взаимодействие двух сознаний: субъект, замкнутый в коконе собственного сознания на самого себя» [277], получает доступ к сознанию другого субъекта через интерпретацию его состояний, запечатленных в тексте» [129, с. 11].

Разновидность дискурса – политический дискурс находится в центре внимания как лингвистики, так и таких смежных дисциплин, как когнитология, социология, политология. Дискурс в понимании Е.И. Шейгал – это: «система коммуникации, имеющая реальное и потенциальное (виртуальное) измерение» [209, с. 11]. Лингвистические подходы к изучению политического дискурса сводятся к трем основным: дескриптивному (анализ риторики, т.е. языкового поведения политика), критическому (выявление социального неравенства, выраженного в дискурсе) и когнитивному (обнаружение и анализ концептов и фреймов политического дискурса) [209].

С точки зрения первого подхода, семиотическое пространство политического дискурса включает три типа знаков: «специализированные

вербальные (политические термины и пр.), специализированные невербальные (политические символы) и неспециализированные, которые изначально не были сориентированы на данную сферу общения, но вследствие устойчивого функционирования в ней приобрели содержательную специфику» [210, с. 17]. Акцент на невербальной системе политического дискурса характеризует его «ораторскую экспрессивность, манипулятивную риторику просодического, мимического и жестового поведения» [175, с. 179]. В этом ракурсе политический дискурс определяется И.И. Серяковой как «комплекс вербальных и невербальных знаков, который образует семиотическое пространство ситуации сферы политической коммуникации и представляет собой продукт целенаправленного дискурсивного поведения политиков» [175, с. 179].

Когнитивную составляющую Дж. Лакофф считает ключевой характеристикой политического дискурса: «когнитивная установка дает людям то, что у них должно быть в сознании, чтобы поддерживать нужное политическое направление» [267].

Исследование политического дискурса, по мнению Дж. Юла, позволяет раскрыть то, что «не сказано или не написано, но получено (или ментально сконструировано) адресатом в процессе коммуникации» [298, с. 84; 38]. Тем самым обнаруживаются стоящие за лингвистическими феноменами структуры знаний (концепты, фоновые знания, верования, ожидания и др.), то есть, исследуя дискурс, мы неизбежно исследуем сознание говорящего или пишущего» [298, с. 84; 38].

Политический дискурс трактуется также как вид «идеологического дискурса, в основе которого лежит корпус текстов предметной области государственного строительства и переустройства в определенный исторический период развития данного лингвосоциума; дискурс с доминирующей прагматической нацеленностью, отражающий типологические черты идиодискурсов его первичных продуцентов – вождей-идеологов – в проекции «фактора адресата»» [101].

Связь политического дискурса и идеологии политика заключается во взаимосвязи «стиля политического языка и политического режима, в котором этот язык используется» [38, с. 3.]. По мнению Г. Лассвелла, «дискурс политиков-демократов очень близок дискурсу избирателей, к которым они обращаются», что важно для анализа дискурса президента Б. Обамы [118].

Политический дискурс в понимании Э. Лакло и Ш. Муфф предстает как некая сущность, которая доминирует и навязывает смыслы. Политический дискурс является институциональным и включает в себя элементы антагонизма и демонстрации власти [257]. Как вид институционального общения политический дискурс отличается от личностно-ориентированного набором специальных терминов, т.е. собственным подязыком [210, с. 15], который воплощает идеологемы дискурса. В частности, характерные идеологемы политиков США – концепты «СВОБОДА, ДОМ» и др. [180, с. 61].

Политический дискурс отличает параметр стратегии – по мысли И.Е. Фроловой, это «план действий», сформированный в ментальности индивида на основании интерпретации им всей коммуникативной ситуации [191, с. 87]. В отличие от иных типов дискурса политический дискурс по определению является интенциональным: стратегии и тактики политика как правило, продуманы заранее не только им самим, но и его командой, спичрайтерами и т.п.

Дискурс воплощается в различных формах: по определению А.П. Мартынюк, это «речевая деятельность, реализующаяся в письменной, устной (диалогической, полилогической, монологической) или паралингвистической форме, и непосредственно данная исследователю в виде языкового материала в звуковой, графической или электронной репрезентации» [129, с. 3]. Средой существования политического дискурса служат средства массовой информации во всем многообразии их жанров: ритуальные, ориентационные и агональные [209, с. 270].

Политический дискурс взаимодействует с другими типами дискурса: юридическим (в сфере государственного законодательства), научным (специализированные формулировки), педагогическим (политическое воспитание, осуществляемое через государственные учреждения и в быту), рекламным (политическая реклама), религиозным (мифологизация сознания, вера в магию слов, божественная роль политика, манипулятивное воздействие и ритуализация общения), спортивно-игровым (борьба за власть как состязание, с элементами зрелищности, речевой агрессии и т.д.), бытовым (разговоры о политике) и художественным (цитирование политиком известных деятелей культуры) [210].

В целом это свидетельствует о системных связях таких важнейших характеристик политического дискурса, как институциональность, конвенциональность, идеологичность, интертекстуальность, интердискурсивность, и его ведущей функции – борьбе за власть. Политический дискурс отражает существующую политическую реальность, изменяется вместе с ней и одновременно участвует в ее создании и изменении [198, с. 133-143].

Итак, дискурс в нашем понимании является мысле-коммуникативным процессом, вербализированным посредством языковых знаков. Когнитивный аспект дискурса политика включает специфичные дискурсообразующие концепты-идеологемы в рамках индивидуальной концептосферы политика, а его коммуникативный аспект нацелен на идеологическое воздействие, осуществляемое стратегиями и тактиками дискурса.

#### **1.4.2. Дискурсивные стратегии и тактики президентского дискурса**

Речевое воздействие в политическом дискурсе осуществляется с помощью стратегий и тактик. Для каждого носителя лингвокультуры «стратегическое и тактическое планирование речевых действий – вполне

осознаваемая задача. В политическом дискурсе речевое планирование достигает уровня технологий» [88, с. 52].

Стратегия рассматривается «как речевая сущность: технологическая единица речевого воздействия, организации диалога/текста» [192]. Одни исследователи используют термин «дискурсивная стратегия» (напр., [247; 279; 280 и др.], понимая под дискурсом естественный диалог [192]. Другие говорят о «коммуникативных стратегиях, выделяя среди них вербальные и невербальные [26, с.14; 192].

Являясь инструментом «реализации коммуникативных целей в культурно-социальной вербальной интеракции», стратегия опирается на ментальный и вербальный ресурс [192].

Ментальный ресурс дискурсивных стратегии есть «стратегически актуальное концептуализированное знание» [192]. «В основе дискурсивной деятельности лежат структуры знания – фиксированные формы ментального опыта» [203, с. 37], которые в скрытом виде «находятся в свернутом состоянии, а при наличии внешнего воздействия могут активироваться, «разворачиваться» и организовывать ментальные пространства» [132; 192; 195]. Следовательно, «*ментальной основой стратегий есть концепт*» [127, с. 28-45; 192].

Вербальный ресурс стратегии «представлен множеством единиц, посредством которых актуализируется концептуализированное стратегически актуальное знание» [192].

Вербальные средства реализации речевых стратегий президентского дискурса в основном относятся к вербальным средствам апелляции – средствам призыва. По данным Н.В. Петлюченко, вербальные средства призыва включают в себя императивы, инфинитивы, конструкции с модальными глаголами, формы будущего времени, а также слоганы [146, с. 209]. Политические лидеры используют тактику призыва, если «чувствуют недостаточно активную реакцию аудитории на их выступления» [146, с. 211].

Стратегии президентского дискурса воплощают когнитивный уровень личности – ее интенции. Понятие интенции обозначает в философии стремление, намерение, цель, направленность сознания, мышления на какой-либо предмет [306]. Выделяют гиперинтенции, реализуемые в глобальных стратегиях, и локальные (ситуативные) интенции. И.Е. Фролова отмечает, что «целенаправленность речемыслительной коммуникативной деятельности индивида соотносима с её стратегичностью. Стратегия представляет собой *«инструмент реализации неречевых целей в дискурсивной деятельности»* [192]. Коммуникативная стратегия – это комплекс речевых, познавательных и коммуникативных действий [197, с. 46], [117, с. 56], «единство таких компонентов деятельности, как цель, процессы, средства, условия, оценка и результат» [46]. Стратегии содержат такие характеристики:

- «дискурсивная стратегия имеет социально-интеракционную природу, выступает инструментом социального взаимодействия;
- дискурсивная стратегия также выступает инструментом реализации внеречевых, коммуникативно значимых целей;
- как речемыслительная сущность дискурсивная стратегия представляет собой единство ментального и вербального планов, соответственно имея ментальный и вербальный коррелят (соотносительное понятие);
- дискурсивная стратегия имеет статическое и динамическое,
- процессуальное и результативное измерения;
- структура дискурсивной стратегии является сложно организованной;
- дискурсивная стратегия выполняет регулятивную функцию, является инструментом регуляции, в частности, ряд дискурсивных стратегий регулируют межличностные отношения коммуникантов» [192].

Среди стратегий речевого воздействия в институциональном дискурсе выделяют персуазивные [88, с. 20] и аргументативные [88, с. 25; 26].

Существует иерархия или уровни стратегий. Глобальная стратегия по [56, с. 274] определяется как «общая стратегия дискурса, которая организует его и имеет в качестве ментального коррелята прототип – минимизированное и типизированное концептуализированное знание («типичный образ» [128, 17; 192]), а локальные стратегии направлены на «достижение более конкретных целей» [192; 56, с. 274]. В рамках нашего исследования рассматриваются локальные стратегии, такие как агитационная, аргументативная, манипулятивная и стратегия дискредитации.

Более низкий уровень представляют тактики – «действия, способствующие реализации стратегий» [88, с. 110; 192]. Далее следуют приемы в рамках одной конкретной тактики: «на низшем уровне иерархической модели дискурсивной стратегии находятся языковые/речевые средства, при помощи которых реализуется тактика либо прием» [192].

С когнитивной точки зрения «в любом акте речевого общения коммуниканты преследуют неречевые цели, которые в итоге влияют на деятельность и сознание реципиента» [88, с. 53]. Р. Блакар утверждает, что выразиться нейтрально невозможно, поскольку даже неформальный разговор предполагает «осуществление власти», т.е. воздействие на восприятие и структурирование мира другим человеком [28, с.91].

С когнитивной точки зрения речевые стратегии могут быть описаны как совокупность процедур над моделями мира участников ситуации общения [16, с.11]. Тем самым, можно говорить «о формировании и преобразовании базовых когнитивных категорий, которыми человек руководствуется в своей каждодневной жизни» [88, с. 53]. По мнению О.С. Иссерс. «существуют специфические категории, регулярно представленные в текстах персуазивной коммуникации. Концепты этих категорий служат когнитивным основанием речевых стратегий» [88, с. 53].

Говоря о глобальной интенции, О.С. Иссерс утверждает, что политические лидеры корректируют свои коммуникативные «действия в

зависимости от сложившейся ситуации, оставаясь в рамках единой сверхзадачи» [88, с. 52]. В политическом дискурсе сверхзадача или глобальная цель – завоевание и удержание власти [210].

Глобальная стратегия президентского дискурса – это персуазивно-манипулятивное воздействие, нацеленное на изменение мировосприятия аудитории. О.С. Иссерс отмечает, что «конечной целью любой речевой стратегии является коррекция модели мира адресата» [88, с. 109].

В персуазивном дискурсе адресат осуществляет социальную власть – «контроль одной группы над действиями и/или сознанием другой группы» и таким образом воздействует на их «знания, установки и идеологии» [55, с. 88].

Политические лидеры используют «ряд предложений, реакций и контрпредложений, вводят в разговор свои собственные интерпретации (проблем, тем, событий, образов и т.д.), желая сделать их общими и тем самым добиться реализации своего замысла» [88, с. 109]. Б. Обама как политический лидер использует в своем президентском дискурсе те понятия (концепты), которые по его мнению составляют ценностный ориентир для американского народа [88, с. 109].

Стратегии имеют целевую ориентацию, это способ «достичь определенных целей» [88, с. 53]. Однако это не означает, «что участники взаимодействия всегда их осознают. Часто они действуют неосознанно, иррационально и эмоционально [187, с. 214; 117, с. 56]. Коммуниканты способные использовать стратегии автоматически, хотя возможна последующая декодировка стратегий [293; 25; 76; 117, с. 56]. При этом «цели говорящего и слушающего могут не совпадать, также как и цели общества и цели индивида [96, с. 23; 117, с. 56].

Итак, под речевой стратегией мы понимаем «совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего («глобального намерения» говорящего), а речевой тактикой следует считать одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» [88, с. 110]. В целом, «динамический характер

речевой тактики обеспечивает гибкость стратегии, оперативное реагирование на ситуацию. Обычно задача, которую говорящий видит как цель коммуникативного акта, не решается с помощью одного обращения к партнеру (это скорее исключение, чем правило). Достижение цели осуществляется в ходе диалога, объединенного с точки зрения единой сверхзадачи. При этом участники диалога, преследуя свои цели на протяжении всего коммуникативного акта, как правило, не пользуются готовыми схемами – последовательностями речевых актов, а конструируют свои обращения по ходу диалога в зависимости от ситуации» [88, с. 110].

Тактика общения – это динамическое использование коммуникантами речевых умений для построения диалога в рамках той или иной стратегии [34]. О.С. Иссерс говорит о возможности достижения цели, «если говорящий в течение всего цикла общения контролирует интеллектуальные и эмоциональные процессы слушающего таким образом, чтобы те привели его в конечном счете к нужному решению (действию)» [88, с. 110]. Для политика, как и для любого субъекта коммуникации, «тактики являются практическим инструментом говорящего» [88, с. 111]. В частности, с их помощью можно добиться, чтобы «партнер действовал в соответствии с желанием говорящего (conversational influence attempts)» [88, с. 111]. [117, с. 55-57].

В целом, лингвисты сходятся во мнении, что «стратегия – это характеристика когнитивного плана общения, которая контролирует оптимальное решение задач гибким и локально управляемым способом в условиях недостатка информации о последующих действиях других участников коммуникации» [46; 56; 88; 20; 203; 87; 117]. (Ср: Стратегия определяется И.Е. Фроловой как ментально-вербальный конструкт, который организует деятельность субъектов в социальной интеракции соответственно с определенными коммуникативными намерениями [191, с. 285; 193; 117, с. 55]).

На практике «при формировании стратегии, согласно концепции М.М. Бахтина, вначале появляется замысел / мотив – тема дискурса и этот замысел обуславливает выбор типа дискурса, а затем происходит обратное влияние: замысел сам корректируется избранным типом дискурса» [17, 256-264; 57, с. 20; 117, с. 55]. Тем самым, «мотив ведет к формированию целей / интенций, достижению которых способствуют определенные действия» [117, с. 55]. Коммуникативная интенция является неотъемлемой и основной характеристикой любого коммуникативного действия.

С точки зрения семиотики «речевая тактика может включать в себя как одно, так и несколько высказываний». При этом «спецификой речевых стратегий в целом и речевых тактик в частности является комплексность использования языковых средств для достижения коммуникативной цели. Сама последовательность речевых актов может быть тактически мотивирована. С другой стороны, в одном и том же высказывании можно обнаружить стратегические смыслы разного порядка» [88, с. 114]. Например, Б. Обама использует комплекс тактик самопрезентации (*as President*), обещания (*I will double*) и ценностной ориентации (*the benefit*):

*As President, I will double the number of single workers who receive the EITC and triple the benefit for full-time workers making the minimum wage, from the \$175 they get today to \$555* [380].

В плане соответствия стратегий и тактик принципам коммуникации стандартными считают случаи, когда «все участники коммуникации идут навстречу друг другу в соответствии с принципом Кооперации» [88, с. 69]. В реальных ситуациях дискурса эти установки не всегда работают: «одной из отличительных черт коммуникативных правил является их постоянное нарушение; люди не только заинтересованно выслушивают друг друга и стремятся к сотрудничеству, но и противостоят друг другу (в мнениях, оценках, взглядах)» [9; 88, с. 69]. Тем самым кроме принципа кооперации можно «говорить о принципе некооперации, базирующемся на приоритете интересов говорящего над интересами слушающего» [88, с. 69].

По параметру наличия/отсутствия установки на кооперацию речевые стратегии делятся на кооперативные и некооперативные (конфронтационные). К первому типу относятся стратегии одобрения и апологетики, утешения, уговоров и т.д., ко второму – стратегии дискредитации, ссоры и др.» [88, с. 70]. «Кооперативная стратегия определяется как многоуровневый план коммуникативного поведения, который обуславливает систему речевых действий, направленных на реализацию принципа кооперации путем актуализации позитивных эмоций и стимулов для достижения коммуникативной цели» [179, с. 25]. При этом «установка на конфликтное речевое поведение, как и установка на кооперацию, обнаруживается через категорию вежливости, имеющую определенные языковые маркеры» [48; 82; 89]. Отсутствие солидарности с оппонентом служит интенциональной основой конфронтационных стратегий.

Конфронтация (в терминах Л.Л. Славовой это мегастратегия) «получает признаки дискурсивной стратегии благодаря тому факту, что в подсознании коммуникантов есть общее знание о стереотипах конфронтационного поведения» [179, с. 26]. Его категориальная сущность «заключается в дисгармонизации межличностных отношений коммуникантов на основании наличия противоречия» [191, с. 284].

В президентском дискурсе присутствуют как интенции кооперации (однонаправленные), так и противостояния (разнонаправленные). Первые опираются на «использование кооперативно направленных стратегий, характеризующих общую коммуникативную деятельность коммуникантов как унисонную, направленную на сотрудничество». Вторые обуславливают использование «конфликтно направленных стратегий, которые характеризуют общую коммуникативную деятельность коммуникантов как конкурирующую. Коммуниканты стремятся достичь своей цели, доминировать, но и при этом возможно достижение консенсуса» [184, с. 210].

В монологическом / диалогическом политическом дискурсе «могут одновременно решаться и обычно присутствуют несколько стратегических

задач; тактика самопрезентации присутствует практически в любом речевом действии» [88, с. 75]. Так, Р. Кларк и Дж. Делия утверждают, что в каждой коммуникативной ситуации обязательно имеются три типа целей: инструментальные, интеракционные и цели самопрезентации» [228]. Однако практическое разграничение этих целей условно и представляет сугубо эвристический интерес.

### **1.5. Алгоритм, материал и методы когнитивно-коммуникативного анализа дискурса Барака Обамы**

Персуазивно-манипулятивная природа президентского дискурса предполагает воздействие на реципиентов с помощью различных тактик кооперативных и конфронтационных стратегий путем внедрения и укоренения ценностей президента и его партии в концептосферу американцев с целью ее изменения. Это обуславливает привлечение когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистики (термин Е.С. Кубряковой), которая рассматривает дискурс на фоне ментальных процессов, исходя из понимания языка как «когнитивного процесса, осуществляемого в коммуникативной деятельности и обеспечиваемого особыми когнитивными структурами и механизмами в человеческом мозгу. Это определение означает <...> необходимость изучать, как взаимодействуют его две главные функции – когнитивная и коммуникативная» [114, с. 406]. В когнитивно-дискурсивном подходе заложен синтез этих двух начал: «когнитивным он может быть назван, так как язык служит осуществлению такой деятельности, которая постоянно требует операций со структурами знания как особыми ментальными репрезентациями. Дискурсивным, или коммуникативным, <...> поскольку язык изучается <...> в рамках дискурсивной деятельности и анализа ее результатов» [114, с. 406]. Тем самым эта парадигма «позволяет раскрыть механизм работы векторов «от когнитивного → к коммуникативному» и наоборот и убеждает в неразрывном, комплексном характере этих двух начал» [201, с. 5].

Такая методология задает логику исследования: от определения ключевых концептов идиоконцептосферы Б. Обамы к установлению коммуникативных стратегий и тактик оперирования этими концептами в его дискурсе. В ходе анализа в диссертации последовательно и взаимосвязанно применяется концептуальный анализ (выявление идиоконцептосферы президента, моделирование понятийной и образно-ценностной составляющих его ключевых концептов) и прагматический анализ стратегий и тактик внедрения этих концептов в концептосферу реципиентов президентского дискурса. Тем самым комплексное исследование включает два вектора:

- когнитивно-дискурсивный – определение характеристик президента как дискурсивной харизматичной личности; выявление идиоконцептосферы политика с элементами контент-анализа, определение ключевых концептов дискурса Б. Обамы и их моделирование по данным языковой реализации и дискурсивной актуализации;
- прагматический – выявление и систематизация (с применением элементов интенс-анализа) дискурсивных стратегий и тактик актуализации ключевых концептов дискурсивной харизматичной личности Б. Обамы, нацеленных на модификацию концептосферы реципиентов и создание позитивного имиджа президента вербальными и невербальными средствами.

Наше исследование предполагает пять этапов. **На первом этапе** мы устанавливаем характеристики президента как дискурсивной харизматичной личности, опираясь на вербальные и невербальные параметры его дискурсивной деятельности.

Структурирование идиоконцептосферы президента, в частности, домена ПОЛИТИКА, позволяет выявить ключевые концепты-идеологемы, которые выступают как дискурсообразующие. Как указывает Л.Л. Славова, «концептуализация политиком действительности воплощена в ментальных репрезентациях; мыслительное воспроизведение предметов и явлений

политической действительности способствует формированию представлений о мире в виде концептов, которые объединяют представителей <...> лингвокультуры, обеспечивая основу их взаимопонимания» [179, с. 8]. Для определения ключевых концептов президентского дискурса Б. Обамы привлекается контент-анализ (количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей [312]). На этом этапе по параметрам значимости в политике и рекуррентности в дискурсе в президентских речах Б. Обамы нами выделены ключевые концепты-идеологемы, употребление которых служат персуазивным и манипулятивным целям, способствуя укреплению позиции адресанта на политической арене США. Обнаруженные ключевые концепты соответствуют основным моментам программы партии демократов и определяют темы президентского дискурса; это четыре концепта-идеологемы: ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ, которые формируют идиоконцептосферу Барака Обамы.

**На втором этапе** описывается семантика языковых средств, называющих концепт, и структурируется пространство номинаций ключевых концептов Б. Обамы («ключевых понятий» в терминологии А. Вежбицкой [41, с. 36]) определяются и упорядочиваются когнитивные признаки концептов, их понятийные, образные, ценностные составляющие по данным прямых и переносных средств номинации. По мысли И.А. Стернина, «концепт как ментальная единица может быть описан через анализ средств его языковой объективации» [152, с. 46], в частности, на основании фонда объективирующих его языковых единиц, то есть «совокупности языковых средств, объективирующих (вербализующих, репрезентирующих, овнешняющих) концепт в определенный период развития общества» и включающих «единицы всех частей речи» [152, с. 47]. Номинативное пространство концепта охватывает лексико-семантическое и иные поля, «представляя собой выявленную и упорядоченную исследователем совокупность номинативных единиц», которые функционируют для

называния коммуникативно релевантных концептов. В дискурсе Б.Обамы это идеологемы, которые «являются в обществе предметом обсуждения, обмена информацией, высказывания отношения» [152, с. 47]. (Ср.: по мнению А.Н. Приходько, «объективация концепта является способом вербального портретирования, который черпает ресурсы в системе и структуре языка» [160, с. 82]).

Как отмечает И.А. Стернин, в процессе лингвокогнитивного анализа описанию подлежат «как системные, так и окказиональные, случайные, индивидуально-авторские номинативные средства концепта» [152, с. 47]. Поэтому в нашем исследовании к числу многообразных языковых средств, образующих номинативное пространство концепта, отнесены:

- прямые номинации концепта (ключевое слово-имя концепта и его системные синонимы);
- производные номинации концепта (переносные, производные);
- однокоренные слова, единицы разных частей речи, словообразовательно связанные с основными лексическими средствами вербализации концепта;
- контекстуальные синонимы;
- окказиональные индивидуально-авторские номинации;
- устойчивые сочетания слов, синонимичные ключевому слову;
- фразеосочетания, включающие имя концепта;
- метафорические номинации;
- словарные толкования языковых единиц, объективирующих концепт;
- словарные статьи в энциклопедии или справочнике и др. (полный перечень языковых средств приведен в: [152, с. 49]).

В частности, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ (принятое в США самоназвание своей страны и народа) как ментальные образования объективируются средствами номинации разных уровней: лексемами (*healthcare, economy, security, nation* и их синонимами), словосочетаниями и актуализируются предложениями – когнитивными

метафорами, стратегиями и тактиками президентского дискурса. На втором, семантико-когнитивном этапе по данным лексикографии с помощью компонентного анализа, а также когнитивного анализа номинаций выделенных четырех лингвокультурных концептов мы устанавливаем имя концепта и набор лексем – синонимов, выявляем их семный состав и моделируем лексико-семантические поля и микрополя номинаций отдельных концептов – ЛСП «Healthcare», «Economy», «Security», «Nation».

Внутри каждого ЛСП полученный набор сем критически обобщается, в нем выделяются архисемы – «общие для определенной группы слов семы родового значения» [4, с. 200], в частности, для синонимов, упорядоченных в ряды по семантическим параметрам лексем – доминант этих синонимических рядов. Архисемы служат основой моделирования ЛСП для упорядочивания всего номинативное пространства номинаций изучаемых ключевых концептов.

Понятийные признаки концептов ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ также раскрываются методом этимологической реконструкции их имен. Материалом в этом случае служат англоязычные лексикографические источники – этимологические словари и тезаурусы, социологические и политологические словари и справочники [314; 315; 316; 318; 319; 322 и др.].

**На третьем этапе** для моделирования ключевых концептов-идеологем Б. Обамы выявляются их образно-ценностные характеристики, которые раскрываются в когнитивных метафорах президентского дискурса.

Методика выделения образно-ценностных составляющих концептов путем анализа метафорических средств апелляции к ним базируется на положениях теории концептуальной метафоры З. Кёвечеша, Дж. Лакоффа, М. Тёрнера, Ж. Фоконье и др. [240; 253; 259; 262; 263].

Метафора рассматривается в качестве основной ментальной операции, способа познания, структурирования и пояснения окружающего мира. Теория метафоры основана на когнитивной операции сравнения, на переносе

характеристик одного объекта (области источника или концептуального коррелята (conceptual correlate)) на другой (область цели либо концептуальный референт (conceptual referent) [262, с. 203]).

Когнитивная метафора способствует осмыслению абстрактных объектов в терминах конкретных объектов. Их общие признаки образуют, по мнению Дж. Лакоффа и др., зону перекрестного картирования коррелята и референта (cross-mapping) [261; 262], т.е., по Ж. Фоконье и Л. Талми, «проекции» некоторых составляющих ментальной модели коррелята на определенные участки ментальной модели референта [240; 294].

В нашей работе использованы процедуры определения диапазона концептуальных метафор (термин З. Кёвечеша, [255, с. 64]), т.е. групп областей источников или концептуальных коррелятов, с помощью которых осмысливают референт или область цели. Диапазон метафоры (range of metaphor) [254, с. 64; 255] образован множеством коррелятов, которые участвуют в перекрестном картировании на общий референт. Например, диапазон когнитивных метафор референта концепта ЭКОНОМИКА образуют модели с коррелятами РАСТЕНИЕ, ЧЕЛОВЕК, ВМЕСТИЛИЩЕ: ЭКОНОМИКА – ЭТО РАСТЕНИЕ, способное вырасти (*economic growth*), ЭКОНОМИКА – это ВМЕСТИЛИЩЕ, имеющее определенный объем (*volume of economy*), ЭКОНОМИКА – это ЧЕЛОВЕК, способный самостоятельно передвигаться (*economy goes south*) и др.

**Четвертый этап** анализа – прагмадискурсивный. Он включает определение механизма воздействия президентского дискурса Б. Обамы путем выявления стратегий и тактик актуализации ключевых концептов-идиологем Б. Обамы в его президентском дискурсе. Коммуникативные процессы президентского дискурса носят стратегический характер, т.к. направлены на достижение конкретных целей – убеждение аудитории. Ценности, лежащие в основе концептов домена ПОЛИТИКА идиоконцептосферы президента, определяют выбор и реализацию стратегий и тактик в дискурсе Б. Обамы. На этом этапе анализа в президентском

дискурсе выделяются высказывания, содержащие ранее обнаруженные прямые и косвенные номинации ключевых концептов, и определяются стратегии и тактики их актуализации, описываются их вербальные и невербальные свойства.

Вслед за О.С. Иссерс, И.Е. Фроловой и др., стратегии определяем как «коммуникативное намерение говорящего, сформированное на основании <...> социального опыта, <...> и языковая объективирующая этого намерения» [191, с. 85], а тактики – как «действия, способствующие реализации стратегий» [88, с. 110 и др.]. При этом «привести четкую грань между непреднамеренным и целенаправленным воздействием, а также специально выделить воздействие манипулятивное достаточно трудно» [142]. В политическом дискурсе отдельные высказывания способны оказывать воздействие, в том числе и непреднамеренное, использоваться для манипулирования, что объясняет высокий потенциал такого воздействия. Специфика институционального общения политика, полная / частичная подготовленность речей президента (им самим или совместно со спичрайтерами) позволяют рассматривать изучаемый дискурс как преимущественно целенаправленный, игнорируя момент непреднамеренности.

Стратегическое коммуникативное поведение президента направлено на модификацию концептосферы адресата и подчинено глобальным стратегиям дискурса – кооперативным и конфронтационным. Каждая глобальная стратегия воплощается локальными (о глобальных и локальных стратегиях см. [192]).

Среди глобальных кооперативных стратегий дискурса Барака Обамы, по нашим данным, выделяются агитационные, аргументативные (информативные) стратегии, реализуемые соответствующими тактиками.

Глобальные конфронтационные стратегии дискурса Барака Обамы воплощаются в его политическом дискурсе локальными стратегиями

дискредитации, реализуемыми тактиками обвинения, негативной оценки и манипуляции и т.д.

На локальном уровне манипулятивные стратегии амбивалентны; они способны реализовать как кооперативные, так и конфронтационные глобальные стратегии дискурса [42]. Они занимают существенное место в президентском дискурсе Барака Обамы и подразделяются нами на манипулятивно-кооперативные и манипулятивно-конфронтационные, каждой из которых присущи свои специфичные тактики.

Цели продуцента президентского дискурса соответствуют его интенциям. Дж. Серль ставит интенцию во главу структуры психики адресата и функционирования языка [174]. Интенции Б. Обамы в его президентском дискурсе определяются нами с использованием элементов метода интент-анализа, где интенции понимаются как база для «формирования у каждого из участников собственной ментальной модели ситуации общения – «системы представлений» о ситуации и политическом контексте» [80, с. 69].

**На пятом этапе** использование прагматическо-дискурсивного вектора анализа позволяет на основе вербальных и невербальных (кинестических, просодических) данных дискурсивного поведения Б. Обамы в различных ситуациях выявить коммуникативные свойства дискурсивной личности президента-харизматика.

Публичные выступления президента 2007 – 2016 годов, их скрипты и видео-записи служат уникальным **материалом** для исследования дискурса, его вербального и невербального аспектов. С одной стороны, президентский дискурс дает представление о ключевых концептах-идеологемах Б. Обамы, с другой, позволяет проследить, какими стратегиями и тактиками пользуется Б. Обама, дважды победивший на выборах. Совокупность этих факторов, реализованных вербально и невербально, доказывает свою эффективность в процессе функционирования президентского дискурса.

Материал настоящего исследования составили 4.950 высказываний,

содержащих номинации ключевых концептов идиоконцептосферы Б. Обамы, обнаруженных в его президентском дискурсе 2007 – 2016 годов. В нашу выборку вошли образцы институционального дискурса политика различных жанров: речи предвыборной агитации (встречи с избирателями), предвыборные дебаты, инаугурационные речи, партийные программы, послания президента парламенту, речи-заявления, рождественские и новогодние обращения президента, еженедельные обращения президента к народу США, пресс-конференции, интервью, записи телевизионных передач и Интернет-публикации. Все они принадлежат политическому медиа дискурсу, выделяемому по параметрам участников (ведущие политики («political actors») или журналисты и профессиональные политики) и институциональных ситуаций выступлений (дебатов, партийных конференций, официальных заявлений, прессконференций и т.п.) [242, с.13]. Общий объем проанализированного материала в различных жанрах политического дискурса составил 29.367 страниц интернет-ресурсов и 28 часов видеосаписей выступлений президента Б. Обамы.

### **Выводы по первой главе**

1. Исследование президентского дискурса Б. Обамы выполнено в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистики, исходя из синтеза когнитивного и коммуникативного аспектов дискурсивной деятельности. Оно включает два вектора:

когнитивно-дискурсивный – определение характеристик президента как дискурсивной харизматичной личности; выявление его идиоконцептосферы, определение ключевых концептов дискурса Б. Обамы и их моделирование по данным языковой реализации и дискурсивной актуализации;

прагмадискурсивный – выявление дискурсивных стратегий и тактик Б. Обамы, нацеленных на модификацию концептосферы реципиентов

вербальными и невербальными средствами в соответствии с доминантами индивидуальной концептосферы полиика.

2. Президентский дискурс Б. Обамы как разновидность политического дискурса является мыслекоммуникативным процессом, вербализированным посредством языковых и неязыковых знаков. Когнитивный аспект дискурса политика включает специфичные дискурсообразующие концепты-идеологемы в рамках индивидуальной концептосферы политика, а его коммуникативный аспект нацелен на идеологическое воздействие, осуществляемое стратегиями и тактиками дискурса. Персуазивно-манипулятивная природа президентского дискурса предполагает воздействие на реципиентов с помощью тактик кооперативных и конфронтационных стратегий путем внедрения и укоренения ценностей президента и его партии в концептосферу американцев с целью ее изменения.

3. Б. Обама трактуется как дискурсивная личность, чья дискурсивная деятельность интегрирует конструирование смыслов (когнитивный аспект) и выбор целей, форм и средств дискурсивной деятельности (коммуникативно-прагматический аспект). В последнем учитывается, что дискурсивная личность политика вместе с речевым кодом использует невербальные (кинестические, просодические) и экстралингвистические коды.

4. Индивидуальные когнитивные характеристики дискурса президента раскрываются в специфике его индивидуальной концептосферы. В идиоконцептосфере Барака Обамы домен ПОЛИТИКА структурирован ключевыми идеологически маркированными концептами-идеологемами, которые заданы программными положениями правящей партии, опираются на соответствующий домен американской концептосферы, но имеют собственные конфигурации, отвечающие социокультурным и ценностным доминантам президента. К ним относятся концепты-идеологемы: БЕЗОПАСНОСТЬ (борьба с терроризмом); ЭКОНОМИКА (реформы экономики, финансовой системы, преодоление экономического кризиса); ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (правительственные программы Medicare и Medicaid);

НАЦИЯ (объединение всех граждан страны независимо от их политических убеждений, социального статуса, расы и т.п).

5. Коммуникативные параметры дискурса Б. Обамы раскрывают персуазивно-манипулятивные и аргументативные механизмы воздействия на аудиторию: это актуализация ключевых концептов-идеологем президента в стратегиях и тактиках дискурса, которые служат целям трансформации концептосферы реципиентов политического дискурса – американского народа.

6. Дискурсивная личность Б. Обамы определяется возрастными, гендерными и статусными характеристиками. Его коммуникативное поведение создает уникальный дискурсивно-поведенческий образ – публичный имидж президента.

7. Алгоритм анализа включает пять этапов, которые последовательно решают задачи: от определения ключевых концептов идиоконцептосферы Б. Обамы к выявлению коммуникативных стратегий и тактик оперирования этими концептами в дискурсе.

На первом этапе устанавливаются когнитивные характеристики президента как дискурсивной личности, его идиоконцептосферы, в частности, домена ПОЛИТИКА, и выявляются ключевые концепты-идеологемы: ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ.

На втором семантико-когнитивном этапе структурируется пространство номинаций ключевых концептов Б. Обамы, определяются когнитивные признаки концептов, их понятийные, образные, ценностные составляющие по данным прямых и переносных средств номинации. Устанавливаются имена концептов и набор лексем – синонимов, их семный состав, моделируются лексико-семантические поля номинаций отдельных концептов – «Healthcare», «Economy», «Security», «Nation».

На третьем этапе выявляются образно-ценностные характеристики ключевых концептов-идеологем Б. Обамы, которые раскрываются в когнитивных метафорах президентского дискурса. Используя положения

теории концептуальной метафоры, устанавливается диапазон когнитивных метафор идиоконцептов ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ.

Четвертый прагматический этап анализа включает определение стратегий и тактик актуализации ключевых концептов-идеологем Б. Обамы в его президентском дискурсе, имеющих целью внедрения этих концептов в концептосферу реципиентов – американского народа;

На пятом этапе устанавливаются коммуникативные свойства дискурсивной личности Б. Обамы как президента-харизматика на основе комплекса когнитивных и коммуникативных (вербальных и кинесических, просодических) характеристик его дискурсивного поведения.

Основные положения этой главы отражены в публикациях автора: [67; 70; 164].

## ГЛАВА 2.

### КЛЮЧЕВЫЕ КОНЦЕПТЫ ПРЕЗИДЕНТСКОГО ДИСКУРСА БАРАКА ОБАМЫ

Дискурсообразующими для Б. Обамы служат концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ и НАЦИЯ, которые в дискурсе президента демонстрируют свои свойства как идеологемы. Хотя эти концепты-идеологемы занимают центральное место в домене ПОЛИТИКА коллективной концептосферы американского народа, их специфика в идиоконцептосфере Б. Обамы определяется ценностными предпочтениями президента США.

В данной главе в когнитивном фокусе проводимого интегрального когнитивно-дискурсивного исследования находятся ключевые концепты Б. Обамы ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ и НАЦИЯ. Проводится описание-моделирование концептов (термин см. [135, с. 128]), в частности, понятийная и ценностная составляющие каждого из этих лингвокультурных концептов выявляются путем определения номинативного пространства концепта, а его образная составляющая – путем систематизации средств непрямой номинации и механизмов актуализации концепта в когнитивных метафорах президентского дискурса.

#### **2.1. Концепт ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в дискурсе Барака Обамы**

Деятельность Барака Обамы как реформатора системы здравоохранения активно проявляется еще со времен сенаторства. Как свидетельствует проведенный нами контент-анализ, проблемы охраны здоровья (*healthcare*) для президента на первом месте и составляют 31% тематики дискурса Б. Обамы (см. Приложение А).

Опираясь на полученные нами данные компонентного анализа лексем – номинаций ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, номинативное пространство этого концепта

в дискурсе Б. Обамы структурируем в виде поля с доминантой, представленной именем концепта – лексемой *healthcare* (n.), центром – совокупностью ее основных синонимов – лексем, которые входят в состав заданного ею ЛСП «Healthcare». В состав поля также входит периферия – когнитивные метафоры, актуализирующие этот концепт в президентском дискурсе.

### **2.1.1. Номинативное пространство концепта ЗДРАВООХРАНЕНИЕ**

Средства прямой номинации ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – лексема *healthcare* (n.) и ее основные синонимы: *social insurance, Medicare, Medicaid, primary health care, care, tending, attention, aid* [318] – структурированы в виде ЛСП.

ЛСП – упорядоченный набор лексических знаков, связанных по смысловому признаку и группирующихся вокруг основной – ядерной лексемы. ЛСП охватывает все лексические единицы разных частей речи, принадлежащие определенной понятийной сфере [5, с.238]. Ядро и периферия ЛСП определяются интегральными семами, которые конституируют поле, т.е. являются общими для всех его слов, и дифференциальными семами, характерными только для части слов этого поля [112, с. 132]. Граница между ядром и периферией, как и между отдельными зонами периферии, является нечеткой, диффузной, что делает возможным одновременную принадлежность конститuentов (составных частей) ядра одного поля к периферии другого [153, с. 6].

ЛСП «Healthcare» в идиодискурсе Б. Обамы интегрировано архисемой «здравоохранение» и дифференцировано гиперсемами: (1) «медицина/лечение» – область научной и практической деятельности, которая изучает нормальные и патологические процессы в организме человека, заболевания, патологические состояния, методы их предотвращения и укрепления здоровья человека [330]; (2) «здоровье» – отсутствие патологии; (3) «медицинское страхование» – форма социальной

защиты интересов населения в системе здравоохранения, которая выражается в гарантии оплаты медицинской помощи при возникновении страхового случая за счет накопления страховщиком средств [330]. Каждая из гиперсем объединяет несколько расширений, способных к дальнейшим радиальным разветвлениям, создавая радиально-цепочечные микрополя – «Medicine», «Health» и «Medical Insurance». Соответственно, значения лексемы *healthcare* профилируются в пределах двух субдоменов ЛЕЧЕНИЕ и МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ, принадлежащих к разным областям опыта, но исключительно важным для жизни человека.

Не случайно ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, один из ключевых концептов в президентском дискурсе Б. Обамы, номинирован лексемами, которые относятся к двум одинаково весомым в обществе субдоменам. В президентском дискурсе Б. Обамы эти два субдомена тесно связаны между собой, так как система страхования в США является обязательным элементом получения медицинской помощи и лечения для населения. В своих публичных выступлениях Б. Обама уделяет значительное внимание вопросам страхования, так как он намеревается, используя свои возможности, реформировать существующую систему здравоохранения. При этом финансово-правовые аспекты страхования не являются предметом политических усилий президента, направленных на реформу в области медицины.

Ядро ЛСП «Healthcare» (лексема *healthcare* (n.)) воплощает интегральную архисему «здравоохранение» и большинство сем, свойственных отдельным лексемам – синонимам.

Обнаруженные микрополя «Medicine», «Health» и «Medical insurance» структурированы по принципу центр – периферия и мотивированы центральным членом; каждое отличается степенью сложности в соответствии с критерием наличия / отсутствия дальнейших субкомпонентов и расширений, что и определяет радиально-цепочечное устройство ЛСП «Healthcare» (ср.: для радиально структурированного значения характерно:

наличие кластера гиперсем, которые определяются пучком признаков; градуированность центрального значения; размытость границ отдельных гиперсем; наличие расширений в соответствии с разными признаками с разной полнотой набора критериев [244, с. 11]).

**Микрополе «Medicine»** объединено гиперсемой «медицина / лечение»: *medicine – medicate, treat, care for* [318]. В его состав входят три расширения, мотивированные соответствующими семами: «превентивная медицина», «лечение», «реабилитация».

**Расширение «preventive medicine»** мотивировано семой «профилактическая медицина» (происходит от древнегреческого *προληπτικὸ φάρμακο* – профилактический) – система научно обоснованных приемов в медицине, направленных на профилактику заболеваний и укрепление здоровья. Это расширение представлено синонимическим рядом лексем *preventive – protective, shielding* [318] и в дискурсе Б. Обамы имеет дальнейшие расширения:

- **«vaccination»** (обязательная вакцинация населения). Синонимический ряд: *vaccination – vaccine, inoculation* [318]. Для американского сообщества принудительная вакцинация, как правило, имеет негативную коннотацию из-за побочных эффектов, хотя в политике Обамы вакцинация важна и имеет соответствующее финансирование:

*That's why Congress should undo the damage done by last year's cuts to basic research so we can unleash the next great American discovery – whether it's vaccines that stay ahead of drug-resistant bacteria, or paper-thin material that's stronger than steel* [336].

- **«check-up»** (осмотр) обследование какого-либо объекта с целью выявления или проверки его состояния [302] (синонимический ряд *check-up – medical examination, physical examination* [318]). Например, президент настаивает на том, что страховые компании обязаны покрывать затраты на медицинский осмотр и профилактическое лечение:

*And insurance companies will be required to cover, with no extra charge, routine checkups and preventive care, like mammograms and colonoscopies – because there's no reason we shouldn't be catching diseases like breast cancer and colon cancer before they get worse [354].*

- «**diet**» (диета) (греч. *δίαιτα* – способ жизни, режим питания) – специально установленный режим питания [308]. Это расширение представляет синонимический ряд лексем *diet – food, nourishment, nutrition* [318]. В своих выступлениях Б. Обама заявляет об улучшении стандартов питания для школьников:

*Today is a great day for kids throughout our country as they will soon have healthier, and more nutritious food in their schools. As we continue to focus on the twin issues of childhood obesity and hunger, we will increase access to good, quality meals in school cafeterias so the nutritional needs of our youngsters are better met [449].*

**Расширение «therapy»** мотивировано семей «терапия, лечение»; характеризуется четким набором правил лечения в соответствии с принципами Всемирной организации здравоохранения и образует синонимический ряд *therapy – cure, remedy, treat, treatment* [318]. Лексемы этого ряда апеллируют к концепту ЗДРАВООХРАНЕНИЕ через ассоциации понятия терапии с медицинским учреждением. Как отмечает Б. Обама, лечение без страховки не каждому по карману; он приводит примеры различных последствий потери страхового полиса или бюрократических ошибок, которые случаются в страховых компаниях:

*A rural doctor gave a young child the first prescription to treat asthma that his mother could afford [336].*

- дальнейшим расширением служит «**surgery/medication**», мотивированное семей «вид лечения». К этому расширению относится синонимический ряд лексем: *surgery – operating room, operating theater, operation, surgical procedure; medication – cure, drug, medicament, medicinal drug, medicine, remedy, treatment* [318]. В своих выступлениях президент

Америки настаивает на необходимости немедленного реформирования действующей системы здравоохранения, мотивируя это тем, что для самостоятельной оплаты за хирургическое вмешательство (surgery) необходима существенная сумма денег, которую должен будет оплатить человек, если у него нет страхового полиса:

*A pre-existing condition used to mean that someone like Amanda Shelley, a physician assistant and single mom from Arizona, couldn't get health insurance. But on January 1st, she got covered. On January 3rd, she felt a sharp pain. On January 6th, she had emergency surgery. Just one week earlier, Amanda said, that surgery would've meant bankruptcy [359].*

Негативно оценивает Б. Обама недостатки в работе страховых компаний, так как от них зависит, получают ли больные граждане своевременное и адекватное лечение:

*One man from Illinois lost his coverage in the middle of chemotherapy because his insurer found that he hadn't reported gallstones that he didn't even know about. They delayed his treatment, and he died because of it. Another woman from Texas was about to get a double mastectomy when her insurance company canceled her policy because she forgot to declare a case of acne. By the time she had her insurance reinstated, her breast cancer had more than doubled in size. That is heart-breaking, it is wrong, and no one should be treated that way in the United States of America [359].*

Расширение «**rehabilitation**» (реабилитация, реабилитационный период) содержит когнитивные признаки, объединенные семами «реабилитация, восстановление» и образует синонимический ряд лексем: *rehabilitation – recovery, rehab, convalescence, reclamation, renewal, revival, resettlement* [318]. Так, Б. Обама отмечает важность реабилитационного периода (*recovery*), а также говорит о необходимости тяжелой работы с целью заработать средства для прохождения реабилитации (*rehab*), если у пациента есть проблемы со страховкой:

*The cold, hard fact is that even in the midst of recovery, too many Americans are working more than ever just to get by – let alone get ahead.*

*Over the years, one man endured dozens of surgeries and procedures, and hours of grueling rehab every day [336].*

**Микрополе «Health»** мотивировано гиперсемой «отсутствие патологии, здоровье» – «правильная, нормальная деятельность организма, его полное физическое и психическое благополучие [308]) и представлено синонимическим рядом лексем *health – condition, form, shape, constitution, fitness, good health, welfare, well-being, robustness, soundness, strength, vigour, tone* [318].

Дальнейшими расширениями этого микрополя в дискурсе Б. Обамы служат:

- **«physical health»** (сема «физическое здоровье» – состояние организма и способность адаптации к факторам окружающей среды, а также выполнению физических нагрузок). Так, Б. Обама говорит о позитивных результатах своего проекта по реформированию системы здравоохранения:

*Your insurance plan at work <...> covered the same way that physical health services are – a huge victory [403].*

- **«mental health»** (сема «психическое здоровье») определяется социально-экономическими, биологическими и относящимися к окружающей среде факторами. Психическое здоровье – это состояние благополучия, в котором человек реализует свои способности, может противостоять обычным жизненным стрессам, продуктивно работать и вносить вклад в свое сообщество. В этом позитивном смысле психическое здоровье является основой благополучия человека и эффективного функционирования сообщества [301]). Это расширение именуют синонимы *mental health cerebral, cognitive, intellectual, psychological, rational, spiritual* [318]. Например, президент выражает обеспокоенность тем фактом, что значительная часть американцев страдают из-за психических отклонений:

*Too many Americans who struggle with mental health illnesses are still suffering in silence rather than seeking help, and we need to see it that men and women who would never hesitate to go see a doctor if they had a broken arm or came down with the flu, that they have that same attitude when it comes to their mental health [403].*

**Микрополе «Medical insurance»** объединено гиперсемой «медицинское страхование», определяемой как форма охраны здоровья граждан, которые производят взносы в страховые организации и получают возмещение убытков, возникающих в случае ущерба их здоровью [308]. Будучи профилирована в домене МЕДИЦИНА, эта гиперсема объединяет ряд значений лексем синонимического ряда (*medical*) *insurance – assurance, guarantee, protection, security, surety, warranty, coverage, indemnity* [318].

В президентском дискурсе Б. Обамы обнаружены примеры номинаций страхования здоровья в целом. Так, президент говорит о преимуществах страхования здоровья и о том, что с момента подписания закона о реформировании системы здравоохранения финансовые затраты растут медленнее, чем до вступления в силу, инициируемого им закона:

*So let's think about this. If you got health insurance, you're getting *better protections, better benefits*. If you don't have health insurance, you're now getting to be part of a group plan. And health care costs overall are rising much more slowly than they did before we signed the law [340].*

Ключевую проблему Б. Обама видит в том, что большая часть населения США не может позволить себе медицинскую страховку (*coverage*):

*There will be a hardship for those individuals who still cannot afford coverage and 95% of all small businesses [339].*

**Расширения «medicare», «medicaid»** мотивированы гиперсемой «тип страхового покрытия», профилируемой в домене МЕДИЦИНА. Первое – это американская федеральная программа медицинского страхования, ориентированная на людей старше 65 лет. Medicare как правило покрывает

80% амбулаторных затрат и практически все затраты при госпитализации [326]. Обама привлекает на свою сторону аудиторию, которой не безразличен данный вопрос:

*I want to speak directly to America's seniors for a moment, because Medicare is another issue that's been subjected to demagoguery and distortion during the course of this debate [353].*

**Второе, «medicaid»,** – это медицинское страховое покрытие, доступное для определенных лиц и их семей, имеющих ограниченный доход и денежные ресурсы [326]. Так, Б. Обама настаивает на стабилизации роста затрат в рамках правительственных программ:

*If we do nothing to slow these skyrocketing costs, we will eventually be spending more on Medicare and Medicaid than every other government program combined [352].*

Наличие большого количества синонимов у лексемы *healthcare*, которые входят в состав различных микрополей ЛСП, является показателем высокой номинативной плотности концепта ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (термин В.И. Карасика [96, с. 131-134]) и, в свою очередь, свидетельствует о важности этого концепта-идеологемы для президента Б. Обамы и его аудитории.

Суммируя эти данные, ЛСП «Healthcare» мы представляем в виде трех микрополей «Medicine», «Health», «Medical Insurance» и их расширений Рис. 2.1.:

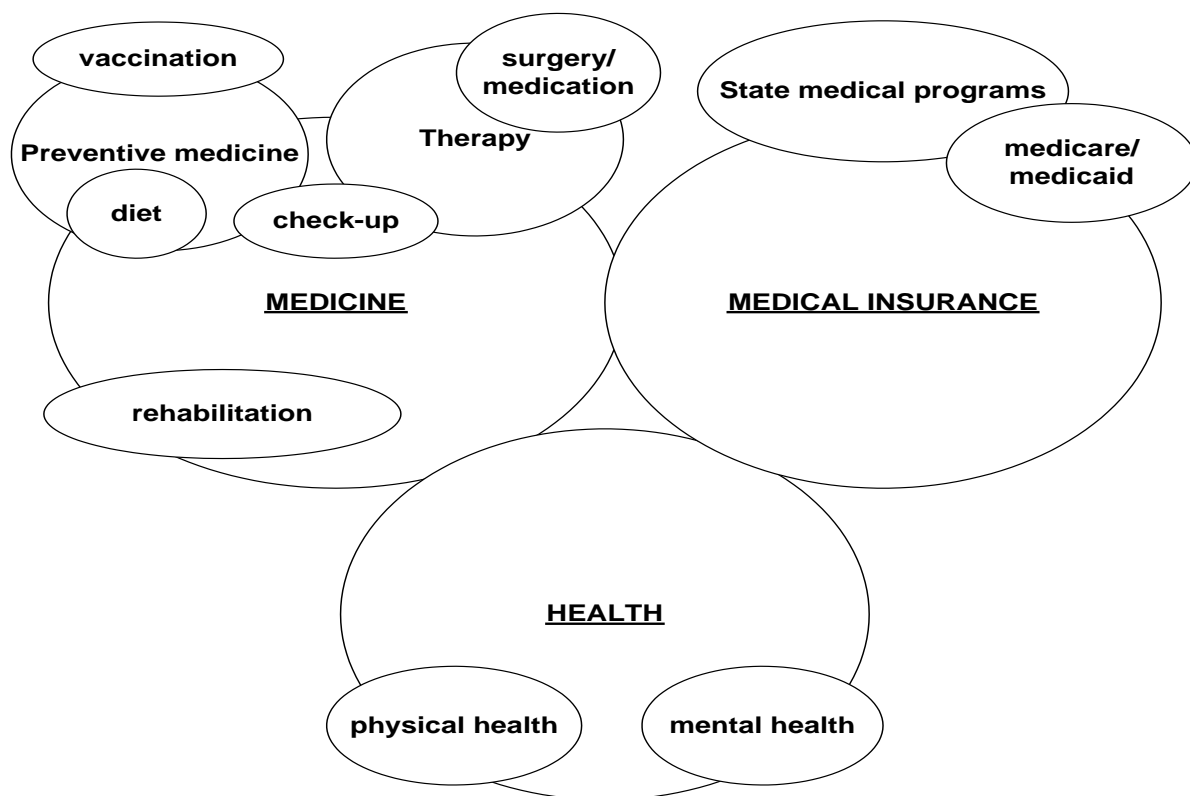


Рис. 2.1. Лексико-семантическое поле «Healthcare» в дискурсе Б. Обамы.

Как видно на рис. 2.1., отдельные расширения микрополей ЛСП «Healthcare» частично накладываются друг на друга, образуя зоны пересечений и постепенных переходов. Такое взаимопроникновение компонентов свидетельствует о присутствии центростремительных сил, которые объединяют компоненты в пределах ЛСП и обеспечивают стабильность внутренних системных связей в номинативном пространстве концепта ЗДРАВООХРАНЕНИЕ.

Когнитивные признаки концепта ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в идиоконцептосфере Б. Обамы и в коллективной концептосфере народа США демонстрируют существенные различия. Сравнение наших данных (табл. Б.1. Приложение Б) свидетельствует о том, что в дискурсе президента доминируют те значения, которые наиболее соответствуют программе его партии, а набор отдельных слотов концепта в идиоконцептосфере президента

оказывается более узким, чем в концептосфере нации. Так, у Б. Обамы нет расширения «alternative medicine», чьи значения («акупунктура», «натуропатия», «хиропрактика», «гипноз») выходят за пределы домена ПОЛИТИКА, но зафиксированы в современных американских словарях и тезаурусах [314; 315; 318; 319; 322].

В целом среди когнитивных признаков ЗДРАВООХРАНЕНИЯ в идиоконцептосфере Б. Обамы преобладают те, которые отвечают идеологическим доминантам президентской программы, традиционным американским ценностям и акцентируют значения, профилированные в пределах субдомена МЕДИЦИНА.

### **2.1.2. Актуализация концепта ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в дискурсе Барака Обамы**

Метафорическая концептуализация ЗДРАВООХРАНЕНИЕ проходит с привлечением ряда понятий-коррелятов (областей источников), которые формируют диапазон концептуальных метафор в соответствии с целостным представлением человека о мире, где «ЧЕЛОВЕК взаимодействует с ФИЗИЧЕСКИМИ ОБЪЕКТАМИ, ЖИВОТНЫМИ и РАСТЕНИЯМИ» [36, с. 165]. Эти понятия-корреляты объединены в группы «ЧЕЛОВЕК», «ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ», «ЖИВОТНОЕ» И «РАСТЕНИЕ», где обобщенные, родовые понятия конкретизируются в видовых понятиях и соответствуют «Большой цепи бытия» (the Great Chain of Being) – системе метафор, которая, по мнению З. Кёвечеша, отражает принцип метафорической концептуализации сущностей, наделенных определенными свойствами и находящихся в определенных взаимоотношениях [254, с. 124-127]. «Большая цепь бытия» основана на

текстах Библии [254, с. 126] и предстает в виде культурной модели, «где «высшие» сущности и их свойства располагаются над «нижними» сущностями и их свойствами на вертикальной шкале [260, с. 166], которую Дж. Лакофф представляет в виде:

- «ЛЮДИ (свойства высшего порядка);
- ЖИВОТНЫЕ (инстинктивные свойства);
- РАСТЕНИЯ (биологические свойства);
- СЛОЖНЫЕ ОБЪЕКТЫ (структурные и функциональные свойства);
- ПРИРОДНЫЕ ФИЗИЧЕСКИЕ ОБЪЕКТЫ (природные физические свойства)» [260, с. 170-171].

По нашим данным, в метафорической концептуализации референта ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в дискурсе Б. Обамы участвуют основные корреляты, по численности принадлежащие к коррелятивным группам ЧЕЛОВЕК (42%), ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ (35%), ВОЙНА (23%).

В частности, перекрестное картирование конкретных значений, относящиеся к **коррелятивной области ЧЕЛОВЕК** на абстрактный референт ЗДРАВООХРАНЕНИЕ формирует концептуальные метафоры ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ЧЕЛОВЕК. В этой онтологической метафоре-персонификации перекрестное картирование коррелята и референта обнаруживает их общие признаки:

– их можно укрепить (метафора ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО СЛАБЫЙ ЧЕЛОВЕК):

*And we're going to reform and strengthen Medicare for the long haul* [426].

– им можно добавить несколько лет жизни (метафора ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ДОЛГОЖИТЕЛЬ):

*We've added years to the life of Medicare. We did it by getting rid of taxpayer subsidies to insurance companies that weren't making people healthier* [407].

– их можно ослабить:

*And when you look at their plan, it's confirmed that over time a voucher system will weaken Medicare as we know it [368].*

– им можно досаждать и беспокоить их:

*But the problem that plagues the health care system is not just a problem of the uninsured [374].*

– они способны возложить тяжелое бремя на налогоплательщиков (метафора ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЧЕЛОВЕК, ВОЗЛАГАЮЩИЙ БРЕМЯ):

*Finally, our health care system is placing an unsustainable burden on taxpayers [389].*

Проекция коррелятов когнитивных метафор **коррелятивной группы ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ** на референт ЗДРАВООХРАНЕНИЕ образует несколько различных концептуальных метафор подгруппы АРТЕФАКТ (любой предмет, сделанный человеком), где значения распределяются по признакам:

– в результате картирования коррелята из финансово-экономической сферы на область ЗДРАВООХРАНЕНИЕ референт предстает как разновидность ЦЕННЫХ БУМАГ (подобно ваучеру):

*And I will not turn Medicare into a voucher just to give tax cuts to the wealthy. No American should ever have to spend their golden years at the mercy of insurance companies. They should retire with dignity and respect [353].*

– ЗДРАВООХРАНЕНИЕ можно повредить / разбить (метафора ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ХРУПКИЙ ПРЕДМЕТ):

*I have to say that there are arguments to be made for both these approaches. But either one would represent a radical shift that would disrupt the health care most people currently have [388].*

– ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ПРЕДМЕТ СДЕЛКИ, его можно предлагать кому-либо:

*Likewise, businesses will be required to either offer their workers health care, or chip in to help cover the cost of their workers [407].*

– метафора ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО МЯЧ, его можно катить:

*I don't think rolling back health care that is helping Americans all across Florida and all across the country is a good idea [368].*

В метафорах **коррелятивной группы ВОЙНА** концепт ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – референт актуализируется через ряд коррелятов военной сферы:

– ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ОБЪЕКТ НАПАДЕНИЯ:

*Now, my health care proposal has also been attacked by some who oppose reform as a "government takeover" of the entire health care system [354].*

– ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ВРАГ / ОБЪЕКТ ЗАЩИТЫ:

*Since some of the same folks who are spreading these tall tales have fought against Medicare in the past, and just this year supported a budget <...> That will never happen on my watch. I will protect Medicare [388].*

Обнаруженные метафоры характерны для публицистического стиля политического дискурса, они апеллируют к ценностям, которые укоренились в концептосфере американцев. (Ср.: как отмечают Лакофф и Джонсон, наши культурные ценности существуют не изолированно друг от друга, а образуют согласованную систему вместе с метафорическими понятиями [263, с. 129]). А. Фетцер подтверждает, что концептуализация явлений социального мира зависит от культуры, теоретических установок, а также общего знания, разделяемого всеми представителями этнокультуры [242, с. 5]. Наши данные о когнитивных метафорах ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в идиодискурсе Б. Обамы представлены в табл. 2.1.

Таблица 2.1.

**Когнитивные метафоры ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в президентском дискурсе Б. Обамы 2007-2016 гг.**

<i>Метафорические группы</i>	<i>Когнитивные метафоры</i>	<i>%</i>
<b>Коррелятивная группа ЧЕЛОВЕК</b>		42 %
ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ЧЕЛОВЕК	ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО СЛАБЫЙ / СИЛЬНЫЙ ЧЕЛОВЕК;	

	ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ДОЛГОЖИТЕЛЬ; ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, ВОЗЛАГАЮЩИЙ БРЕМЯ	
<b>Коррелятивная группа ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ</b>		35 %
ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО АРТЕФАКТ	ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ХРУПКИЙ ПРЕДМЕТ; ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО МЯЧ;	
ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ЦЕННАЯ БУМАГА	ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ВАУЧЕР; ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ПРЕДМЕТ СДЕЛКИ	
<b>Коррелятивная группа ВОЙНА</b>		23 %
ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ВОЙНА	ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ОБЪЕКТ НАПАДЕНИЯ / ЗАЩИТЫ; ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ВРАГ;	
Итого		100%

Как видно из этой таблицы, среди коррелятивных доменов, которые Б. Обама привлекает для осмысления референта ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, наибольшим метафорическим потенциалом наделены домены ЧЕЛОВЕК и ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ (наибольшее распределение значений в метафоре), а наименьшим – ВОЙНА.

В целом, обнаруженный в политическом дискурсе Барака Обамы диапазон когнитивных метафор ЗДРАВООХРАНЕНИЕ сформирован компонентами трех коррелятивных групп, две из которых – ЧЕЛОВЕК, ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ признаны метафорическими универсалиями [35, с.14]. Таким образом, выделенные в политическом дискурсе Б. Обамы группы когнитивных метафор свидетельствуют о том, что концепт ЗДРАВООХРАНЕНИЕ и составляющие его слоты играют важную роль в домене ПОЛИТИКА идиоконцептосферы президента, а различные метафорические

средства их номинации создают высокую номинативную плотность концепта, что доказывает его ценность для адресанта и его аудитории.

## **2.2. Концепт ЭКОНОМИКА в дискурсе Барака Обамы**

Понятие ЭКОНОМИКА характеризуется как хозяйственная деятельность общества, а также совокупность отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления [302]. Круг тем, включающих концепт ЭКОНОМИКА, занимает важное место в дискурсе президента – 26 % (см. Табл. А, Приложения А).

Значения имени концепта восходят к этимологии лексемы – полисеманта *economy* (от др.-греч. οἶκος – дом, хозяйство хозяйствование, а также νόμος – дом, территория управления хозяйствованием, буквально «правила ведения хозяйства дома») [302], что предполагает наличие значений, профилируемых в разных субдоменах: ХОЗЯЙСТВО и УПРАВЛЕНИЕ. При этом понятийные свойства концепта ЭКОНОМИКА обуславливают ограничение набора его номинаций лексемами профессиональной подсистемы экономики: «концепты-понятия формируются преимущественно как отображения научной и профессиональной сфер деятельности. Понятия вербализуются, как правило, терминологической и производственной лексикой, а также лексемами рациональной семантики» [152, с. 118].

### **2.2.1. Номинативное пространство концепта ЭКОНОМИКА.**

Номинативное пространство этого концепта в дискурсе Б. Обамы включает средства его прямой номинации, структурированные в виде ЛСП «*Economy*» с доминантой, представленной именем концепта – лексемой-полисемантом *economy* (n.) и совокупностью ее основных синонимов (синонимический ряд *economy – financial system, financial state, thrift, saving, restraint, prudence, providence, husbandry, retrenchment, frugality, parsimony, thriftiness,*

*sparingness* [314]). Проведенный компонентный анализ показывает, что поле «Economy» интегрировано единой архисемой «экономика» и дифференцировано тремя гиперсемами: 1) «экономическая система» – тип хозяйствования в государстве; 2) «управление» – искусство управления различными ресурсами; 3) «бережливость» – и черта характера, и экономность в расходовании или потреблении. Каждая из гиперсем объединяет несколько расширений, которые потенциально имеют дальнейшие радиальные разветвления, создавая три радиально-цепочечные микрополя – соответственно «Economic system», «Management» и «Frugality».

Каждое из трех микрополей структурируется по принципу центр – периферия, мотивируется центральным членом, каждое отличается степенью сложности по критерию наличия/отсутствия дальнейших субкомпонентов и имеет аналогично построенные расширения, что и определяет радиально-цепочечное устройство ЛСП «Economy».

**Микрополе «Economic System»** объединено гиперсемой «экономический строй/система» («means by which countries and governments distribute resources and trade goods and services. They are used to control the five factors of production, including: labor, capital, entrepreneurs, physical resources and information resources» [328]) или «тип хозяйства, основанный на определённой форме собственности на средства производства и соответствующие отношения в ходе этого производства» [330]. Эта гиперсема объединяет ряд значений лексем синонимического ряда *economic system – economy, economic, economical* [329]. В состав микрополя «Economic System» входят два расширения «branch (of economy)» и «type (of economic system)», мотивированные семами «отрасли экономики» и «тип экономики».

**Расширение «branch (of economic system)»** объединено семой «отрасль экономики» («particular branch of such production, distribution, and consumption» [324]); синонимический ряд составляют лексемы: *branch (of the economic system) – trade, finance, agriculture, manufacturing, farming* [314].

Так, Б. Обама говорит о беспошлинной торговле (*free trade*), ее слабых и сильных сторонах для народа США:

*Like all of you, I believe in free trade. But we have to acknowledge that for millions of Americans, its burdens outweigh its benefits. And so if we want to avoid rising protectionism in this country; if we expect working Americans to accept and even embrace free trade, then I believe we all have a stake in embracing policies that will provide them with a sense of security [379].*

Президент подчеркивает свою роль в проведении реформы финансового сектора экономики Америки:

*I took on the lobbyists in Illinois and brought Democrats and Republicans together to expand health care to 150,000 people and pass the first major campaign finance reform in twenty-five years; and I did the same thing in Washington when we passed the toughest lobbying reform since Watergate [377].*

Б. Обама уверяет, что сельскохозяйственный и производственный рынки США не пострадают от работы иностранных компаний:

*With this trade agreement, which spans nearly 40 percent of the global economy, we're going to be able to sell more products, more services, American agriculture, American manufacturing – we're going to be able to get those to markets, and American companies that produce here in the United States are not going to be disadvantaged relative to these markets [415].*

Это расширение детализируют лексемы, ассоциативно связанные со значением «отрасль экономики»: субъекты, объекты, виды деятельности в рамках определенной отрасли. Так, президент Обама говорит о людях, занимающихся ведением сельского хозяйства (*a farmer, young farmers*), их фермах (*small farms, family farms*) в Иллинойсе (*farming state*), о тяжести их труда и проблемах (*having to work off the farm, they've got a couple of jobs outside the farm*):

*Before I was elected President, I represented Illinois, home of a couple of your Big Ten rivals, but also a big farming state. And over the years, I've seen how hard it can be to be a farmer. There are a lot of big producers who are doing really well, but there are even more small farms, family farms, where folks are just scratching out a living and increasingly vulnerable to difficulties in financing and all the inputs involved – farmers sometimes having to work off the farm, they've got a couple of jobs outside the farm just to get health care, just to pay the bills, trying to keep it in the family, and it's very hard for young farmers to get started [414].*

**Расширение «type (of the economic system)»** мотивировано гиперсемой «тип экономики» и представлено синонимическим рядом лексем *type (of the economic system) – market, top down, command, mixed, black, grey, macro, micro, individual, collective economy, global economy, socialism* [318]. В частности, говоря о преимуществах рыночной экономики (*a dynamic market economy*), Обама отмечает широкие возможности, которые дает такой вид экономической деятельности:

*In a dynamic market economy where everyone's wages and incomes were growing. And because of upward mobility, the guy on the factory floor could picture his kid running the company someday [356].*

Б. Обама критикует тип экономики, выгодный только верхним слоям общества, противопоставляя свое правительство своему предшественнику:

*We tried it during the last decade. It didn't work then. Top down economics never works. The country doesn't succeed when just those at the very top are doing well [358].*

Вопросы конкурентоспособности США в мировой экономике находятся в поле зрения Б. Обамы:

*I will be laying out a 21st century economic agenda for America. It's an agenda that will level the playing field for more Americans to ensure that America can compete and thrive in a global economy [379].*

Теоретическое обобщение дерегуляции финансовой системы США приводит Обаму к выводу, что ее банковский сектор все больше напоминает разбалансированную экономику социалистического типа (*approximation to socialism*):

*The financial system is a classic example of a deregulation philosophy run amuck. And now, you see the consequences and ironically, had we had some sensible regulation, we would not have now, actually, a much closer approximation to socialism when it comes to the banking system, then anything that any Democrats have been proposing over the last several years [420].*

**Микрополе «Management»** объединено гиперсемой «управление», профилируемой в домене ЭКОНОМИКА, это «искусство управления различными ресурсами [305]») («management of the resources, finance, etc. of a community, country, etc. especially with a view to its productivity» [324]. В этом микрополе обнаружен синонимический ряд лексем: *management – administration, authority, control, direction, directorate, dominion, executives, government, guidance, handling, leadership, order, organisation, organization, staff, superintendence, supervision* [329]. Микрополе «Management» охватывает два расширения «regulation», «economic doctrine», мотивированные семами «методы управление» и «экономическая теория, доктрина».

**Расширение «regulation»** (сема «an organized system or method» [324]) в дискурсе Б. Обамы представлено лексемами синонимического ряда: *regulation – acts, regulations, reforms, budgetary control, management* [329]. Так, президент Обама говорит о необходимости отказаться от неэффективных нормативно-правовые актов (*regulations*) в управлении экономикой:

*One is to get rid of regulations that we put in place to make sure that we don't have another tax-funded bailout – taxpayer-funded bailout when the banks make reckless decisions or make sure that polluters aren't polluting or*

*make sure insurance companies aren't taking advantage of you. So they want to strip away those regulations [384].*

Б. Обама считает, что автокомпании США блокируют реформирование в сфере машиностроения:

*For years, while foreign competitors were investing in more fuel-efficient technology for their vehicles, American automakers were spending their time investing in bigger, faster cars. And whenever an attempt was made to raise our fuel efficiency standards, the auto companies would lobby furiously against it, spending millions to prevent the very reform that could've saved their industry [385].*

**Расширение «economic doctrine»** мотивировано семей «экономическая доктрина, ведущая экономическая теория» («a belief, principle, or doctrine or a code of beliefs, principles or doctrines» [324]) и включает номинации из синонимического ряда: *doctrine – dogma, socialism, capitalism, theory, theorist* [329]. Например, президент Обама говорит, что действия топливных компаний противоречат духу капитализма и вредят предпринимателям США :

*Why would an oil company invest in research for alternative fuels that could save our environment when they can get billions of dollars in subsidies to keep drilling for oil and gas? These anti-market, anti-business practices are wasteful, unproductive, and antithetical to the very spirit of capitalism. They benefit the undeserving few at the expense of hardworking Americans and entrepreneurs who play by the rules [379].*

Б. Обама призывает отказаться от устаревших догм (*worn-out dogmas*), которых придерживались его предшественники:

*On this day, we gather because we have chosen hope over fear, unity of purpose over conflict and discord. On this day, we come to proclaim an end to the petty grievances and false promises, the recriminations and worn-out dogmas that for far too long have strangled our politics [405].*

Б. Обама упрекает республиканцев за попытки возложить на него ответственность за неэффективность их собственной экономической теории:

*Their economic theory isn't going to sell, so all they've got to argue is, "The economy is not moving as fast as it needs to, jobs aren't growing as fast as they need to, and it's all Obama's fault." That's basically their only message [363].*

**Микрополе «Frugality»** соответствует гиперсеме «бережливость, экономность в расходовании или потреблении чего-либо (the quality of being frugal; moderate or sparing expenditure or use of provisions, goods, etc.)» [324] и охватывает три расширения, профилированные в домене ЭКОНОМИКА: «thrift», «saver», «prosperity».

**Расширение «thrift»** (product of frugality – результаты бережливости) [324] соответствует семе «дальновидность, предусмотрительность» («wisdom and caution in the management of money» [324]), профилируемой в субдомене УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ, например, *Investors will win or lose, depending on whether economies are realized and whether the offsetting diseconomies overwhelm any savings [325]*. Это расширение представлено синонимическим рядом лексем: *thrift – savings, deposits, capital, down-market, low-priced, low-budget, budget goods [327]*. Так, Б. Обама гарантирует стабильный пенсионный план, предлагаемый работодателем для своих сотрудников:

*When I'm President, employers will be required to enroll every worker in a direct deposit retirement account that places a small percentage of each paycheck into savings. You can keep this account even if you change jobs, and the federal government will match the savings for lower-income, working families [416].*

Б. Обама говорит о эффективном и прозрачном управлении капиталом с опорой на моральные устои американского общества:

*Markets can't thrive without the trust of investors and the public. At a most basic level, capital markets work by steering capital to the place where it is most productive. Without transparency, that cannot happen [379].*

**Расширение «saver»** содержит когнитивные признаки, объединенные семантикой «1) бережливый человек» (*a great labour-saver*), 2) нечто, помогающее сберечь силы, труд» (*something that makes it possible to spend less money / ways of saving money*) [324], то есть способы экономии, сокращения расходов, издержек, трат, изобретения, инновации, направленные на экономию в производстве и т.п. (субдомен УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ): «a device to prevent waste or loss, economies of scale, retrenchment» [324]. Синонимический ряд лексем этого расширения включает: *saver – deliverer, recoverer, saviour, hoarder, possessor, economizer, economiser, owner* [329].

Так, президент Б. Обама уверяет, что его медицинская реформа сэкономит США миллиарды долларов:

*This reform is long overdue. <...> This will reduce deadly medical errors, and it will also shorten the length of hospital stays, ensure that nurses can spend less time on paperwork and more time with patients, and save billions and billions of dollars in the process [383].*

Решения финансовых трудностей владельцев малого бизнеса (*small business owners*) объединяют, по мнению Б. Обамы, политические партии США:

*We have reached a point in this country where the rising cost of health care has put too many families and businesses on a collision course with financial ruin and left too many without coverage at all; a course that Democrats and Republicans, small business owners <...> have all come to agree is not sustainable or acceptable any longer [383].*

**Расширение «prosperity»** мотивировано семантикой «благосостояние» («the prosperity or earnings of a place/the whole of a country's business, industry, and trade, and the money they produce [324]»), «The condition of being prosperous,

successful, or thriving; good fortune, success, well-being, wealth» [324]) и представлено синонимическим рядом лексем *prosperity – rich, well-being, wealth, purchasing power, strength, success, good fortune* [318].

Так, Б. Обама агитирует за свою кандидатуру на выборах и подчеркивает единство народа США независимо от благосостояния граждан:

*Because in the end, the choice in this election is not between regions or religions or genders. It's not about rich versus poor; young versus old; and it is not about black versus white. It's about the past versus the future.* [416].

На выборах президента американцы голосуют за перспективы общего благосостояния:

*<...> we reach for a politics of common sense and innovation; of shared sacrifice and shared prosperity* [416].

Согласно словам Б. Обамы, достижение благосостояния требует усилий:

*Prosperity hasn't always come easily* [390].

Улучшение благополучия и благосостояния Америки – один из ключевых программных пунктов президента:

*The key <...> challenges – to improving our well-being, to harnessing clean energy, to protecting our security, and succeeding in the global economy – will be reaffirming and strengthening America's role as the world's engine of scientific discovery and technological innovation* [417].

Б. Обама считает, что экономика США формирует мировое богатство и создает рабочие места:

*Our economy hasn't just been the world's greatest wealth creator – it's been the world's greatest job generator* [379].

Б. Обама обещает рост покупательской способности на фоне роста эффективности управления медицинским сектором экономики США:

*We will cut spending on prescription drugs by using Medicare's purchasing power to drive greater efficiency and speed generic brands of medicine onto the market [418].*

Суммируя полученные данные о номинациях концепта ЭКОНОМИКА в дискурсе Б. Обамы, ЛСП «Economy» можно графически представить в виде трех микрополей (Рис. 2.2.):

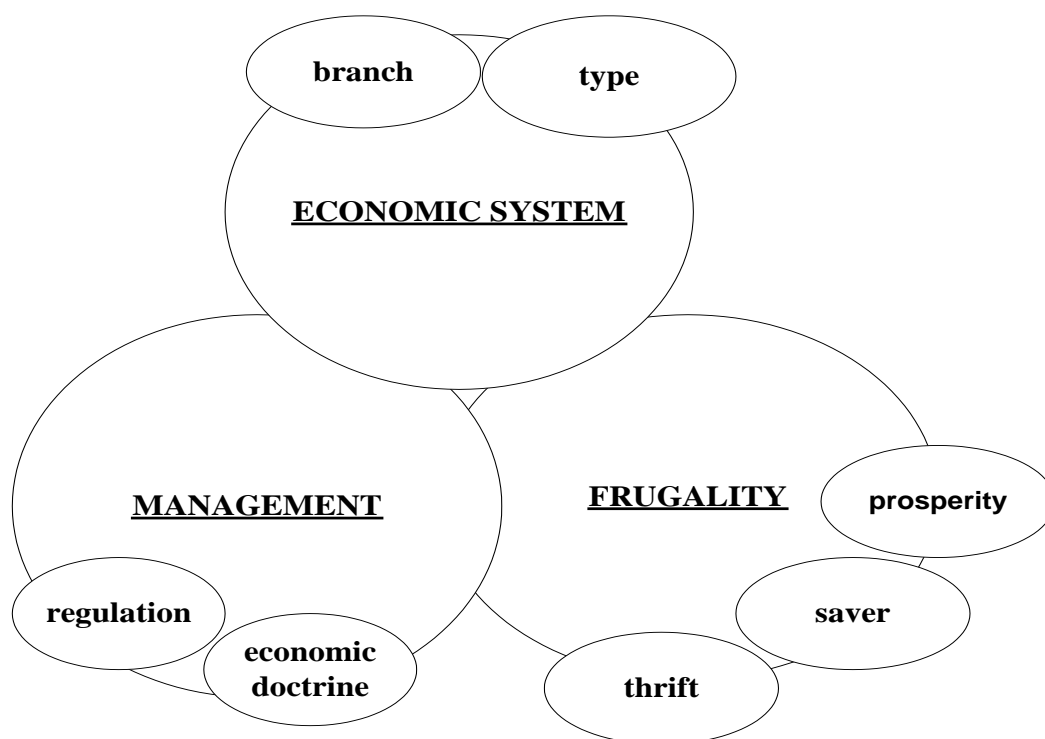


Рис. 2.2. Лексико-семантическое поле «Economy» в дискурсе Барака Обамы.

Как видно на рисунке 2.2, концепт ЭКОНОМИКА представлен в дискурсе Барака Обамы лексемами, чьи значения мотивированы тремя гиперсемами, объединяющими соответствующие микрополя. Компоненты микрополей «Frugality», «Management» связаны с микрополем «Economic system» отношениями каузации и характеристики. При этом отдельные расширения трех микрополей ЛСП «Economy» частично накладываются одно

на другое, образуя зоны пересечений, что характерно для структур радиально-цепочечного типа.

По данным американских лексикографических источников [314; 315; 318; 319; 322], номинативные пространства концепта ЭКОНОМИКА в идиоконцептосфере Б. Обамы и в концептосфере народа США демонстрируют как сходство, так и различие когнитивных признаков (см. Табл. Б.2. Приложения Б.). Сопоставление полученных данных свидетельствует о доминировании в идиоконцептосфере президента тех признаков ЭКОНОМИКИ, которые заложены в его политической программе, в то время, как в оязыковленной концептосфере американцев этот концепт обладает большей номинативной плотностью.

**2.2.2. Актуализация концепта ЭКОНОМИКА в дискурсе Барака Обамы.** Концепт ЭКОНОМИКА как одна из ключевых идеологем американской концептосферы в целом и идиоконцептосферы Б. Обамы, в частности, актуализируется в дискурсе средствами непрямой номинации. Будучи референтом метафоры, идиоконцепт ЭКОНОМИКА определяется через корреляты, которые образуют проекции элементов **коррелятивных групп ЧЕЛОВЕК (47%), РАСТЕНИЕ (21%), ВМЕСТИЛИЩЕ (20%), ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ (12%)** и их подгрупп.

Перекрестное картирование конкретных образов живого существа на абстрактное значение «экономика» формирует онтологические концептуальные метафоры, объединенные в **коррелятивную группу ЧЕЛОВЕК**: результатом такого картирования служит персонификация. В частности, перекрестное картирование коррелята и референта обнаруживает их общие признаки:

– концептуальная метафора ЭКОНОМИКА – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который имеет внешность (*looks*):

*We have a few topics to discuss today and I'm eager to hear from all of you about how the economy looks from your perspective and your forecast for the next few months [349].*

– ЭКОНОМИКА – ЭТО ЧЕЛОВЕК, СПОСОБНЫЙ ДВИГАТЬСЯ ВПЕРЕД (*goes forward*), БЫТЬ НА ПОДЪЕМЕ (*on the upswing*):

*What value do you think it may have going forward on the upswing as the economy goes forward? [367].*

– ЭКОНОМИКА – ЭТО БОЛЬНОЙ/ПОДАВЛЕННЫЙ ЧЕЛОВЕК, ОН МОЖЕТ БЫТЬ ВВЕРГНУТ В ДЕПРЕССИЮ (*depressed*) И ВЫЗДОРОВЕТЬ (*recovered*):

*<...> teachers and cops and firefighters – all of which if that had happened would have further depressed the economy and we would have recovered a lot later; [347].*

– ЭКОНОМИКА – ЭТО ВОР, СПОСОБНЫЙ ЧТО-ЛИБО УКРАСТЬ (*to go south*):

*So we had to spend that, but that's only a fraction of what our debt was. And in addition what happens is when the economy goes south, there are fewer tax revenues [342].*

– ЭКОНОМИКА – ЭТО ЧЕЛОВЕК, СПОСОБНЫЙ ДИНАМИЧЕСКИ РАЗВИВАТЬСЯ И ОБНОВЛЯТЬСЯ:

*A dynamic economy that's constantly renewed by the talents and energies of each new citizen [345].*

**Коррелятивная группа РАСТЕНИЕ** в результате перекрестного картирования на референт ЭКОНОМИКА образует концептуальную метафору ЭКОНОМИКА – ЭТО РАСТЕНИЕ (у них общая способность к росту):

*As part of the G20 process we all signed on to the notion that a rebalancing of the world economy would be important for sustained economic growth and the prevention of future crises [348].*

Картирование **коррелятивной группы ВМЕСТИЛИЩЕ** на референт ЭКОНОМИКА образует концептуальную метафору:

– ЭКОНОМИКА – ЭТО ВМЕСТИЛИЩЕ, ИМЕЮЩЕЕ ГРАНИЦЫ/ОБЪЕМ (*volume of economy*):

<...> *I mean other countries, including states that can be compared with Russia in terms of volume of economy, so it's the difference of 20 or 30 times* [343].

**Коррелятивная группа ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ** (подгруппа АРТЕФАКТ) при перекрестном картировании коррелята и референта обнаруживает общие признаки в метафоре ЭКОНОМИКА – ЭТО АРТЕФАКТ:

– их можно привести в упадок (*bring down*) или сломать:

*When things go wrong, as they did in AIG, they can bring down the entire economy* [344].

– ЭКОНОМИКА – ЭТО ХРУПКИЙ ПРЕДМЕТ, который можно повредить (*to hobble our economy*):

<...> *our long-term, structural deficits, which threaten to hobble our economy and leave our children and grandchildren with a mountain of debt* [346].

Разнообразие коррелятивных групп при их картировании на референтный домен ЭКОНОМИКА отражает образный слой идиоконцепта ЭКОНОМИКА в дискурсе Б. Обамы, что способствует формированию его индивидуального видения мира, который вербально проецируется на аудиторию.

Суммированные нами данные о когнитивных метафорах ЭКОНОМИКА в идиодискурсе Б. Обамы представлены в табл. 2.2.

Таблица 2.2.

**Когнитивные метафоры ЭКОНОМИКА в президентском дискурсе Б. Обамы 2007-2016 гг.**

<i>Метафорические группы</i>	<i>Когнитивные метафоры</i>	<i>%</i>
<b>Коррелятивная группа ЧЕЛОВЕК</b>		47 %
ЭКОНОМИКА – ЭТО ЧЕЛОВЕК	ЭКОНОМИКА – ЭТО ВОР	
<b>Коррелятивная группа РАСТЕНИЕ</b>		21 %
ЭКОНОМИКА – ЭТО	ЭКОНОМИКА растет	

РАСТЕНИЕ		
<b>Коррелятивная группа ВМЕСТИЛИЩЕ</b>		20 %
ЭКОНОМИКА – ЭТО ВМЕСТИЛИЩЕ	ЭКОНОМИКА имеет ОБЪЕМ	
<b>Коррелятивная группа ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ</b>		12 %
ЭКОНОМИКА – ЭТО АРТЕФАКТ	ЭКОНОМИКА – ЭТО ХРУПКИЙ ПРЕДМЕТ	
Итого		100 %

Как видно из этой таблицы, наибольшим метафорическим потенциалом – до половины (47%) всех коррелятивных доменов, которые Б. Обама привлекает для осмысления референта ЭКОНОМИКА, наделен домен ЧЕЛОВЕК, а наименьшим (12%) – ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ.

Таким образом, среди моделей метафорической актуализации идиоконцепта ЭКОНОМИКА в дискурсе президента преобладает онтологическая метафора (персонификация), а также зафиксированы структурные когнитивные метафоры. Их использование в стратегиях дискурса делает восприятие информации более доступной для аудитории и способствует более эффективному внедрению выгодной Б. Обама информации в концептосферу американцев.

### **2.3. Концепт БЕЗОПАСНОСТЬ в дискурсе Барака Обамы**

Концепт БЕЗОПАСНОСТЬ, как свидетельствует контент-анализ, занимает до 23% в дискурсе Б. Обамы (см. Приложение А). Воплощением данного концепта служит «вся совокупность языковых и неязыковых средств, которая прямо или опосредовано иллюстрирует, уточняет и развивает его содержание» [94, с. 110]. Номинативное пространство этого концепта в идиодискурсе Б. Обамы структурировано в виде ЛСП с доминантой, представленной именем концепта – лексемой *security* (n.) и

совокупностью ее основных синонимов – лексем, которые входят в состав заданного ею ЛСП «Security»; а также актуализировано когнитивными метафорами.

### **2.3.1. Номинативное пространство концепта БЕЗОПАСНОСТЬ.**

Проведенный компонентный анализ имени концепта – лексемы *security* (n.) и ее основных синонимов: *assurance, bail, bond, certainty, certificate, collateral, confidence, conviction, debenture, deposit, guarantee, guaranty, guard, hostage, immunity, insurance, obligation, pawn, pledge, protection, rampart, refuge, safeguard, safeguarding, safety, sanctuary, security money, shelter, surety, warrant, warranty* [318] показывает, что они образуют ЛСП «Security» интегрированное единой архисемой «безопасность» и дифференцированное тремя гиперсемами: 1) «физическая безопасность»; 2) «финансовая безопасность»; 3) «психологическая безопасность». Каждая из гиперсем объединяет несколько расширений, которые способны к дальнейшим радиальным разветвлениям, создавая три радиально-цепочечные микрополя – соответственно «Physical security», «Financial security» и «Mental security».

Каждое из трех микрополей ЛСП «Security» структурируется по принципу центр – периферия, мотивируется центральным членом и отличается степенью сложности по критерию наличия/отсутствия дальнейших субкомпонентов.

**Микрополе «Physical security»** объединено гиперсемой «физическая безопасность», и охватывает четыре расширения:

**Расширение «safety»** мотивировано семой «безопасность» и представлено лексемами синонимического ряда: *safety – asylum, cover, guard, guarantee, immunity, precaution, protection, refuge, safeguard, surety, sanctuary, security, shelter* [318]. Говоря о национальной безопасности, Обама подчеркивает необходимость повышения стандартов на топливо, гарантируя, что в течение первого президентского срока он постарается выполнить взятые на себя обязательства:

*After 30 years of inaction, we raised fuel standards so that by the middle of the next decade, your cars and trucks will go twice as far on a gallon of gas. That saves you money. It helps our national security. We're going to have a lot of work to do, so I can't guarantee that we're going to do it in the next two years, but I'd like to do in the my first term as president [406].*

Б. Обама проводит аналогии между теми, кто стоял на страже (*guard*) страны в эпоху зарождения республики и современниками:

*Americans have served in uniform since 1791 – standing guard in the earliest days of the Republic, and contemplating the future of warfare here in the 21st century [370].*

**Расширение «peace»** соответствует семе «мир» (состояние покоя и гармонии, период между войнами): мир между группами людей, народами и государствами. В этом значении мир, как подчеркивают философы, означает согласие решить конфликты без применения насилия, которое приводит к войне. Большинство этических систем, в частности религиозных, рассматривают мир как позитивный идеал [308]. Это расширение включает лексемы синонимического ряда: *peace – accord, agreement, amity, calm, calmness, composure, concord, coolness, harmony, heartsease, hush, order, peacefulness, quiescence, quiet, quietness, quietude, repose, serenity, silence, still, stillness, tranquility, tranquility* [318]. Так, Обама выражает надежду на гармоничное сосуществование демократического и свободного общества, на достижение мира на планете:

*We've got to have a package of reforms and it has got to lead to reform prosperity and peace in the world [334].*

*I have cherished the ideal of a democratic and free society in which all persons live together in harmony and with equal opportunities [338].*

**Расширение «shelter»** мотивировано семой «убежище» и образовано в дискурсе Обамы обширным рядом синонимов: *shelter – asylum, hiding, burrow, canopy, cherish, concealment, cover, defend, den, guard, harbour, haven, hide, hideaway, hideout, hole, house, insulate, lean-to, lean-to roof, lee, lodge,*

*offer protection, refuge, preserve, privacy, protect, protection, safeguard, safety, sanctuary, save, screen, secure, security, seek shelter, shade, shield, shroud, take cover, take shelter* [318]. Например, президент подчеркивает, насколько важным для него является безопасность детей:

*And every parent knows there is nothing we will not do to shield our children from harm* [368].

**Расширение «protection»** соответствует семам «защита, охрана». Синонимический ряд: *protection – aegis, auspices, conservation, convoy, cover, custody, guard, guardianship, guarding, insurance, keeping, lee, preservation, protecting, refuge, safeguard, safeguarding, safekeeping, safety, screen, security, shelter, shield, umbrella, warranty* [318]. Например, Б. Обама апеллирует к защите физической безопасности граждан и границ США:

*We have a right and a duty to protect our borders* [378].

Президент говорит о правовых гарантиях американских граждан. Так, он намерен защитить дипломатических работников США в Ливии и заверяет своих граждан, что виновные понесут наказание:

*We're working with the government of Libya to secure our diplomats. I want to assure you, we will bring their killers to justice* [376].

**Микрополе «Financial security»** соответствует гиперсеме «финансовая безопасность» (защищенность финансовых интересов субъектов хозяйствования на всех уровнях финансовых отношений) [Философский словарь]. Микрополе охватывает два расширения – «insurance», «possession»:

**Расширение «insurance»** содержит когнитивные признаки, объединенные семами «защита, гарантия», которые профилируются в пределах субдоменов ФИНАНСЫ, ПРАВО. Синонимический ряд: *protection – capital, conservation, cover, coverage, credit, custody, fund, guard, guardianship, guarding, (financial) independence, investment, keeping, preservation, protecting, protection, resource, safeguard, safeguarding, safekeeping, safety, secure, security, security, shelter, shield, umbrella, warranty* [318]. Например, Б. Обама

акцентирует внимание на среднем классе, на людях, которые не могут получить финансовые гарантии:

*<...> extraordinary hardships that are placed on the uninsured <...> These are middle-class Americans. Some can't get insurance on the job. Others are self-employed, and can't afford it, since buying insurance on your own costs you three times as much as the coverage you get from your employer [359].  
The legal safeguards that restrict surveillance against U.S. persons without a warrant do not apply to foreign persons overseas [375].*

Оценивая работу банковской системы, Обама говорит о законах, которые направлены на защиту потребителей:

*<...> when it comes to things like credit cards. And in that situation, what happens is, is that the protections you have, the consumer protections that you need [334].*

**Расширение «possession»** соответствует семе «владение» и образует синонимический ряд: *possessions – assets, belongings, chattels, holding, ownership, property, tenancy, tenure* [318]. Так, в дискурсе президента США в качестве основной статьи инвестиций большинства американцев названа покупка собственного дома, для чего важна законодательная база, которая защитит граждан от ипотечного кризиса:

*And since the most important investment many families make is their home, send me legislation that protects taxpayers from footing the bill for a housing crisis ever again, and keeps the dream of home ownership alive for future generations of Americans [401].*

Президент обращается к народу, говоря о стремлении каждого американца к чему-то большему, чем собственность и рутинная жизнь:

*Each day, thousands of Americans are dropping the kids off at school, shopping at the mall, and they're coming to the realization that something is missing. They're deciding that their work, their possessions, their diversions, their sheer busyness, is not enough. They want a sense of purpose [378].*

**Микрополе «Mental security»** соответствует гиперсеме «психологическая безопасность» (an absence of agitation or excitement [WordNet 3.0]) и охватывает расширения: «confidence», «calmness».

**Расширение «confidence»** соответствует семе «доверие, уверенность» (a feeling of trust (in someone or something) [331]). Доверие – социологическая и психологическая категория для обозначения открытых, позитивных взаимоотношений между людьми (сторонами доверия), которые отображают уверенность в порядочности и доброжелательности сторон; а уверенность – состояние сознания (духовное состояние), в котором дается твердое согласие на какие-либо действия без страха возможной ошибки [313]. Синонимический ряд: *confidence – assurance, belief, believe, boldness, calmness, certainty, certitude, composure, conviction, credence, credit, faith, fearlessness, firmness, hope (n,v), reliance, security, self-assurance, self-confidence, self-possession, self-reliance, sureness, trust* [318]. Например, Б. Обама говорит об атаках со стороны террористов, которые не могут разрушить веру граждан в американские ценности и их надежды (*believe in values*):

*No act of terrorism can ever change what we stand for. Instead, we recommit ourselves to the values that we believe in, holding firmly, without wavering, to the hope that we confess* [371].

Б. Обама обращается к вопросам финансовой стабильности американских граждан, говоря о доверии к рынку недвижимости:

*Americans were already struggling before the problems on Wall Street arose. Now they are looking at their homes and wondering if their greatest source of wealth will still have the same value in another year, or even another month. So we know there is a need right now to restore confidence in our markets. We know there is a need to renew public trust in our markets* [379].

**Расширение «calmness»** содержит когнитивные признаки, объединенные семой «спокойствие» (an untroubled state [331]).

Синонимический ряд: *calmness – calm, composure, easy, equanimity, peaceful, serenity, tranquil, tranquil, tranquility, quiet, quietness, protected, safe, steady, unafraid, untroubled*. Психологическое спокойствие связано с финансами. Так, Б. Обама хвалит финансовый рынок США и отмечает важность спокойствия и тишины для его успешной работы:

*We've got some of the best capital markets in the world. But it works only if investors know what they're investing in. And we have not done enough of that in order to ensure the kind of trust and steadiness and calmness that an effective capital market needs [413].*

Он также говорит об изменениях (*make that change*), которые намерен сделать, чтобы принести безопасность Америке и миру в целом:

*Because when we do make that change, we'll live up to that calling to make America, and the world, safer, freer, and more hopeful than we found it [381].*

Суммируя эти данные, ЛСП «Security» можно представить в виде трех микрополей (Рис. 2.3.):

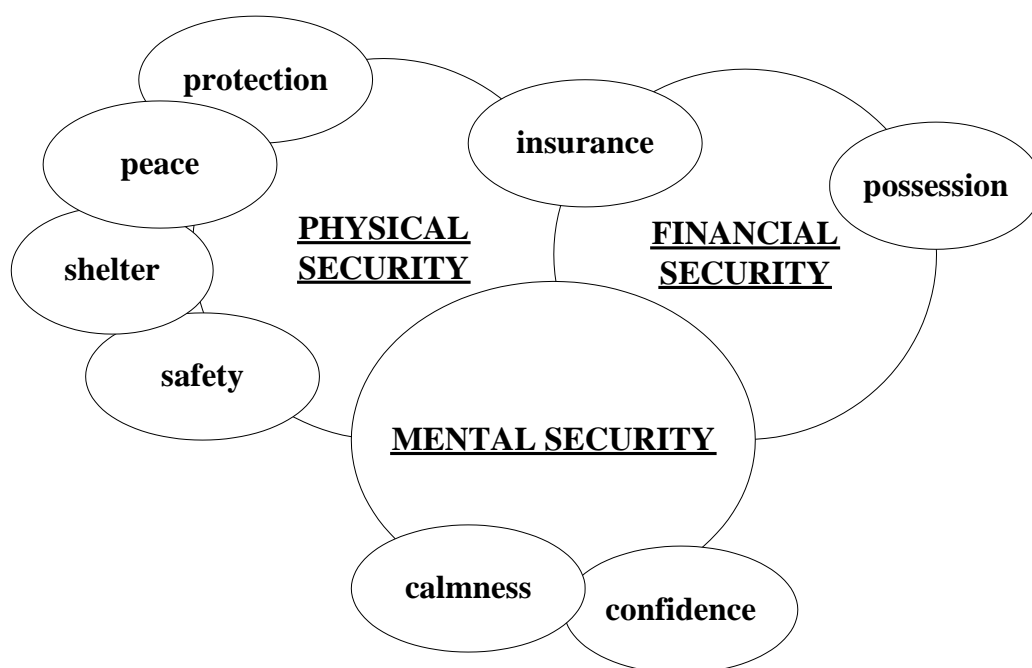


Рис. 2.3. Лексико-семантическое поле «Security» в дискурсе Б. Обамы.

Микрополя в рамках ЛСП «Security» устроены по радиально-цепочечному принципу, причем как видно из рис. 2.3, и микрополя, и их расширения частично накладываются друг на друга, образуя зоны пересечений.

В отличие от идиоконцептосферы президента в современной концептосфере американцев прямые номинации безопасности демонстрируют ряд отличий, представленных в табл. Б. 3. (Приложение Б). В частности, в американской концептосфере присутствуют значения *public security*, *assets*, *lack of fear*, не обнаруженные в дискурсе Б. Обамы.

**2.3.2. Актуализация концепта БЕЗОПАСНОСТЬ в президентском дискурсе Барака Обамы.** В современном мире понятие безопасности является неотъемлемой составляющей для благополучной жизни общества,

что объясняет высокую частотность не только его прямых, но и переносных номинаций. Это многозначное понятие, характеризующее в первую очередь защищённость и низкий уровень риска для человека [330]. Б. Обама как лидер страны, постоянно находящейся в состоянии борьбы с внешними угрозами, уделяет большое внимание концепту БЕЗОПАСНОСТЬ в своем дискурсе, хотя его деятельность оценивается неоднозначно (известно мнение Н. Хомского, который критикует действия Б. Обамы, считая его «войну с терроризмом» неэффективной и приносящей еще большие жертвы среди гражданского населения [227]).

По нашим данным, для метафорической концептуализации БЕЗОПАСНОСТЬ (референта метафоры) Б. Обама в своем дискурсе использует корреляты, принадлежащие, в основном к **коррелятивным группам ЧЕЛОВЕК, ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ и ВМЕСТИЛИЩЕ.**

Так, перекрестное картирование абстрактного значения «безопасность» на конкретные значения из домена ЧЕЛОВЕК образует ряд метафорических моделей – персонификаций. При осмыслении референта БЕЗОПАСНОСТЬ в понятийной группе коррелятов зафиксированы концепты ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ / СПОРТИВНЫЙ ЧЕЛОВЕК, НАЧАЛЬНИК, ЖЕРТВА, а перекрестное картирование коррелята и референта обнаруживает их общие признаки:

– концептуальная метафора БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ ЧЕЛОВЕК, он способен требовать (*demand*) от правящих кругов определенных действий:

*So the next element of our strategy involves addressing the underlying grievances and conflicts that feed extremism. <...> But our security and our values demand that we make the effort* [370].

– БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО СПОРТСМЕН, который нуждается в тренировке и обмундировании (*train and equip*):

*We have also supported the Afghan people as they continue the hard work of building a democracy. We've extended more opportunities to their people,*

*including women and girls. And we've helped train and equip their own security [360].*

– БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО НАЧАЛЬНИК, не терпящий промедления:

*Our security will not permit us to delay. Our courts won't allow it. And neither should our conscience [355].*

– метафора БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО ЖЕРТВА, которая нуждается в защите:

*The greatest alliance created to defend our common security [350].*

– БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, нуждающийся в охране (*protect*):

*And while this principle is absolutely necessary in some circumstances to protect national security, I am concerned that it has been over-used [355].*

**Коррелятивная группа онтологических когнитивных метафор БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ** является результатом картирования общих признаков референта и коррелята:

– их можно усилить / укрепить:

*Meanwhile, we strengthened our defenses – hardening targets, tightening transportation security, giving law enforcement new tools to prevent terror [370].*

– они могут находиться в равновесии:

*Military leaders in my own country and others who understand our common security hangs in the balance [369].*

– их можно/нельзя схватить:

*<...> the notion that peace and security may be beyond our grasp. But I say to all of you here today, especially the young people do not give in to that cynicism [351].*

Структурная концептуальная метафора БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО КЛИН демонстрирует общие признаки коррелята и референта:

– БЕЗОПАСНОСТЬ может стать клином (*wedge*), который раскалывает Америку:

*We will not be safe if we see national security as a wedge that divides America – it can and must be a cause that unites us as one people and as one nation [355].*

В коррелятивной группе онтологических метафор БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО ВМЕСТИЛИЩЕ/КОНТЕЙНЕР прослеживается концептуализация понятия БЕЗОПАСНОСТИ в терминах ВМЕСТИЛИЩА. Так, на основании перекрестного картирования референта БЕЗОПАСНОСТЬ и коррелята СОСУД/ЕМКОСТЬ происходит проекция элементов коррелятивной группы ВМЕСТИЛИЩЕ/КОНТЕЙНЕР на общие для референтного домена признаки:

– в них вливают (*poured*) миллиарды долларов:

*Obviously, we've poured billions of dollars into airport security [332].*

– они служат вместилищем для жизни народа:

*Likewise, even as we are unrelenting against terrorists who threaten our people <...> this includes continuing to pursue a political solution in Syria that allows all Syrians to live in security, dignity, and peace [372].*

Таким образом, перекрестное картирование коррелятивных доменов на референтный домен БЕЗОПАСНОСТЬ дает возможность обнаружить метафорические средства актуализации идиоконцепта БЕЗОПАСНОСТЬ в дискурсе президента, которые служат усилению его воздействия на аудиторию и обуславливают специфику коммуникативных стратегий дискурса Б. Обамы. Обобщенные данные о когнитивных метафорах БЕЗОПАСНОСТЬ в идиодискурсе Б. Обамы представлены в табл. 2.3.

Таблица 2.3.

### Когнитивные метафоры БЕЗОПАСНОСТЬ в президентском дискурсе

#### Б. Обамы 2007-2016 гг.

Метафорические группы	Когнитивные метафоры	%
<b>Коррелятивная группа ЧЕЛОВЕК</b>		45 %
БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО ЧЕЛОВЕК	БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ ЧЕЛОВЕК, СПОРТСМЕН, НАЧАЛЬНИК БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО ЖЕРТВА	

<b>Коррелятивная группа ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ</b>		30 %
БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО АРТЕФАКТ	БЕЗОПАСНОСТЬ – ОБЪЕКТ, КОТОРЫЙ УКРЕПЛЯЮТ; БЕЗОПАСНОСТЬ – ОБЪЕКТ, ВИСЯЩИЙ В ВОЗДУХЕ; БЕЗОПАСНОСТЬ – ОБЪЕКТ ВНЕ ЗОНЫ ДОСЯГАЕМОСТИ; БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО КЛИН;	
<b>Коррелятивная группа ВМЕСТИЛИЩЕ</b>		25 %
БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО ВМЕСТИЛИЩЕ	БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО СОСУД ДЛЯ ЖИДКОСТИ; БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО МЕСТО ДЛЯ ЖИЗНИ	
Итого		100 %

Данные таблицы 2.3. демонстрируют, что среди коррелятивных доменов в метафорах БЕЗОПАСНОСТИ наибольшим метафорическим потенциалом наделен домен ЧЕЛОВЕК 45%, меньшим – ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ и ВМЕСТИЛИЩЕ (30% и 25%). Использование универсальной метафорической модели персонификации для актуализации БЕЗОПАСНОСТИ подтверждает важность этого концепта для дискурса Б. Обамы.

#### **2.4. Концепт НАЦИЯ в дискурсе Барака Обамы**

Проблемы американского народа и государства, которые традиционно объединены понятием «нация», имеют высокую частотность в высказываниях Б. Обамы, занимая, по нашим данным, до 20% его дискурса (см. Табл. А, Приложение А). Осознание национальной идентичности американцев требует ответа на вопросы «Кто мы? Что нас объединяет? (Where do we belong?)» [231, с. 139]. Понятие идентичности определяется Е. П. Матузковой как процесс осмысления индивидом или группой своей целостности и принадлежности к коллективному сообществу [131, с. 15].

Конструирование национальной идентичности – процесс совместной дискурсивной деятельности граждан, их лидеров и СМИ [231, с. 141-142].

Пространство номинаций концепта НАЦИЯ в идиодискурсе президента включает прямые и переносные средства, где первые структурированы в виде ЛСП с доминантой, представленной именем концепта – лексемой *nation* (n.) и совокупностью ее основных синонимов – лексем, которые входят в состав заданного ею ЛСП «Nation», а вторые актуализированы онтологическими и структурными когнитивными метафорами с коррелятами – членами различных понятийных групп.

**2.4.1. Номинативное пространство концепта НАЦИЯ.** Имя концепта – лексема *nation* – полисемант, который применяется для характеристики больших социокультурных сообществ индустриальной эпохи. Компонентный анализ лексемы *nation* (n.) и ее синонимов показывает, что ЛСП «Nation» интегрировано единой архисемой «нация» и дифференцировано гиперсемами: 1) «государство» (политическое образование); (2) «страна» (единое целое с точки зрения истории, культуры, этноса, территории). Ядро ЛСП «Nation» – лексема *нация* (n.) воплощает интегральную архисему «нация» и большинство сем, свойственных отдельным лексемам – синонимам: *country, state, nation state, power, land, federation, commonwealth, kingdom, realm, micronation, superpower, confederation, sovereign, state, polity, public, people, community, society, population, populace, body politic* [318], которые входят в периферию.

Каждая из гиперсем объединяет несколько расширений, которые способны к дальнейшим радиальным разветвлениям, создавая радиально-цепочечные микрополя «State» и «Country».

**Микрополе «State»** (государство как форма политического устройства) объединено гиперсемой «государство» и имеет большое

количество синонимов: *state – country, nation, republic, federation, commonwealth, kingdom, body politic* [318]. Оно объединяет расширения «power», «federation», «assembly», каждое из которых акцентирует отдельные когнитивные признаки: соответственно, мощь государства, его политическое устройство, руководящие органы / организации.

**Расширение «(great) power»** соответствует семе «(великая) держава» и актуализирует понятие НАЦИИ как (мощной) военно-политической организации (a state powerful enough to influence events throughout the world [331]). Его ословливает синонимический ряд: *(major) power – state, superpower, world power* [318]. Американская идентичность формировалась в результате осознания США как «сверхдержавы, возглавляющий мировой порядок» [231, с. 143], что подчеркивает Б. Обама:

*America has special responsibilities as the world's only superpower* [341].

Б. Обама акцентирует единство народа Америки, обращаясь к электорату обеих партий:

*That's why I can stand here and talk about how this country is more than a collection of Red States and Blue States - because my story could only happen in the United States* [416].

**Расширение «federation»** мотивировано семой «нация как политический союз» (лат. *foederatio* – объединение, союз). Синонимический ряд: *federation – confederacy, affiliation, alliance, association, coalition, confederacy, consolidation, league, union* [318]. Для концепта НАЦИЯ важно единство представителей США разных рас. Исследователи подчеркивают, что «статус Обамы как великого лидера (great-man leader) сопряжен с тем, насколько ему удастся подавить свою черную (Black) идентичность и сохранить иллюзию расовой трансцендентности» [220, с. 552]. Например, президент подчеркивает свою роль в единении белого и цветного населения США, говоря о флаге Конфедерации, поднятом в одном из прежде рабовладельческих штатов страны:

*Throughout the first year of this campaign, against all predictions to the contrary, we saw how hungry the American people were for this message of unity. Despite the temptation to view my candidacy through a purely racial lens, we won commanding victories in states with some of the whitest populations in the country. In South Carolina, where the Confederate Flag still flies, we built a powerful coalition of African Americans and white Americans [419].*

Б. Обама собирается укреплять существующие политические союзы и формировать новые для усиления мощи государства:

*To meet the challenges of the 21st century – from terrorism to nuclear proliferation; from pandemic disease to cyber threats to crushing poverty – we will strengthen old alliances, forge new ones, and use all elements of our national power [357].*

**Расширение «assembly»** мотивировано семой «государственный орган / политическое объединение» (assembly possessing high legislative / administrative powers [331]). Синонимический ряд: assembly – *alliance, league, association, chamber, coalition, congress, federation, confederation, confederacy, party, senate, union* [318]. Так, Б. Обама акцентирует внимание на работе конгресса и объединении внутри нации тех граждан, которые делают государство сильным:

*Tonight, this chamber speaks with one voice to the people we represent: it is you, our citizens, who make the state of our union strong [401].*

Президент акцентирует свою роль в объединении представителей разных политических партий США, о чем также свидетельствует местоимение *we*:

*When the other party has been willing to work with me to advance the cause of middle class <...> I've been right there with them. We worked with Republicans and Democrats <...> We had some courageous Republican Senators get involved [450].*

**Микрополе «Country»** объединено гиперсемой «жители страны, население», «страна как территория проживания нации, единой с точки зрения истории, политики, культуры» [300], «отечество» [331] и включает расширения «land», «people».

**Расширение «land»** содержит компоненты с когнитивными признаками, объединенные семой «территория/земля» (the territory occupied by a nation [331]). Синонимический ряд: *land – area, borough, country, county, nation, region, state, (federal) district, territory, province, realm, reservation, tract, motherland, fatherland* [318]. Так, президент говорит о равных возможностях для представителей нации независимо от региона проживания:

*And what I believe unites the people of this nation, regardless of race or region or party, young or old, rich or poor, is the simple, profound belief in opportunity for all* [336].

В своем выступлении в округе Голден, штат Колорадо, президент вспоминает те времена, когда местные жители еще не имели права голоса, но уже были политическим образованием:

*... I am the first President to visit this county <...> That's a long time ago <...> Back then you couldn't even vote. You guys were still a territory. (Laughter.)* [373].

**Расширение «people»** (сема «народ» – «the people who inhabit a territory or state» [331]) представлено лексемами *people – citizens, citizenry, class, community, people race, society, voters, inhabitants, grass roots, electors, populace, public, persons, humans, individuals, folk, men and women, human beings, humanity, mankind, mortals, the human race, Homo sapiens, nation, public, community, subjects, population, residents, populace, tax payers* [318], которые актуализируют как культурно-историческую общность всей страны (*nation*), так и отдельного штата (*community*).

В следующем фрагменте электорального дискурса президент напоминает своим избирателям, что в соответствии с американскими

ценностями именно им принадлежит ведущая роль в избирательном процессе и в системе реформирования в целом (речь идет об успешной, с точки зрения Б.Обамы, реформе системы здравоохранения). Президент подчеркивает, что люди, особенно преклонного возраста, вследствие этой реформы смогут сэкономить \$600 ежегодно:

*The American people rose up, and as a result of what you did, seniors across Florida are saving an average of \$600 every year on prescription drugs. That's because of Obamacare. You did that [365].*

Б. Обама призывает сограждан обеспечить надлежащий уход и заботу за детьми – одну из моральных ценностей народа Америки:

*This is our first task – caring for our children. It's our first job. If we don't get that right, we don't get anything right. That's how, as a society, we will be judged [368].*

Президент говорит о важности общественного взаимодействия и помощи отдельного сообщества и всей нации, имея в виду трагическую гибель 20 детей и 6 взрослых в школе Ньютауна:

*That this job of keeping our children safe, and teaching them well, is something we can only do together, with the help of friends and neighbors, the help of a community, and the help of a nation [368].*

Гендерный паритет виден в том, как Б. Обама говорит о ветеранах армии – представителях американского народа, как мужчинах, так и женщинах:

*Thank you, Secretary Shinseki, for your lifetime of service to our nation, and for being a tireless advocate on behalf of America's veterans, our men and women in uniform [335].*

Обращаясь к избирателям, президент подчеркивает роль граждан в укреплении позиций государства:

*Tonight, this chamber speaks with one voice to the people we represent: it is you, our citizens, who make the state of our union strong [382].*

Б. Обама отмечает, что население может получить помощь в поиске работы:

*..... American Job Center – places where folks can walk in to get the help or training they need to find a new job, or better job [336].*

- дальнейшими расширениями «people» служат «**tribe**» и «**group**».

Первое, мотивированное семей «племя», – это тип этнического сообщества людей, имеющих общее происхождение, язык, веру и традиции. Синонимический ряд: *tribe – clan, family, folk, house, kin, group, kindred, kinship group, nation, order, people, race* [318]. Так, Б. Обама напоминает своим гражданам, что народ Америки объединяет представителей всего мира, а не только одного этноса (*tribe, race*):

*We're not made up of a single tribe or a single religion or a single race.*

*We're a collection of people from all around the world [373].*

- расширение «**group**» мотивировано семей «социальное/культурное объединение жителей страны» [331]. Синонимический ряд: *group – association, circle, crowd, company, gathering, party, concern, league, organization* [318]. Например, президент настаивает на необходимости брать ответственность на себя, а не перекладывать ее на какую-либо социальную группу/ меньшинство:

*We don't think that government can solve all of our problems, but we don't think that government is the source of all of our problems <...> or immigrants, or gays, or any other group we're told to blame for our troubles [406].*

Приведенные примеры свидетельствуют, что отдельные расширения микрополей ЛСП «Nation» устроены по радиально-цепочечному принципу и частично накладываются, образуя зоны пересечений. Суммируя наши данные, компоненты ЛСП «Nation», зафиксированные в идиодискурсе Б. Обамы, можно представить в виде двух микрополей и их расширений (Рис. 2.4.)

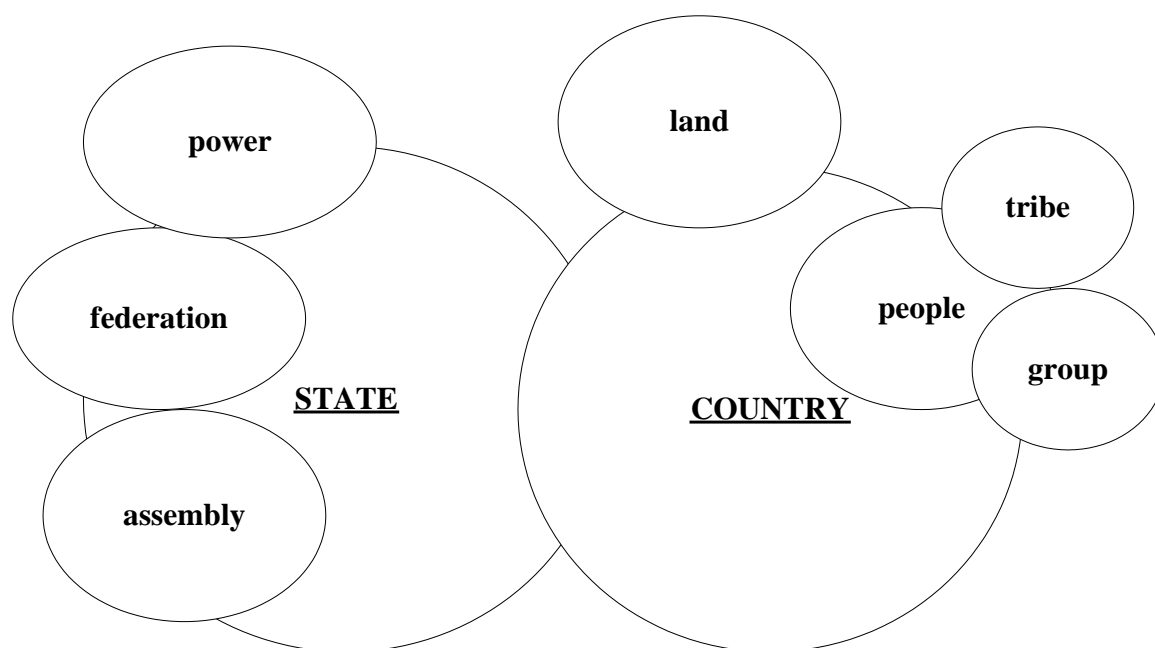


Рис. 2.4. Лексико-семантическое поле «Nation» в дискурсе Б. Обамы

Сравнение номинаций концепта НАЦИЯ в идиодискурсе президента и современном американском дискурсе демонстрирует ряд отличий: по данным лексикографических источников [302; 303; 305; 316; 318; 320; 321; 323 и др.], ЛСП «Nation» в концептосфере американцев шире, чем в идиоконцептосфере Б. Обамы: они имеют два общих микрополя, но в оязыковленной американской концептосфере в микрополе «State» присутствуют расширения *social unit*, *political unit*, *community*, не обнаруженные в президентском идиодискурсе. В когнитивном плане в идиодискурсе Б. Обамы компоненты микрополя «Country», именующие концепт НАЦИЯ, по нашим данным, оказываются более частотны, чем в дискурсе американского

лингвокультурного сообщества (70% и 90% соответственно (см. табл. Б.4., Приложение Б)).

#### 2.4.2. Актуализация концепта НАЦИЯ в дискурсе Барака Обамы.

Лингво-когнитивный анализ идиоконцепта НАЦИЯ показал, что составляющие его смыслы в дискурсе президента представлены посредством концептуальных метафор, корреляты которых принадлежат понятийным группам ЧЕЛОВЕК, ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ, ВМЕСТИЛИЩЕ. Наиболее частотны метафоры первой группы (61% всех примеров актуализации НАЦИЯ) в дискурсе Б. Обамы.

При образовании метафор персонификации в коррелятивном домене ЧЕЛОВЕК высвечиваются его различные составляющие: человек действует, мыслит, воюет, болеет. Соответственно, в результате проекции коррелятивного домена на референтный образуются концептуальные метафоры: НАЦИЯ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬ, НАЦИЯ – ЭТО БИЗНЕСМЕН, НАЦИЯ – ЭТО МЫСЛЯЩИЙ ЧЕЛОВЕК, НАЦИЯ – ЭТО ВОИН, НАЦИЯ – ЭТО БОЛЬНОЙ.

При осмыслении референта НАЦИЯ в терминах человеческих действий и поступков (онтологическая метафора НАЦИЯ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬ) перекрестное картирование коррелята и референта обнаруживает их общие признаки:

– способность давать обещания:

*Nations pledged new resources to help the IAEA (International Atomic Energy Agency) meet its responsibilities [342].*

– способность брать и выполнять / не выполнять обязательства:

*We strengthen our global efforts to ensure that other nations fulfill their responsibilities [397].*

*<...> This was not a day of long speeches or lectures on what other nations must do [342].*

*Those nations that follow the rules will find greater security and opportunity. Those nations that refuse to meet their obligations will be isolated [402].*

– способность объединяться:

*<...> nations come together in a spirit of partnership to embrace our shared responsibility and confront a shared challenge [346].*

– способность решать проблемы / справляться с трудностями:

*What I think it signifies is the fact that so many of the challenges that we face internationally can't be solved by one nation alone [399].*

– способность стабилизировать свое государство:

*Together with our European allies, we have urged an end to the violence and encouraged Ukrainians to pursue a course in which they have stabilized their country, forge a broad-based government and move to elections this spring [421].*

– способность торговать / вести бизнес (НАЦИЯ – ЭТО БИЗНЕСМЕН):

*In California, for example, a state operating its own marketplace, more than 15,000 Americans are enrolling every single day [337].*

Перекрестное картирование коррелята ЧЕЛОВЕК и референта также высвечивает такие их общие признаки, как умение мыслить, давать оценки и возможность выражать осуждение и т.п. (метафора НАЦИЯ – ЭТО МЫСЛЯЩИЙ ЧЕЛОВЕК). В частности:

– способность выражать осуждение действиям других стран:

*And just days after the world came to Russia for the Olympic games, it would invite the condemnation of nations around the world [421].*

– способность поддерживать политику своего правительства:

*Vice President Biden just spoke with prime minister – the prime minister of Ukraine to assure him that in this difficult moment, the United States supports his government's efforts and stands for the sovereignty, territorial integrity and democratic future of Ukraine [421].*

Высвечивание в коррелятивном домене свойств человека, ведущего военные действия, образует когнитивную метафору НАЦИЯ – ЭТО ВОИН. В дискурсе Б. Обамы перекрестное картирование коррелята и референта акцентирует способность НАЦИИ:

– держать оружие:

*Finally, this day demonstrates the determination of the United States and Russia – the two nations that hold over 90 percent of the world's nuclear weapons [344].*

– вести военные действия:

*However, we are now deeply concerned by reports of military movements taken by the Russian Federation inside of Ukraine [421].*

Перекрестное картирование коррелятов из домена ЧЕЛОВЕК на референт НАЦИЯ высвечивает общие признаки – симптомы болезни человека (метафора НАЦИЯ – ЭТО БОЛЬНОЙ). Так, НАЦИЯ в идиодискурсе Б. Обамы наделяется способностью иметь болезненную зависимость (от нефти):

*Our nation's addiction to oil [429].*

В когнитивных метафорах структурного типа, образованных в результате перекрестного картирования **коррелятивной группы ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ** на абстрактный референт НАЦИЯ, выявляются их общие признаки с конкретным коррелятом АРТЕФАКТ, в частности:

– подобно АРТЕФАКТУ НАЦИЯ может находиться в упадке:

*<...> when we hear folks say that somehow this Nation is in decline, they are dead wrong [366].*

– АРТЕФАКТ и НАЦИЮ можно продвинуть (НАЦИЯ – ЭТО ОБЪЕКТ ПРОДВИЖЕНИЯ):

*Abraham Lincoln <...> moved a nation and helped free a people [361].*

– АРТЕФАКТ и НАЦИЯ могут подвергаться трансформации (НАЦИЯ – ЭТО ОБЪЕКТ ТРАНСФОРМАЦИИ):

*Let us begin this hard work together. Let us transform this nation [361].*

**Коррелятивная группа** онтологических метафор НАЦИЯ – ЭТО **ВМЕСТИЛИЩЕ** наделяет абстрактный референт НАЦИЯ когнитивными признаками коррелята, имеющего пространственные измерения:

– НАЦИЯ способна служить **ВМЕСТИЛИЩЕМ** для всех граждан (НАЦИЯ – ЭТО ПОМЕЩЕНИЕ):

<...> *we live in the greatest nation on Earth* [362].

Обнаруженные когнитивные метафоры, с одной стороны, раскрывают идиоконцептосферу президента Америки, а с другой, стимулируют воздействие его дискурса на аудиторию. Наши данные представлены в табл. 2.4.

Таблица 2.4.

**Когнитивные метафоры НАЦИЯ в президентском дискурсе Б. Обамы  
2007-2016 гг.**

<i>Метафорические группы</i>	<i>Когнитивные метафоры</i>	<i>%</i>
<b>Коррелятивная группа ЧЕЛОВЕК</b>		61 %
НАЦИЯ – ЭТО ЧЕЛОВЕК	НАЦИЯ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬ; НАЦИЯ – ЭТО БИЗНЕСМЕН; НАЦИЯ – ЭТО МЫСЛЯЩИЙ ЧЕЛОВЕК; НАЦИЯ – ЭТО ВОИН; НАЦИЯ – ЭТО БОЛЬНОЙ;	
<b>Коррелятивная группа ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ</b>		21 %
НАЦИЯ – ЭТО ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ	НАЦИЯ – ЭТО ОБЪЕКТ ПРОДВИЖЕНИЯ; НАЦИЯ – ЭТО ОБЪЕКТ ТРАНСФОРМАЦИИ;	
<b>Коррелятивная группа ВМЕСТИЛИЩЕ</b>		18 %
НАЦИЯ – ЭТО ВМЕСТИЛИЩЕ	НАЦИЯ – ЭТО ПОМЕЩЕНИЕ;	
Итого		100 %

Как видно из таблицы 2.4, среди коррелятивных доменов, которые Б. Обама привлекает для осмысления референта НАЦИЯ, наибольшим метафорическим потенциалом наделен домен ЧЕЛОВЕК (наивысшая частотность (61%) и наибольшее распределение значений), а наименьшим – ВМЕСТИЛИЩЕ.

## Выводы по второй главе

1. Дискурсообразующими для Б. Обамы служат концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ и НАЦИЯ, которые в идиодискурсе президента демонстрируют свои свойства как идеологемы.

2. Номинативное пространство ЗДРАВООХРАНЕНИЕ организовано в виде ЛСП «Healthcare», которое интегрировано архисемой, заданной именем концепта *healthcare* (n.), и дифференцировано гиперсемами, профилированными в пределах субдоменов ЛЕЧЕНИЕ и МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ. Оно объединяет три радиально-цепочечные микрополя их дальнейшие разветвления. Микрополе «Medicine» объединено гиперсемой «медицина / лечение» и имеет три расширения, мотивированные соответствующими семами: «preventive medicine», «therapy», «rehabilitation»; микрополе «Health» объединено гиперсемой «здоровье, отсутствие патологии» и подразделяется на «physical health», «mental health»; микрополе «Medical insurance» объединено гиперсемой «медицинское страхование» и имеет два расширения «medicare», «medicaid».

Переносные средства номинации ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в идиодискурсе Б.Обамы включают когнитивные метафоры, структурированные с помощью коррелятивных групп ЧЕЛОВЕК, ВОЙНА, ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ. Перекрестное картирование конкретных значений этих групп на абстрактный референт ЗДРАВООХРАНЕНИЕ формирует метафоры: ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО СЛАБЫЙ ЧЕЛОВЕК/ДОЛГОЖИТЕЛЬ/ ВРАГ; ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ХРУПКИЙ ПРЕДМЕТ.

3. Номинативное пространство концепта ЭКОНОМИКА структурировано в виде ЛСП «Economy» с доминантой – лексемой *economy* (n.). Оно интегрировано архисемой «экономика» и дифференцировано тремя гиперсемами, которые профилируются в пределах субдоменов ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА, УПРАВЛЕНИЕ. БЕРЕЖЛИВОСТЬ. ЛСП объединяет три радиально-цепочечные микрополя их дальнейшие разветвления.

Микрополе «Economic system» – гиперсема «экономический строй/система»; два расширения «branch (of economic system)», «type (of the economic system)»; микрополе «Management» – гиперсема «управление»; расширения «regulation» и «economic doctrine»; микрополе «Frugality» объединено гиперсемой «бережливость» и охватывает расширения «thrift», «saver», «prosperity».

ПЕРЕНОСНЫЕ средства номинации концепта ЭКОНОМИКА (референта) в идиодискурсе Б.Обамы включают когнитивные метафоры – результат перекрестного картирования на референт элементов коррелятивных групп ЧЕЛОВЕК, РАСТЕНИЕ, ВМЕСТИЛИЩЕ и ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ.

4. Номинативное пространство концепта БЕЗОПАСНОСТЬ структурировано ЛСП «Security» с доминантой – лексемой *security* (n.). Оно интегрировано архисемой «безопасность» и дифференцировано тремя гиперсемами: «физическая безопасность», «финансовая безопасность» и «психологическая безопасность», которые соответствуют трем микрополям: микрополе «Physical security» объединено гиперсемой «физическая безопасность», и охватывает расширения «safety», «peace», «shelter» и «protection»; микрополе «Financial security» соответствует гиперсеме «финансовая безопасность» и охватывает расширения «insurance» и «possession»; микрополе «Mental security» соответствует гиперсеме «психологическая безопасность» и включает расширения «confidence», «calmness».

Концепт БЕЗОПАСНОСТЬ в идиодискурсе Б. Обамы актуализирован когнитивными метафорами, образованными в результате перекрестного картирования этого референта и членов коррелятивных групп ЧЕЛОВЕК, ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ и ВМЕСТИЛИЩЕ. Их общие признаки формируют когнитивные метафоры: БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ ЧЕЛОВЕК/СПОРТСМЕН/НАЧАЛЬНИК; БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО ЖЕРТВА; БЕЗОПАСНОСТЬ – ЭТО КЛИН и т.д.

5. Номинативное пространство концепта НАЦИЯ образует ЛСП «Nation» с доминантой – лексемой *nation* (n.) интегрировано архисемой «нация» и дифференцировано двумя гиперсемами: «государство» и «страна». ЛСП «Nation» объединяет два микрополя: микрополе «State» объединено гиперсемой «государство» и включает расширения «power», «federation», «assembly»; микрополе «Country» объединено гиперсемой «жители страны, население», «страна как территория проживания нации, единой с точки зрения истории, политики, культуры» и включает расширения «land», «people».

Когнитивные метафоры, которые актуализируют концепт НАЦИЯ образованы перекрестным картированием свойств референта и членов коррелятивных групп ЧЕЛОВЕК, ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ, ВМЕСТИЛИЩЕ. В идиодискурсе президента обнаружены когнитивные метафоры: НАЦИЯ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬ/МЫСЛЯЩИЙ ЧЕЛОВЕК/ВОИН/БОЛЬНОЙ; НАЦИЯ – ЭТО АРТЕФАКТ и др.

6. ЛСП всех анализируемых концептов в дискурсе Б. Обамы присуща размытость границ; отдельные расширения их микрополей частично накладываются одно на другое, образуя зоны пересечений и постепенных переходов.

7. В идиоконцептосфере Б. Обамы концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ демонстрируют более узкий набор лексических средств номинации в его дискурсе и меньшую разветвленность значений по сравнению с общенациональной оязыковленной концептосферой американцев.

Основные положения данной главы отражены в следующих публикациях автора: [68; 71; 72; 73; 74; 163; 165].

### **ГЛАВА 3.**

## **СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК ПРЕЗИДЕНТСКОГО ДИСКУРСА БАРАКА ОБАМЫ**

Дискурсообразующие концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ и НАЦИЯ актуализированы в различных стратегиях президентского дискурса Б. Обамы. Хотя глобальные стратегии этого персуазивно-манипулятивного дискурса разграничены по принципу ведущих интенций на кооперативные и конфронтационные, локальные стратегии и тактики способны пересекаться, т.е. они обнаруживаются как в кооперативном, так и в конфронтационном дискурсе: «в динамическом коммуникативном пространстве может происходить комбинация коммуникативных стратегий / тактик: одно и то же явление может быть охарактеризовано как стратегия либо тактика в пределах другой стратегии [191].

Воплощение отдельных локальных интенций достигается за счет использования различных лингво-психологических механизмов, т.е. операций над сознанием аудитории. В ходе реализации каждой стратегии актуализируются те или иные концепты-идеологемы политического дискурса. Этому служат как определенные прямые и переносные языковые средства, так и сопровождающие их невербальные и экстралингвистические средства. Данная глава посвящена выявлению локальных стратегий, актуализирующих дискурсообразующие концепты в дискурсе Б. Обамы, их вербальных и невербальных характеристик.

### **3.1. Вербальные и невербальные средства реализации кооперативных стратегий и тактик дискурса Б. Обамы**

По нашим данным, глобальная кооперативная стратегия дискурса Б. Обамы воплощается в локальных стратегиях и их тактиках, включающих:

1. политическую агитацию: (тактики обещания, призыва/побуждения);
2. стратегию аргументации: (тактики самопрезентации, отождествления, иллюстрации);
3. стратегии манипулятивной кооперации: (тактики ценностной ориентации адресата, тактику воодушевления и надежды, тактику умиротворения оппонента).

**3.1.1. Стратегия политической агитации.** Президентский дискурс является частью политической агитации в целом. Как отмечает Е.И. Шейгал, агитация – это одна из основных функций и стратегий политического дискурса, ее цель – борьба за власть [210, с. 34].

В публичной агитации еще Аристотель выделил две разновидности: «склонять или отклонять» [7, с. 25]. Стратегия агитации раскрывает полемичность политического дискурса – вербальную и невербальную театрализованную агрессию, направленную на переубеждение, навязывание ценностей и оценок гражданам общества [59, с. 36].

Основная цель агитационной стратегии президентского дискурса – «воздействовать на поступки слушателей, чтобы побудить их к совершению определенного действия» [145, с. 173]. В дискурсе Б. Обамы агитационная стратегия, как правило, реализуется тактиками обещания и призыва/побуждения адресата к действию.

**3.1.1.1. Тактика обещания.** В политическом дискурсе глобальная интенция кооперации, воплощенная через локальную интенцию агитации, достигается тактикой обещания за счет создания у аудитории позитивного образа духовного/физического благополучия путем внедрения значимых для народа ценностей и обещания их практического достижения. В президентском дискурсе Б. Обамы тактика обещания актуализирует ключевые концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ и НАЦИЯ.

Языковыми маркерами тактики обещания Б. Обамы служат лексические единицы со значением обещания (*promise*).

Знаки невербалики демонстрируют устойчивую функциональную связь с вербальной коммуникацией [175, с. 86] и в идиодискурсе президента сводятся, в основном, к движениям руки или головы (в терминологии Н.В. Петлюченко – «речесопровождающими жестами»): это *кивание головой, движение двух рук, сжатый кулак, взмах правой руки, движение указательного пальца, O-образный жест* [146, с. 184]).

Кинетическая составляющая стратегии обещания отражена в жесте *сложенные вместе руки* на кафедре во время выступления; такой жест символизирует лояльность политика к аудитории, напротив жест *сжатый кулак* означает силу, власть [177]. Так, Б. Обама говорит о ценностях, переданных от своих бабушки и дедушки, – это ценность НАЦИЯ, которая с триумфом победила Великую депрессию (концепт ЭКОНОМИКА (*put a little away*)) и фашизм. Здесь концепт НАЦИЯ актуализирован посредством когнитивной метафоры-персонификации в ее разновидности НАЦИЯ – ЭТО ТРИУМФАТОР. Свое обещание Б. Обама сопровождает жестами, зафиксированными на видео (здесь и далее языковые маркеры стратегий/тактик подчеркнуты, номинации концептов и метафоры выделены жирным шрифтом):

*(Руки сложены вместе) The two of them shared the optimism of a **nation that had triumphed** (сжатый кулак) **over a depression and fascism.** They understood they were part of something larger; that they were contributing to a story of success that every American had a chance to share – the basic American promise that if you worked hard, you could do well enough to raise a family, own a home, send your kids to college, and put a little away for retirement [401, 427].*

В следующем примере электорального дискурса для введения условных придаточных предложений Обама использует союз «when» / «когда», а не союз «if» / «если», поскольку «if» предполагает

альтернативу, а «*when*» – уже решенный вопрос и отличается степенью уверенности в том, что говорящий будет избран президентом. Тем самым подобный союз служит способом скрытого воздействия на сознание адресата (манипулирования). Концепт ЭКОНОМИКА номинирован прямо (*spending money*), а концепт НАЦИЯ – с помощью концептуальной онтологической метафоры СРЕДНИЙ КЛАСС – ЭТО ПРЕДМЕТ, который должен войти в колею (*on track*) после реформы целевого налогообложения (*earmark reform*). Эта метафора создает позитивный имидж президента в сознании аудитории, ассоциируя его с экономическими изменениями в лучшую сторону.

Невербальный компонент в данном фрагменте выступления Б. Обамы – жест «щепотка соли» [175, с. 204], когда *кончики большого и указательного пальцев соединены, остальные пальцы разведены и подняты вверх*. Такое положение пальцев руки служит акцентированию важного для оратора смысла [79], ситуативно усиливает его харизматичность, в частности, Б. Обама расставляет акценты, говоря о разумном распределении бюджетных средств:

*We need earmark reform. And when I'm president (жест «щепотка соли»), I will go line by line to make sure that we are not **spending money unwisely**. But the fact is that eliminating earmarks alone is not a recipe for how we're going to **get the middle class back on track** [332; 428].*

Проведенный анализ концептов президентского дискурса дает возможность выделить среди них конкретные и абстрактные. Так, Б. Обама осознанно разграничивает свои обещания на долгосрочные, не конкретизируя сроки и средства реализации задуманного, и привязанные к конкретным срокам, цифрам, результатам в сфере безопасности, социальной и экономической сферах. По тематическому параметру в предвыборном дискурсе Б. Обамы обнаружены:

1. Конкретные обещания, относящиеся к определенным проблемам, которые будущий президент намеревается решить сам (или с помощью своей

команды), акцентируя внимание на когнитивных признаках ключевых концептов:

- концепта ЭКОНОМИКА (минимизация топливной зависимости, увеличение минимальной зарплаты, финансовые штрафы);
- концепта ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (план реформ в сфере здравоохранения);
- концепта БЕЗОПАСНОСТЬ (вывод войск из Ирака, развертывание дополнительных военных сил в Афганистане, создание Программы по вопросам коллективной безопасности);

## 2. Абстрактные обещания:

- концепт НАЦИЯ (сфера ответственности и вопросы образования);
- концепт БЕЗОПАСНОСТЬ (противостояние террористическим группировкам в целом).

Рассмотрим примеры предвыборных речей, основанные на конкретных обещаниях. Так, Б. Обама собирается уменьшить топливную зависимость и снизить выбросы углерода. Президент делает акцент на количестве используемого населением автотранспорта и топлива и обещает, что к 2020 году будет наблюдаться значительная топливная экономия. Тем самым он актуализирует концепт ЭКОНОМИКА (*save*). Образная составляющая концепта раскрывается в онтологической метафоре-персонификации ПРЕДЛОЖЕНИЯ – ЭТО ЭКОНОМНЫЙ ЧЕЛОВЕК, который способен сэкономить 2,5 миллиона баррелей нефти. Данное высказывание сопровождается жестом *ладони, нацеленные сперва себе на грудь, раскрываются и выбрасываются вперед и вверх в сторону собеседника* (такой жест, по мнению исследователей воодушевляет аудиторию [105]).

С точки зрения просодики дискурс Б. Обамы характеризует низкий тембр голоса как показатель спокойствия. В следующем примере *тембр его голоса низок* и слова звучат доверительно и уверенно, что свидетельствует о стремлении Б. Обамы вселить надежду на фактическую реализацию его предвыборного обещания и образует «семиотический кластер, комплекс» (терминология И. И. Серяковой [175, с. 82]) с жестом *раскрытые ладони*:

(раскрытые ладони, нацеленные на грудь, выбрасываются вперед в сторону собеседника) *I will reduce our oil dependence and our carbon emissions by focusing on two of their major causes - the cars we drive and the fuels we use.* (Понижение тембра речи) *By 2020, these proposals would save us 2.5 million barrels of oil per day* [385; 429].

Когда Б. Обама говорит о своем намерении увеличить минимальную заработную плату, его голос понижается больше обычного. Принято считать, что низкий тембр голоса более комфортен для слухового восприятия, тогда как высокие тона, вызывают у человека тревожность [214], что обеспечивает комфортное восприятие и вызывает чувство доверия у аудитории. В следующих высказываниях актуализирован концепт ЭКОНОМИКА (*minimum wage, income*) в форме когнитивной метафоры ДОХОД – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который ежегодно «поднимает» миллионы американцев из бедности. Тем самым метафора формирует в сознании народа Америки позитивную ассоциацию роста доходов с кандидатом в президенты Б. Обамой и его командой:

*One of the most successful anti-poverty programs in history has been the Earned Income Tax Credit (понижение тембра речи) - additional income that lifts nearly 5 million Americans out of poverty every year. As President, I will double minimum wage for the number of single workers from the \$175 they get today to \$555* [380; 430].

Для тактики обещания характерно использование жеста *указательный палец поднят, а большой палец касается кончика среднего пальца*, что символизирует акцентирование [79]. Так, будущий президент США от первого лица дает обещание, маркированное глаголом *promise*, подписать план реформ здравоохранения и подчеркивает, что он намеревается это сделать в течение первого срока своего президентского правления. Воздействующий потенциал тактики обещания усиливает когнитивная метафора ВМЕСТИЛИЩА с упоминанием каждого (*every*) американца:

программа ЗДРАВООХРАНЕНИЯ (*health care plan*) – ЭТО УКРЫТИЕ, которое защитит всех граждан:

*And I promise you this – (указательный палец поднят, а большой палец касается кончика среднего пальца) I will sign a universal **health care plan that covers every American** by the end of my first term in office as your President. Count on it [387; 431].*

Тактика обещания актуализирует концепт БЕЗОПАСНОСТЬ (*troops*) в выступлении «Война, которую мы обязаны выиграть» 2007 года. Б. Обама обещает воплотить в жизнь свой план по выводу войск из Ирака, сопровождая слова *взглядом вверх и влево*. Такое положение глаз означает, что «человек фантазирует, придумывает картинку, конструирует новый образ» [169]:

*I introduced a **plan in January** (взгляд вверх и влево) **that would have already started bringing our troops out of Iraq**, with a goal of removing all combat brigades by March 31, 2008 [381; 432].*

Используя такой жест, как *поднятый указательный направленный в сторону аудитории*, что способствует концентрации внимания аудитории, Обама обещает (*I would deploy*) отправить дополнительные войска в Афганистан для борьбы с террористами. Концепт БЕЗОПАСНОСТЬ актуализирован как именем отдельного концептуального признака (*counter-terrorism*), так и через номинацию другого признака – *NATO* (метонимический перенос «организация – вместо членов этой организации», которая прилагает усилия к урегулированию военных вопросов):

*(поднятый указательный направлен в сторону аудитории) I would deploy at least two additional brigades to Afghanistan to re-enforce our **counter-terrorism** operations and support **NATO's efforts against the Taliban** [381; 432].*

Гарантии безопасности в дискурсе и в действиях президента очень важны для граждан США. Б. Обама использует тактику обещания (*I will create*), уверяет граждан в создании Программы Коллективной Безопасности,

подкрепляя свои слова голосовыми акцентами и замедлением темпа речи. Учеными доказано, что «скорость речи зависит от темперамента индивида» [178]. Б. Обама присущ спокойный, флегматичный темперамент (Ср.: «он очень спокоен (cool)» [286]) и его просодика создает речевой имидж решительного и уверенного в себе человека, харизматичного лидера, который способен побороть террор:

*(голосовые акценты и замедление темпа речи) **I will create a Shared Security Partnership Program to forge an international intelligence and law enforcement infrastructure to take down terrorist networks from the remote islands of Indonesia, to the sprawling cities of Africa (голосовые акценты). This program will provide \$5 billion over three years for counter-terrorism cooperation with countries around the world** [381; 432].*

В случаях, когда речь идет о проблемах, решение которых невозможно в данный момент, Обама использует обещания абстрактного порядка. Для таких обещаний характерно использование жеста типа «щепотка соли», что символизирует созерцание, размышление, акцентирование [79]. Так, аргументируя свое мнение о состоянии дел в стране, Б. Обама – будущий президент говорит об индивидуальной ответственности и обещает уделить особое внимание формированию коллективной ответственности в мире. При этом концепт НАЦИЯ актуализирован метонимически (перенос → НАЦИЯ → правительство → *Washington*):

*But just as we have individual responsibilities, at the dawn of the 21st century we also have a collective responsibility. (кончики большого и указательного пальцев соединены, остальные пальцы разведены и подняты вверх) **This responsibility is one that's been missing from Washington for far too long - a responsibility I intend to take very seriously as President** [380; 430].*

В целом, в кооперативном дискурсе тактика обещания актуализирует все ключевые концепты-идеологемы, она маркируется лексически (глаголами обещания), грамматически (условными придаточными предложениями) и

сопровождается, как правило, кинесически (жестами: *движения раскрытых ладоней, «щепотка соли»*) и просодически: понижением тембра, замедлением темпа речи.

**3.1.1.2. Тактика призыва/побуждения.** Тактика обещания связана с тактикой призыва/побуждения к действию. Для политического дискурса в целом характерно «осуществление акта убеждения, перетягивания оппонентов на свою сторону», побуждение адресата действовать [175, с. 177]. Тактика призыва/побуждения в дискурсе «обычно следует после обещаний <...> и завершает текст выступления» [145], подкрепляя образ харизматичного вождя.

Призыв в трактовке А. Н. Баранова – это «речевой акт, обращенный к адресату с целью побудить его выполнить некоторые действия» [16, с. 420]. При этом призыв есть частью «общественно-политической коммуникации», а «говорящий и адресат являются субъектами» политической деятельности [16].

Призыв нередко определяется через апелляцию – «обращение с просьбой, обращение к общественному мнению», хотя сама апелляция есть разновидностью призыва [16, с. 425]. Среди различных типов призывов: призыв-лозунг, призыв-апелляция, призыв-воззвание и призыв-обращение [16, с. 422-431]. По нашим данным, в президентском дискурсе Б. Обамы превалирует призыв-обращение как «сложный речевой акт в рамках общественно-политической коммуникации, который предназначен для конкретного адресата – общества <...> с целью побудить его выполнить действие» [16, с. 430]. В президентском дискурсе Б. Обамы тактика призыва маркируется глаголами в форме повелительного наклонения *let's...*, конструкцией *It's time to...*, после которых следуют конкретные призывы и побуждения.

В тактике призыва «агитация основана на эмоциональном внушении» [210, с. 39] позитивного либо негативного плана. В дискурсе Б. Обамы

тактика призыва-лозунга, по нашим данным, не превышает 8 % из общего числа высказываний. Так, в своей предвыборной кампании Обама использовал призывы-лозунги, дающие надежду на позитивные изменения жизни американского народа «*change we can believe in*», «*yes we can*», «*hope*», «*bend over*» (стараться изо всех сил). По мнению Е. И. Шейгал, «слова-лозунги предназначены для выдвижения на передний план в агитационных целях актуальных политических реалий». Они выполняют «агитационно-пропагандистские задачи на относительно постоянной основе, находясь в поле зрения электората достаточно длительное время» [210, с. 144].

Среди призывов эксплицитное побуждение к действию занимает, по нашим данным, лидирующее место (65 %) в дискурсе предвыборной агитации Б. Обамы 2007 и 2012 годов [361; 391; 378; 362; 363]. Тематика предвыборных призывов соответствует основным дискурсообразующим концептам: ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ. Поскольку фокус призывов и побуждений в предвыборном дискурсе Б. Обамы сосредоточен на проблемах здравоохранения, экономики и безопасности, концепт НАЦИЯ присутствует в его высказываниях имплицитно, т.к. все обращения президента направлены к американскому народу.

В следующем примере тактика призыва реализована эксплицитно (маркер *It's time to...*); она раскрывает позиции Б. Обамы как приверженца реформы здравоохранения и объединения представителей бизнеса, демократических и республиканских сил для модификации системы страхования населения и работы фармацевтических компаний. Жестовое сопровождение высказывания подтверждает намерения президента объединить силы – его *ладони как будто зачерпывают воздух на уровне грудной клетки*, что означает сплочение [177]. Концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (*health care*) и НАЦИЯ (*unions*) актуализируются посредством метафорических моделей СТРАХОВЫЕ / МЕДИЦИНСКИЕ КАМПАНИИ – ЭТО ЛЮДИ, которые сидят за столом:

*It's time to turn the page on health care – (ладони словно зачерпывают воздух на уровне грудной клетки) to bring together unions and businesses, Democrats and Republicans, and to let the insurance and drug companies know that while they get a seat at the table, they don't get to buy every chair* [387; 431].

Используя тактику призыва, Б. Обама ускоряет темп речи и его голос становится более хриплым (подобный ритм и тембр схож с манерой выступления рок музыкантов либо ведущих на праздниках). Исследователи отмечают, что скорость речи влияет на настроение аудитории, а хриплые ноты в голосе привлекают противоположный пол [168], формируют образ ситуативного харизматика.

Во время выступления руки президента нередко остаются в покое, в произвольном положении вдоль туловища, что свидетельствует о его спокойствии (ср: «если при опущенных вдоль тела руках стоящий человек держит спину прямо, это свидетельствует о том, что он спокоен и уверен в себе» [139]). Обама, как правило, опирается обеими руками на кафедру, за которой он выступает, наклоняется в сторону аудитории, создавая эффект переноса ответственности на Американский народ.

Пользуясь средствами воодушевления аудитории, что характерно для харизматика, Б. Обама занимает центристскую позицию. Стремясь объединить демократов и республиканцев в своих целях, он проявляет себя как *харизматик-центрист* – тип личности, направленный на консолидацию правящих сил государства, на повышение своих рейтинговых показателей и объединение общества как своих потенциальных избирателей:

*«We are at a rare moment of growing consensus among Democrats and Republicans»* [385],

*«It's time <...> to bring together unions and businesses, Democrats and Republicans»* [387].

В следующем примере актуализированы концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (*health care*) и НАЦИЯ, последний представлен когнитивной метафорой

персонификации, ее разновидностью ПОКОЛЕНИЕ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который способен разговаривать. Сам призыв обращен к народу Америки – поддержать план президента по реформе здравоохранения:

*(ускоряет темп речи) Let's be the **generation that says right here, right now**, (руки президента остаются в покое) *that we will have universal **health care** in America by the end of the next president's first term* [361; 433].*

Замедляя темп речи и произнося слова тише обычного, Б. Обама говорит о проблемах экономики, актуализируя отдельные концептуальные признаки ЭКОНОМИКА, образно представленные метафорической моделью КАМПАНИЯ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который обещает прибыль:

*(Замедляя темп речи) Let's protect the hard-earned **benefits their companies have promised*** [361; 433].

Призывы к переформатированию экономической сферы как опоры, на которой базируются все пункты предвыборной программы Б. Обамы, сопровождает семиотический инструмент визуального канала связи – взгляд. Поочередно *направляя взгляд то в левую, то в правую сторону* говорящий направляет свои слова всей аудитории. Умение Обамы-оратора искусно использовать установление визуального контакта с аудиторией отмечает У. Джентри [245]. При этом, добавляет И.И. Серякова, его визуально-просодическая ораторская манера существенно усиливает воздействие его дискурса: президент поочередно устанавливает зрительный контакт со всеми частями зала, что упрочивает его воздействие на аудиторию [175, с. 207]. В следующем примере высказывание президента сопровождается кинесика: *руки находятся на среднем уровне, ладони раскрыты и направлены на аудиторию* – «знак честных намерений» [139]. Задействованная метафорическая модель ЭКОНОМИКА – ЭТО АРТЕФАКТ, предмет, которому можно придать необходимую форму, вместе с жестовым

оформлением способствует созданию спокойной и доверительной обстановки общения президента с аудиторией:

(жест раскрытых и направленных к аудитории ладоней) *Let us be the generation that **reshapes our economy** (направление взгляда на аудиторию) to compete in the digital age* [361; 433].

Концепты НАЦИЯ и БЕЗОПАСНОСТЬ актуализированы в призывах как метонимически (*America* вместо НАЦИЯ), так и лексемами – номинациями отдельных концептуальных признаков БЕЗОПАСНОСТИ (*peace*), Концепт БЕЗОПАСНОСТЬ представлен когнитивной метафорой ВОЙСКА – ЭТО АРТЕФАКТ (интегративное пространство метафорического переноса – предмет, который можно принести/вернуть домой). Произнося эти слова, Б. Обама делает жестовые акценты кистью левой руки, фокусируя внимание аудитории на своих призывах к миру:

*America, it's time (движение руки) to start **bringing our troops home**. It's time <...> to come to the table and find **peace*** [361; 433].

В следующих примерах Б. Обама апеллирует к различным составляющим концепта БЕЗОПАСНОСТЬ: финансовая безопасность (*prosperity*), физическая безопасность (*safe*). Концепт НАЦИЯ представлен двумя разновидностями когнитивной метафоры-персонификации: в первом случае ПОКОЛЕНИЕ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который может гарантировать рабочим процветание, а во втором – ее разновидность ПОКОЛЕНИЕ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который может покончить с бедностью. Одновременно его *голос становится тише и темп замедляется* (показатель неуверенности, спокойствия либо усталости Б. Обамы), а жест *вытянутый указательный палец* акцентирует концепты-идеологемы:

(понижение темпа и тембра речи) *Let's be the generation that ensures our nation's workers are sharing in our prosperity* [361; 433].

*Let's be the generation (вытянутый указательный палец) that ends poverty in America. Every single person willing to work should be able to get job training that leads to a job, and earn a living wage that can pay the*

*bills, and afford child care so their kids have a **safe** place to go when they work. Let's do this [361; 433].*

В слудующей ситуации Б. Обама намеренно *замедляет темп речи и опускает руки вдоль туловища*, чем демонстрирует подавленность и скорбь, а также неуверенность либо спокойствие. Вербальная составляющая высказываний президента фокусирует внимание аудитории на трагических событиях 11 сентября и призывает к совместным действиям, направленным на обеспечение безопасности. Концепты НАЦИЯ и БЕЗОПАСНОСТЬ актуализируются посредством лексем – номинаций (*keep country safe*) и метанимической модели ПОКОЛЕНИЕ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который никогда не забудет трагические события; (метонимия – целое вместо части (Generation вместо Person) и метафора ПОКОЛЕНИЕ – ЭТО НЕЗАБЫВАЮЩИЙ ЧЕЛОВЕК). При этом имеет место образное переключивание ответственности за обеспечение безопасности в стране на народ Америки:

*(замедление темпа речи, руки вдоль туловища) Let's be the **generation that never forgets** what happened on that September day <...> we can work together to keep our **country safe** [361; 433].*

В целом, среди тактик призыва в президентском дискурсе Б. Обамы преобладают призывы-обращения, которые объективируют дискурсообразующие концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА БЕЗОПАСНОСТЬ и НАЦИЯ. Целям персуазивного и аргументативного воздействия служат конструкции типа: *It's time...*, *let's...* и глаголы повелительного наклонения; в качестве речесопровождающих жестов доминируют положения *рук вдоль туловища, жесты ладоней, положение взгляда*, а в просодике – *понижение тона и замедление темпа речи*.

**3.1.2. Аргументативные стратегии и тактики дискурса Барака Обамы.** Аргументация реализует интенцию – изменить убеждения другой стороны (аудитории) [306]. Аргументация, по словам Ф. ван Еемерена, это

«вербальная, социальная и рациональная деятельность, целью которой является убеждение разумной личности в истинности тезиса с помощью совокупности утверждений, которые либо доказывают, либо опровергают тезис» [65, с. 34].

Когнитивная теория аргументации «основывается на определении процесса языковой коммуникации» [84, с. 22] как «передаче знаний от одного участника ситуации общения к другому» [14, с. 120]. Стратегия аргументации трактуется как «выбор того, «что сказать» и того, «где сказать это» [84, с. 49].

Политическая пропаганда, как подчеркивает Е.И. Шейгал, «действует через аргументацию, оперирование фактами, рациональное убеждение» [210, с. 49]. При этом аргументация – интеллектуальная деятельность, включенная «практически во все сферы жизни человека, связанные с потребностью убеждения адресата в необходимости принятия выдвигаемого тезиса» [145, с. 151]. Аргументация определяется как «разновидность коммуникативной деятельности, направленной на убеждение адресата при помощи аргументов (где аргумент – это средство убеждения, имеющее речевую форму выражения и апеллирующее к мыслительным способностям адресата и его личностным ценностям)» [145, с. 151]. Убеждение – одна из стратегических задач аргументации, направленная на трансформацию концептосферы адресата и тем самым контролирующая его сознание [150]. Так, по определению А. Н. Баранова, аргументация (в том числе эмоциональная аргументация предвыборного дискурса [86]) предстает как «способ речевого воздействия на адресата с помощью тезисов и аргументов, в результате которого в модель адресата вводятся новые знания с целью <...> влияния на процесс принятия <...> решений» [16, с. 250].

В целом, аргументативная стратегия в президентском дискурсе Б. Обамы содержит в себе набор реализующих ее тактик: самопрезентации, отождествления и тактику иллюстрации.

**3.1.2.1. Тактика самопрезентации** типична для американской «индивидуалистической» культуры: «в индивидуалистических культурах осуществляется идиоцентрическая социализация личности; <...> члены таких обществ ценят личную автономию, соревновательность, самодостаточность...» [295, с. 130]. Тактика самопрезентации воплощает одну из главных задач харизматичного политического лидера – задачу «понравиться народу» [145, с. 66] и служит средством формирования его имиджа в ходе политической борьбы за получение/удержание власти.

Имидж – «это стереотип человека, закрепившийся в массовом сознании. Он призван в концентрированной форме отражать суть человека или партии» [157, с. 18]. По мнению Г.Г. Почепцова, люди имеют «публичное «Я», за которым иногда может скрываться иное «Я»» то есть имидж «представляет собой обращенное вовне «Я» человека, так называемое его публичное «Я» [157, с. 545].

Создание имиджа в политическом дискурсе – самостоятельная коммуникативная задача [88, с. 75]. Созданию собственного *позитивного* имиджа политика служит, по мнению Л.Л. Славовой, стратегия самопрезентации [179, с. 25]. С позиции речевой коммуникации, «самопрезентация – это эмоциональная «самоподача» оратора, косвенная демонстрация психических качеств его личности для формирования определенного впечатления о нем самом и его целях» [39, с. 50]. Из этого следует, что «создание положительного впечатления об адресанте актуализирует доверие аудитории к говорящему» [145, с. 67]. В данном случае речь идет о философской трактовке актуализации как процесса и результата преднамеренных или непреднамеренных психических действий, заключающихся в извлечении из памяти усвоенной информации или опыта и подготовки их к немедленному использованию; (например, для узнавания, припоминания, воспоминания или воспроизведения какой-либо информации необходимо извлечь (актуализировать) из долговременной или

кратковременной памяти соответствующие мысли, образы, чувства, желания, движения, которые уже были в опыте субъекта [308].

Механизм достижения необходимого президенту результата включает использование положительных образов для формирования в сознании избирателя положительных характеристик своей личности. Стратегии самопрезентации наиболее характерны для электорального дискурса, когда Б. Обама решает задачи представления себя и своей программы (и шире – партии и команды) избирателям. Их можно разделить на информационно-интродуктивные, информационно-модифицирующие и информативно-креативные [84, с. 54].

Информационно-интродуктивные стратегии служат введению темы и ее оцениванию адресантом политического дискурса. Они действуют на основе «когнитивно-информативных стратегий самопрезентации, содержательного анализа и оценки ситуации, которые реализуются в трех тактиках, выделяемых на основании того, какая из составляющих концепта – понятийная, образная или ценностная – подвергается оценке адресанта. Это, соответственно, тактики понятийной, образной и ценностной категоризации» [84, с. 58]. В нашей работе мы рассматриваем тактику самопрезентации как часть аргументативной стратегии, которая, в свою очередь, подчиняется глобальной стратегии кооперации.

Информативно-модифицирующие стратегии применяются для «осуществления аргументированного рационально-эмоционального воздействия, за счет достижения разрыва ассоциативных связей адресата и установления новых» [84, с. 74]. Фактически, они служат для модификации (изменения) ранее поданной информации.

В информативно-креативных стратегиях аудитория выступает как референциальный объект. Данные стратегии непосредственно трансформируют концептосферу избирателя, вводя новую информацию и побуждая избирателей сделать выбор в пользу кандидата. По данным Ю. М. Ивановой, Е. В. Гориной и др., «первое осуществляется тактиками

фокусировки нового ракурса и введения добавочной информации, нового аспекта и новых фактов. Тактика введения добавочной информации состоит в сообщении адресату новых фактических данных, касающихся обсуждаемой ситуации, которые могут быть выгодны для адресанта» [49; 84].

Например, в ситуации презентации планов Б. Обамы на будущее стратегии дискурса позволяют политику ввести нужную ему тему/информацию, затем изменить мнение об этой теме у аудитории и в завершение дать свое видение проблемы, тем самым изменяя сознание слушателей, выгодное самому политику и его команде. В целом, для самопрезентации Обама актуализирует значимые для аудитории концепты путем их прямых номинаций (используя имя концепта), либо называя определенные признаки концептов НАЦИЯ, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ и ЭКОНОМИКА.

Языковыми маркерами тактики самопрезентации служат глаголы самооценки, намерения, мышления в формах Present Simple (*I stand before you/I'm best suited*), Future Continuous (*I'll be going*), Past Simple (*I accepted/I introduced*).

Невербальные маркеры, помимо смеха, улыбки, включают кинесические: *рукопожатие, положение рук вдоль туловища, вытянутый указательный палец, руки в замке, большой и указательный палец соединены;* и просодические: *замедление темпа речи*. Обнаруженный невербальный знак показывает, что он «порождает особую функциональную систему, принимает на себя роль эмоционального кода, формирует конвенциональность общения, является контекстуально обусловленным, прагматически нагруженным и выступает признаком социально-культурной принадлежности коммуникантов» [175, с. 113].

Формируя узнаваемый позитивный имидж, свои публичные выступления Б. Обама традиционно начинает с шуточного высказывания. Как правило, такие шутки связаны с темой выступления политика либо нацелены на широкую аудиторию, которая не может похвастаться чувством

юмора. Такой маркер невербальной коммуникации как смех/улыбка делает политика ближе к народу, снижает официальность ситуации и способствует восприятию вербальных сообщений аудиторией.

С помощью намеренного вызова смеха как маркера самопрезентации Б. Обама пытается разрядить обстановку и наладить контакт с аудиторией, позиционируя себя как «простого» и «своего» человека, который интересуется спортивной жизнью и т.п. В его высказывании концепт НАЦИЯ актуализирован метонимией (*delegation* вместо *Americans*):

*Well, first of all, I haven't attended Olympics in the past, I'll be going to a lot of Olympic Games post-presidency. (Laughter.) I think the **delegation speaks for itself**. You've got outstanding **Americans**, outstanding athletes, people who will represent us extraordinarily well* [392; 434].

Спортивная тематика в президентском дискурсе Б. Обамы открывает широкие возможности для самопрезентации и формирования имиджа «своего парня». Так, мужской журнал QG назвал Обаму «мужчиной года» [393]. В одном из интервью, говоря о своих приоритетах в спорте Б. Обама улыбался и использовал тему баскетбола для представления своих предпочтений:

*Well, I'm best suited for basketball. (Laughter.)* [393].

Тактика самопрезентации наиболее полно реализуется в заявлениях политика о выдвижении своей кандидатуры на пост президента. Например, в 2007 году Обама упоминает имя А. Линкольна, символичное для всех афроамериканцев США, что повысило количество его потенциального электората. Заявляя о своем намерении баллотироваться на пост президента США, сенатор Б. Обама приветствует своих избирателей *рукопожатием* и *улыбкой* [391]. Вербальная самопрезентация сопровождается кинесически: Б. Обама *опускает руки по швам и держится прямо*, что говорит о его спокойствии и уверенности в себе [139]. В этом в примере тактики самопрезентации Б. Обама трижды в одном фрагменте дискурса апеллирует к НАЦИИ, используя разные номинации концепта: имя (*the US*), прецедентное имя *Lincoln*, метонимическое наименование *Washington*:

*And that is why, in the shadow of the Old State Capitol, where **Lincoln** once called on a divided house to stand together, where common hopes and common dreams still, (руки по швам и держатся прямо) I stand before you today to announce my candidacy for President of **the United States**. I know I haven't spent a lot of time learning the ways of Washington. But I've been there long enough to know that the ways of **Washington** must change [361; 433].*

В своем предвыборном дискурсе Б. Обама позиционирует себя как выходец из народа с небольшой зарплатой (около 1 тысячи долларов в месяц). Основным тезисом являются его слова о том, что он намерен вложить свою лепту в улучшение Америки. Слова Б. Обамы сопровождаются жестами как: *указательный палец, направленный на аудиторию*, он также, периодически *опускает руки, соединенные в замок*. Первый жест акцентирует внимание аудитории, а второй означает спокойствие говорящего. Влияние усиливается экстралингвально с помощью фиолетового цвета галстука. В следующем примере концепт НАЦИЯ (*community, America*) актуализируется посредством когнитивной метафоры АМЕРИКА – ЭТО ЗДАНИЕ, которое можно строить:

*But a **group of churches had offered me a job as a community organizer for \$13,000 a year.** (указательный палец) And I accepted the job, sight unseen, motivated then by a single, simple, powerful idea – (руки соединены в замок) that I might play a small part in **building a better America** [361; 433].*

При помощи тактики самопрезентации Б. Обама демонстрирует народу Америки свои положительные качества (*I carried, I fought, I passed*), актуализируя концепт ЭКОНОМИКА (*bankruptcy bill, money*) и концепт НАЦИЯ (*American people*):

*They're the voices I carried with me to Washington, where the first bill I introduced was to make college more affordable; where I fought against a **bankruptcy bill** that made it harder for families to climb out of debt; and*

*where I passed the most sweeping lobbying reform in a generation - reform that forced lobbyists to tell the **American people** who they're raising **money** from and who in Congress they're funneling it to [390].*

Характерная черта имиджа Б. Обамы – представление себя в качестве «объединителя как в пределах своей партии, так и вне ее (Obama seems himself as a unifier)» [226, с. 376]. Так, самопрезентация осуществляется также с использованием концепта ЭКОНОМИКА. В следующем примере акцентируя свои слова, Обама *соединяет кончики большого и указательного пальцев*, представляет себя аудитории как человек, который стремится объединить политические партии США в вопросах страхования и налогообложения. Концепты ЭКОНОМИКА и ЗДРАВООХРАНЕНИЕ актуализированы через лексемы *tax, health insurance*:

*(соединяет пальцы) Those are the voices I carried with me to the Illinois state Senate, where I brought Democrats and Republicans together to expand **health insurance** to 150,000 children and parents; where I led the fight to provide \$100 million in **tax relief** for working families and the working poor [390; 435].*

Основной пункт программы Обамы – реформа здравоохранения, поэтому в тактике самопрезентации он актуализирует концепт ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (*health care*) посредством метафоры ПЛАН ПО РЕФОРМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который может уменьшать затраты, экономить. Так, *замедляя темп речи*, что привлекает внимание аудитории, Обама заявляет, о плане по реформе системы здравоохранения, который принесет экономию среднестатистической семье:

*Every American needs a health care plan. That's why a few weeks ago, (замедляя темп речи) I introduced a universal **health care** <...>, **it would cut costs and save a typical family up to \$2,500 a year** [430].*

Проведенный анализ позволяет заключить, что благодаря тактике самопрезентации Б. Обама формирует в сознании американского народа имидж харизматичного лидера, героя, спасителя страны, своего парня. Для

этой тактики типична актуализация ключевых концептов-идеологем НАЦИЯ, ЭКОНОМИКА и ЗДРАВООХРАНЕНИЕ. Самопрезентация Б. Обамы маркирована как лексически (озвучивание конкретных цифр и дат), так и грамматически (использование ограниченного числа глагольных форм), сопровождается невербальными средствами.

**3.1.2.2. Тактика отождествления.** Тактика отождествления (самоотождествления) с народом служит в дискурсе президента достижению глобальной цели – получению/удержанию власти путем обеспечения позитивного восприятия как самой личности президента, так и его действий. «Суть тактики отождествления – в демонстрации символической принадлежности к определённой социальной, статусной или политической группе». Если лидер воспринимается как «свой» и озвучивает проблемы, которые близки его аудитории, он может рассчитывать на ее поддержку [145, с. 68].

Персуазивные цели политика достигаются за счет формирования позитивного образа у аудитории. Тактика отождествления опирается на «понятийную категоризацию и направлена на модифицирование понятийной составляющей релевантных для ситуации воздействия концептов» [84, с. 58]. Эта тактика включает отождествление объектов одного [84, с. 58] или разных уровней. Отождествление, основанное на «установлении новых ассоциаций, может осуществляться через непосредственное отождествление (А есть В); сближение по свойствам или «фамильное сходство» (А обладает В); отождествление по отдельному признаку (А имеет отношение к В); сближение по нетипичным признакам (А имеет отношение к В)» [88, с. 43-44].

В американском обществе избиратели традиционно отдают свой голос за кандидата, принадлежащего к той партии, за представителей которой они голосуют десятилетиями, и выбор делается неосознанно. В семьях принято на протяжении нескольких поколений голосовать за республиканцев либо за

демократов. В случае с Обамой-демократом за него проголосовали и афро-американские приверженцы республиканцев.

По нашим данным, в тактиках отождествления Б. Обамы актуализируются идиоконцепты НАЦИЯ, ЭКОНОМИКА, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ и БЕЗОПАСНОСТЬ. Так, актуализация концептов в тактиках отождествления осуществляется как прямо, так и метафорически, а также невербальными средствами. В качестве языковых маркеров отождествления себя и своей команды со страной Б. Обама, как правило, заменяет местоимение *I* на местоимение *we*. Президент не прямо говорит о том, что он сделал, а косвенно сообщает о своих положительных результатах, используя местоимение множественного числа или название целой страны *America*, имея ввиду свою команду (метонимия), тем самым понижая уровень собственной ответственности за возможные негативные последствия своей политики.

Например, Б. Обама отождествляет себя с народом Америки, актуализируя концепт НАЦИЯ (*people*):

*<...> we are no longer divided, North and South, slave and free. <...> we have the chance to face the challenges of this millennium together, as one people – as Americans [361; 433].*

Проведенный анализ показывает существенное варьирование маркеров отождествления в разные периоды президентского правления Б. Обамы:

Таблица 3.1.

**Распределение ответственности (маркеры *I, we, America*) в рамках тактики отождествления**

Маркеры	Дискурс 2007 – 2011 гг.	Дискурс 2012 – 2016 гг.
I	45 %	26 %
We	44 %	60 %
America	11 %	14 %
Итого %	100%	100%

Как видно из табл. 3.1., политический опыт, приобретенный Б. Обамой за первый президентский срок, приводит к тому, что во второй период в его дискурсе доминирует более демократичное отождествление «we» (60 % по сравнению с 44 %).

Невербальные маркеры отождествления в президентском дискурсе включают кинесику: *движение указательного пальца*, и просодику: *понижение темпа и тембра речи*, а также *движение глаз*. Например, имея в виду начало экономического кризиса 2008, Б. Обама говорит о необходимости придерживаться мысли о том, что «люди могут совершить невозможное». Тактика отождествления выражена местоимением «we»: «мы должны придерживаться мысли...». При этих словах, Б. Обама *понижает тон голоса и ускоряет темп речи*, что может означать привлечение внимания аудитории, как в физическом, так и в эстетическом плане. В следующем примере просодика сопровождает актуализацию концепта НАЦИЯ (*America, people*) в виде когнитивной метафоры АМЕРИКА – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который находится на распутье:

*At a time when America finds itself at a crossroads, facing challenges we haven't seen in decades, we need to hold on to this idea more than ever. (понижение голоса и ускорение темпа речи) The powerful idea that in the face of impossible odds, ordinary people can do extraordinary things [364; 436].*

В тактике отождествления в дискурсе Б. Обамы также зафиксирована одновременная актуализация нескольких концептов, например, НАЦИЯ и БЕЗОПАСНОСТЬ (*America, secure*), где последний также представлен понятием *физическая безопасность* (система сокращения выбросов углекислого газа). Б. Обама сопровождает эту тактику задерживанием *взгляда в положении влево и вверх*, что говорит о размышлении и мысленной визуализации задуманного:

*<...> (взгляд влево и вверх) cap-and-trade system that would achieve real near-term reductions in greenhouse gas emissions and return America to a*

*position of leadership so that we can **secure** an effective and equitable global solution to this crisis [377; 437].*

В следующем примере Обама *замедляет темп речи*, чем способствует сосредоточению аудитории на его высказываниях, и говорит об окружающей среде, мировом рынке и создании новых рабочих мест, актуализируя концепт ЭКОНОМИКА (*global market*) и раскрывая образный слой концепта за счет метафоры МИРОВОЙ РЫНОК – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который может разработать эко-технологии и создать рабочие места. Тем самым, Обама частично перекладывает ответственность с себя на развитие мирового рынка:

*<...> (замедление темпа речи) we'll need a stringent cap on all carbon emissions and the creation of a **global market that would make the development of low-carbon technologies profitable and create thousands of new jobs** [385; 429].*

Используя тактику отождествления себя с народом (*we all*), президент настаивает на такой государственной экономической политике, которая поможет женщине преуспеть, одновременно позиционируя себя как защитника женского пола:

*We all have a stake in choosing policies that help women succeed [422].*

Используя тактику самоотождествления с религиозными и гражданскими лидерами (*we are working, we are mobilizing*), Б. Обама позиционирует себя и свою команду как защитников социальных (религиозных) меньшинств (*religious minorities*):

*We are working with a broad coalition against those who have subjected religious minorities to unspeakable violence and persecution, and we are mobilising religious and civic leaders to defend vulnerable religious communities [423].*

При одновременной актуализации в высказывании концептов ЭКОНОМИКА (*costs*) и ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (*illnesses*) Б. Обама, *указывая пальцем в сторону аудитории*, говорит о намерении понизить затраты на дорогостоящее лечение для представителей бизнеса и рабочих:

(указывая пальцем в сторону аудитории) *First, we will reduce costs for business and their workers by picking up the tab for some of the most expensive **illnesses** and conditions* [383; 438].

Концепт БЕЗОПАСНОСТЬ актуализируется в президентском дискурсе Б. Обамы за счет понятия *financial security (saving)*, а тактика отождествления маркирована местоимением 1 лица множественного числа (*we*):

*When the auto industry accounts for one in ten American jobs, we all have a stake in **saving** those jobs* [385; 429].

В целом, в реализации тактики отождествления периода первой предвыборной кампании в дискурсе Обамы преобладает личная ответственность за будущие события и действия, в то время как в дискурсе второй предвыборной кампании Обама, как правило, проецирует эту ответственность на свою команду и на американский народ в целом. Лексически тактика маркируется местоимениями 1 лица единственного и множественного числа. Доминируют невербальные маркеры кинесические: *движение указательного пальца правой руки, движение глаз*; среди просодических отмечены : *изменение темпа и тембра голоса*.

**3.1.2.3. Тактика иллюстрации.** В своем президентском дискурсе Б. Обама использует тактику иллюстрации, актуализируя ключевые концепты НАЦИЯ, ЭКОНОМИКА, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ. Локальная цель президентского дискурса достигается за счет использования конкретных примеров, фактов, свидетельствующих о прошедших и будущих событиях, которые показывают президента в хорошем свете. (Ср: аргументация, по мнению А.Д. Беловой, представляет собой «коммуникативную деятельность субъекта <...>, целью которой является убеждение адресата через обоснование правильности своей позиции» [23, с. 5]). Известно, что «в риторике иллюстративный тип аргумента считается одним из распространенных средств воздействия» [145, с. 166]. Подкрепляя свои слова реальными аргументами, Б. Обама настраивает аудиторию на восприятие как

уже известной информации, относящейся к его прошлым позитивным поступкам, так и к политическим действиям, направленным на перспективу.

Механизм иллюстрирования предполагает актуализацию ключевых идиоконцептов и использует языковые маркеры: конкретные данные, числительные и т.п. Успешность этой тактики предполагает серьезную подготовительную работу помощников президента, которые отвечают за правдивость и иллюстративность приведенных данных, – всей команды «профессиональных политических менеджеров», всех «менеджерских систем поддержки» [242, с. 9]. Создавая образ знающего, непогрешимого лидера, эта тактика формирует образ президента-харизматика.

Невербальные маркеры этой тактики включают кинесику: *соединенные пальцы правой руки, движение рук (ладоней)*, и просодику: *понижение тембра голоса*, а также *фиксация взгляда*.

Так, Обама приводит пример роста рабочих мест на более, чем 4 миллиона за последние 2,5 года. В следующем примере тактики иллюстрации актуализированы концепты НАЦИЯ, ЭКОНОМИКА (*workers, manufacturing jobs*) и концептуальная метафора БИЗНЕС – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который закрывает свой офис. Подобная тактика способствует формированию позитивного имиджа Б. Обамы, который перечисляет, чего смог добиться за время своего первого срока пребывания у власти:

*We've seen small **businesses who almost had to shutter their doors during the crisis** <...> (взгляд влево вниз) **And somehow, inch by inch, yard by yard, mile by mile, they've been able to come all the way back and are now starting to hire **workers** again: over 4.4 million jobs created over the last 2½ years, over 500,000 **manufacturing jobs**** [363; 439].*

Тактика иллюстрации актуализирует концепт НАЦИЯ (*people*) и маркируется деталями (доступность обучения; падение количества потенциальных учащихся в колледжах – ориентационная концептуальная метафора LESS IS DOWN). Президент сопровождает эту тактику жестом

метание дротика (кончики пальцев соединены), что расценивается как посыл энергетического заряда аудитории:

*(кончики пальцев соединены) And I want to give 2 million more people the opportunity to go to a community college and train for the jobs that exist right now. And I want to make college more affordable for young people and bring tuition down [362; 440].*

Иллюстрируя глобальные изменения в стране, Обама приводит пример из истории США, напоминая о Великой Депрессии и высадке человека на Луну. Он апеллирует к чувствам гордости за свою страну и создает позитивный пример свершений, говоря о переменах, которые могут произойти с его помощью, и актуализируя концепт НАЦИЯ (*country, people*) с помощью номинаций *patriots, millions*. Эти слова ассоциируют в сознании аудитории прежние свершения страны с образом ее нынешнего президента:

*And we should take heart, because we've changed this country before. In the face of tyranny, a band of patriots brought an Empire to its knees. In the face of secession, we unified a nation and set the captives free. In the face of Depression, we put people back to work and lifted millions out of poverty. We welcomed immigrants to our shores, we opened railroads to the west, we landed a man on the moon, <...> [361; 433].*

Тактика иллюстрации реализуется посредством аргументации президента в защиту женщин за предоставления им равных (*full and equal*) возможностей, при этом актуализируется концепт ЭКОНОМИКА:

*We need to make to ensure that women are full and equal participants in the economy [422].*

Иллюстрируя положение американок-тружениц, Б. Обама актуализирует концептуальный признак ЭКОНОМИКА – тяжелый труд (*working hard*). Эта тактика повышает воздействие призыва президента (*we have to do better*) улучшить положение работающих женщин как элемента роста всеобщего благосостояния:

*So while many women are working hard to support themselves and their families, they're still facing unfair choices, outdated workplace policies. That holds them back, but it also holds all of us back. We have to do better, because women deserve better. And, by the way, when women do well, everybody does well [422].*

В следующем примере Б. Обама иллюстрирует результат своей деятельности, актуализируя комплекс из трех концептов-идеологем: концепт НАЦИЯ (*people*); концепт ЭКОНОМИКА (*tax cuts*); ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (*health care*). Местоимение «I» Б. Обама сопровождает жестом ладонь правой руки направлена к груди, чем акцентирует свою значимость в решении указанных проблем, упрочивает образ реформатора-харизматика (*I passed ... reform*):

***People** told me I couldn't reform a death penalty system that had sent 13 innocent **people** to death row. But we did that. They doubted whether we could put government back on the side of average **people** - but we put tax cuts in the pockets of the working families who needed them instead of the folks who didn't. And I passed **health care reform** that insured another 150,000 children and parents [387; 431].*

Тактика иллюстрации реализуется также просодически приемом *понижение тембра голоса*. В следующем примере Б. Обама иллюстрирует несовершенство в области ЗДРАВООХРАНЕНИЯ (*mental health*). Такой просодический прием вместе с лексическими маркерами иллюстрирования – точными датами и деталями (*five years, a month screening*) служит акцентированию внимания аудитории:

*<...> no one disputes is that five years into this war, (*понижение тембра голоса*) soldiers up at Fort Drum are having to wait more than a month to get their first **mental health** screening [404; 441].*

Таким образом, тактику иллюстрации лексически маркируют цифровые показатели и детали. Вместе с кинесическими и просодическими компонентами президентского дискурса Б. Обамы они усиливают персуазивный эффект дискурса.

**3.1.3. Манипулятивно-кооперативные стратегии и тактики дискурса Барака Обамы.** Вопрос манипулирования индивидуальным и массовым сознанием в последнее время стал центром исследований значительного количества психологов и лингвистов [50; 75; 62; 282; 88; 196; 144; 211; 91; 143; 172 и др.]. Манипуляция (от лат. *manipulus* – пригоршня, горсть, *manus* – рука: действие рукой или руками при выполнении какой-либо сложной работы) получила переносное значение – «проделка, махинация» [309]. Языковое манипулирование происходит за счет искажения «денотата-события» [209, с. 175] в ходе оперирования «пропозициями в рамках целого текста, фрагмента текста или отдельного высказывания» [209, с. 175].

В частности, с помощью манипулятивных приемов и тактик политического оппонента можно выставить в плохом свете, при этом манипулятивная стратегия частично пересекается со стратегией дискредитации, которую В.И. Карасик называет разновидностью манипулятивной стратегии [94, с. 99]. Цели воздействия у этих двух стратегий совпадают [145, с. 94], хотя целью манипулятивного воздействия не всегда является стремление негативного (дискредитирующего) плана. Манипуляция может быть основана на ценностях, надеждах и ожиданиях избирателей, и в отличие от цели дискредитировать, подорвать доверие к политическому оппоненту, «созидательная» манипуляция политика направлена на повышение его собственного политического рейтинга.

Манипуляция определяется как «искусство управлять поведением адресата с помощью целенаправленного воздействия на психику, сознание и инстинкты человека» [194, с. 74].

Манипуляцию считают «видом психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [62, с. 59], [145, с. 95]. К признакам манипуляции относятся: «1) родовой

признак – психологическое воздействие; 2) отношение к объектам манипулирования как средству достижения собственных целей; 3) стремление получить односторонний выигрыш; 4) скрытый характер воздействия; 5) использование (психологической) силы, игра на слабостях (использование психологической уязвимости); 6) мастерство и сноровка в осуществлении манипулятивных действий» [62, с 59], [145, с. 95]. При этом исследователи манипуляции подчеркивают, что манипулятор также является жертвой своей жизненной установки: «манипуляция – это псевдофилософия жизни, направленная на то, чтобы эксплуатировать и контролировать как себя, так и других» [213, с. 28], [145, с. 95].

Манипуляцию определяют как процесс использования различных специфических способов и средств изменения (модификации) поведения, целей, желаний, намерений, отношений, установок, психических состояний и других психологических характеристик в интересах субъекта воздействия, которые могли бы не произойти, если бы адресат обладал достаточным объемом данных, относящихся к ситуации, в частности – какие способы манипуляции применялись по отношению к нему или для достижения каких целей они использовались [50, с. 112-113], [145, с. 95]. Наоборот, для дискредитации оппонента используют такие языковые приемы, как «ложь (полное несоответствие истине) или подтасовка фактов» т.е. сообщение «частичной правды или игнорирование частной детали, которая меняет суть дела», так на первый план выходят факты, выгодные для говорящего и «утаиваются факты, противоречащие высказанной точке зрения» [209, с. 175].

Среди видов манипуляции выделяют конфликтную манипуляцию, противопоставляя ее продуктивной кооперативной манипуляции, которая «неизбежна в реальной повседневной коммуникации» [145, с. 95]. «Цель продуктивной манипуляции – расположить к себе коммуникативного партнера, используя его слабости» [172, с. 23-24]. В нашей работе использование стратегий манипуляции мы трактуем как механизм

персуазивно-манипулятивного воздействия на аудиторию в президентском дискурсе. Б. Обама воздействует на аудиторию посредством «сочетания качеств харизматичной личности (combination of a charismatic personality), а также инновационных стратегий ведения политической компании, которые трансформируют устоявшиеся общественные принципы в особую интернет среду» [226, с. 366].

В настоящей работе мы разграничиваем стратегии манипуляции на манипулятивно-кооперативные, представленные в президентском дискурсе Б. Обамы тактиками ценностных ориентации, воодушевления и надежды; и манипулятивно-конфронтационные – тактика прогнозирования негативных последствий (пп. 3.2.2).

**3.1.3.1. Тактика ценностной ориентации.** Персуазивный потенциал политических выступлений неразрывно связан с тем, насколько политический лидер может реально оценивать ценностную составляющую аудитории и актуализировать ее в своих публичных выступлениях. Политический дискурс в целом и президентский дискурс, в частности, связан с ценностными ориентирами в обществе, «которые образуют его концептуальную основу» [145, с. 144-145].

Понятие ценности трактуется в философии как «способность того или иного предмета, явления удовлетворять потребности, желания, интересы социального субъекта (индивида, группы людей, общества)» [309].

Локальная интенция политика, прибегающего к тактике ценностной ориентации, сфокусирована на завоевании доверия как можно большего количества избирателей за счет комплексного использования в дискурсе политика апелляций к общечеловеческим ценностям. Механизм этой тактики основан на актуализации положительно окрашенных либо желанных для аудитории событий, фактов, целей посредством их постоянного озвучивания.

Применяя тактику ценностной ориентации, Б. Обама акцентирует внимание на ценностях, которые связаны с ключевыми концептами-

идеологемами ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ и НАЦИЯ в президентском дискурсе.

К числу языковых маркеров тактики ценностной ориентации принадлежат: 1) грамматические (глагольные формы Present Simple/Continuous, Past Simple, Present Perfect), 2) лексические (прямые и переносные номинации ключевых концептов, а также номинации антиценностей).

Кинесические маркеры этой тактики включают: *движение кистей (ладоней), кулак одной руки в сочетании с раскрытой ладонью левой, прямой указательный палец, движение рук по вертикали*. Среди просодических маркеров преобладает *ускорение темпа речи*.

В следующем фрагменте дискурса Б. Обамы присутствуют как ценности – ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (*health care*), ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА (*school system*), так и антиценности – ВОЙНА (*war in Iraq*) и кризис в области ЗДРАВООХРАНЕНИЯ. Кризис образно представлен в форме КОНТЕЙНЕРА/ВМЕСТИЛИЩА, в котором находится народ Америки, метафорическая модель ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ образует подгруппу КРИЗИС – ЭТО ВМЕСТИЛИЩЕ. Подобная метафора выступает способом создания выгодной Обаме позитивной ассоциативной связи в сознании аудитории и обнаруживает связь выхода из кризиса в сфере ЗДРАВООХРАНЕНИЯ с именем Обамы, провоцируя избирателей голосовать за того кандидата, который в их образном представлении может вывести их из кризиса. Доверие к кандидату добавляет жест *полураскрытая ладонь*, что способствует формированию доверительных чувств у тех, к кому направлен данный жест Б. Обамы:

*They're ready to turn the page on the old politics and the old policies - whether it's the war in Iraq or the (полураскрытая ладонь) health care crisis we're in, or a school system that's leaving too many kids behind despite the slogans [378; 430].*

Американцы очень патриотичны, этим пользуется Б. Обама во время своих предвыборных выступлений. Он говорит об основной ценности народа

США – стране (*country*), людях (*people*) и союзах (*union*), которые формируются из рабочих. Все это составляющие концепта НАЦИЯ (*nation*). «Ценностные концепты (*value concepts*) в дискурсе базируются на взаимном понимании того, что остается недосказанным, [288, с. 92]». Такая недосказанность присутствует в образном слое концепта, актуализированного онтологической когнитивной метафорой СТРАНА – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который приспособливается/борется. Обама подчеркивает, что Америка – не та страна, которая приспособливается (*settles*), а та, что борется (*fought*) за выживание. Подобная метафора способствует формированию чувства гордости за свою страну у народа США:

*We are not a **country** that settles for survival of the fittest, but a **people** who have always fought for survival of the nation. That's how we gave workers the right to organize and form a **union*** [380; 430]

Тактика ценностной ориентации воплощается в дискурсе Б. Обамы лексически (номинации *dignity* и *faith*), подчеркивая приверженность президента американским идеалам и ценностям свободы вероисповедания:

*All people deserve the fundamental dignity of practicing their faith free from fear, intimidation and violence* [423].

Тактика ценностной ориентации реализуется и высокой оценкой конкретных групп населения, например, восхвалением представительниц слабого пола (*women, passion and courage, highest ideals*), что служит актуализацией концепта НАЦИЯ:

*With passion and courage, women have taught us that when we band together to advocate for our highest ideals, we can advance our common well-being and strengthen the fabric of our **nation*** [424].

Номинации базовых американских ценностей (*peace, human rights, prosperity*) и антиценностей (*war, genocide, dangerous weapons*) актуализируют концепт НАЦИЯ (*men and women*) и служат формированию образа Б. Обамы – миротворца во всем мире:

*America led the world in constructing an architecture to keep the peace: a Marshall Plan and a United Nations, mechanisms to govern the waging of war, treaties to protect human rights, prevent genocide, restrict the most dangerous weapons. The service and sacrifice of our **men and women** in uniform has promoted peace and prosperity from Germany to Korea [425].*

Президент-миротворец в своем дискурсе противопоставляет ценности войны и мира, призывая аудиторию проявить ответственность и самопожертвование (*responsibility, sacrifice*):

*I understand why war is not popular, but I also know this: The belief that peace is desirable is rarely enough to achieve it. Peace requires responsibility. Peace entails sacrifice [425].*

В следующем примере Б. Обама прямо апеллирует к основной ценности Американского народа – нации, используя слова *core values*, тем самым актуализируя концепт НАЦИЯ через его значения (*country, American people*) посредством метафорической модели СТРАНА – ЭТО АРТЕФАКТ, предмет, который можно развернуть назад. Свои слова он подкрепляет такими жестами как *кулак правой руки* и *полностью раскрытая ладонь левой*, первое означает угрозу либо твердость его намерений и мыслей, а второй – открытость и искренность. Эксталингвистический маркер представлен фиолетовой гаммой кафедры за которой выступает президент, что служит усилению персуазивного эффекта на аудиторию:

*<...> in 2008 was start this process <...> (кулак правой руки) to **turn this country back** towards those core values, to **turn this country back** towards our best selves and our best ideals. <...> (раскрытая ладонь левой) we believed in this **country**, and we believed in the **American people** [363; 439].*

Тактика ценностной ориентации в дискурсе Б. Обамы направлена на сплочение народа США за счет актуализации концепта НАЦИЯ (*American people*) и основных ценностей и веры в положительные изменения:

*When the **American people** come together and focus on those values that have made us strong, they cut through all the nonsense. It doesn't matter how much the other side spends, change happens [396].*

Следующая ценность, которая соответствует дискурсообразующему концепту БЕЗОПАСНОСТЬ (*secure*), образно представлена антиценностью террористы и актуализирована онтологической метафорой ТЕРРОРИСТЫ – ЭТО СУЩНОСТЬ, которую можно ослабить, истощить. По словам Обамы, залогом обеспечения внутренней безопасности является борьба с терроризмом, который является «врагом» для Америки. Невербально Обама подкрепляет свои слова, направляя *указательный палец правой руки* на аудиторию, акцентируя сказанное:

*(указательный палец правой руки) We did not develop new capabilities to defeat enemy, or launch a comprehensive strategy to **dry up the terrorists' base of support**. We did not reaffirm our basic values, or secure our homeland [381; 432].*

Для актуализации ценности экономики Обама использует один из составляющих концепта ЭКОНОМИКА (*free market*), который создает процветание. Образ, который навязывает Обама народу США, представляется в виде когнитивной метафоры СВОБОДНЫЙ РЫНОК – ЭТО МОТОР. Подобное метафорическое сравнение выступает способом формирования чувства гордости у американцев за свою страну и закрепляет ассоциативные связи правления Б. Обамы с процветанием Америки:

*I believe that America's **free market** has been the engine of America's great **progress**. It's created a prosperity that is the envy of the world [379].*

Известно, что благосостояние народа (его доходы) и способность оплатить лечение зависит от экономического положения страны. В следующем примере Б. Обама использует такую антиценность, как период Великой Депрессии, актуализируя концепты НАЦИЯ (*folks, people*), ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (*health care*) и концепт ЭКОНОМИКА. Для последнего служат номинации: *savings* и онтологические когнитивные метафоры

ДОХОДЫ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, способный двигаться вниз, ЦЕНЫ – ЭТО РАСТЕНИЕ, которое растет, номинации *crisis / Great Depression* и метафора КРИЗИС – ЭТО ВОР (*robbed our friends*), Обама сопровождает свои слова такими жестами, как *открытая ладонь* в направлении аудитории; говоря о высоких ценах на здравоохранение Обама *подымает правую руку до уровня головы*, акцентируя степень цен на медицинские услуги:

(*открытая ладонь*) ***Folks were working harder and harder, but their wages or incomes, they were staying flat, sometimes even going down. The cost of everything from health care to college was going up*** (*рука на уровне головы*). ***And then, it all culminated in the worst economic crisis since the Great Depression, a crisis that robbed too many of our friends and our neighbors of jobs, the value of their homes, their savings. And all that pushed the American Dream even further out of reach for too many working people*** [398; 442].

Концепты НАЦИЯ (*America*) и ЭКОНОМИКА (*manufacturing*) актуализируются когнитивными онтологическими метафорами ПРОМЫШЛЕННОСТЬ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который возвращается и ЦЕННОСТИ – ЭТО АРТЕФАКТ, способный двигаться вверх. Свои слова он сопровождает жестом *полуоткрытая ладонь левой руки*, что способствует доверительному восприятию его слов, и *ускоряет темп речи*, чем привлекает еще большее внимание аудитории:

(*ускоряет темп речи*) ***Manufacturing is coming back to America. Home values are on the rise*** [400, 439].

В целом, идиодискурс Б. Обамы охватывает обращение к ценностным ориентирам как материального, так и духовного порядка. Умелое использование президентом данной тактики – способ не только повысить свою привлекательность и тем самым харизматичность, но и залог успешного манипулятивного воздействия на массовую аудиторию посредством сочетания языковых маркеров, таких как апелляция к

позитивным достижениям народа Америка (с использованием глагольных форм Present, Past Tenses), прямые и метафорические номинации концептов, совпадающих с основными ценностями народа. Невербальные маркеры выгодно отличают данную тактику разнообразием жестов: *сжатый кулак, ладонь на уровне головы* и т.п.

**3.1.3.2. Тактики воодушевления.** По наблюдениям британского политолога и социолога М. Леттса, дискурс Б. Обамы воодушевляет аудиторию: «Обама вдохновляет на будущие поступки и реформы и заставляет аудиторию требовать перемен» [275, с. 13]. Президент предстает как политик, вдохновляющий молодежь [226, с. 368], «его выступления воодушевляют (his speech is inspiring) [226, с. 382]». (Согласно подсчетам М. Кастелло, Б. Обама вдохновил и мобилизировал на выборы 2008 года 6,5 миллионов людей до 30 лет, что позволило удвоить явку [226, с. 368]). В дискурсе Б. Обамы соответствующая тактика воодушевления демонстрирует интердискурсивность. Интердискурсивность определяется И.С. Шевченко как гиперкатегория, «которая реализуется как через дискурсивные (когнитивные и коммуникативные) категории, так и через метадискурсивные категории. В последнем случае стратегии и тактики одного типа дискурса переносятся в другой» [202, с. 6-12; 204; 205; 289;]. В частности, политический дискурс Б. Обамы имеет черты, схожие с дискурсом проповедника (специфический тембр голоса и ритм речи), что заставляет зрителя входить в своего рода «медитативное» состояние и воспринимать на веру все сказанное политиком.

Локальная интенция адресанта в рамках этой тактики нацелена на формирование позитивного восприятия реалий, создания у аудитории ощущения радости, воодушевления и надежды на лучшее будущее, уверенности в правильности политики президента. Эти задачи подчинены глобальной цели завоевания и упрочнения доверия аудитории.

Концепты, актуализированные с помощью тактики воодушевления, соответствуют трем из четырех ключевых концептов дискурса Б. Обамы – НАЦИЯ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ.

Среди языковых маркеров воодушевления грамматические: модальные глаголы долженствования и физической возможности, глагольные формы Present и Past Simple, инфинитивные конструкции, герундий; и лексические: номинации позитивно окрашенных понятий (стремлений, надежд и т.п.).

Невербальные маркеры воодушевления представлены кинесически: движением указательного пальца, положениями руки в замке, большие пальцы подняты, открытые либо соединенные ладони, жест «метание дротика»; а также просодически – интенсификацией ключевых слов и снижением тембра голоса.

Тактика воодушевления в дискурсе Б. Обамы основана на апелляции к высшим силам: президент проводит параллель между Всевышним и политикой, говорит о Божественном присутствии в своей политической деятельности. Воодушевлению аудитории служит и цитирование президентов А. Линкольна и Дж. Кеннеди, которые известны серьёзными шагами по уравниванию в правах чернокожих граждан США, что не могло не подкупить республиканских чернокожих избирателей, а также верующих. Б. Обама использует лексему *inspire*, обращаясь к простым людям (*ordinary people*), которые, по его мнению, способны на выдающиеся поступки (*extraordinary things*). Так, обращаясь к народу Америки и актуализируя концепт НАЦИЯ (*people*) Б. Обама направляет указательный палец правой руки в сторону аудитории, акцентируя сказанное:

*So doing the Lord's work is a thread that's run through our politics since the very beginning. Imagine Lincoln's Second Inaugural without its reference to "the judgments of the Lord." Or King's "I Have a Dream" speech without its reference to "all of God's children." Or President Kennedy's Inaugural without the words, "here on Earth, God's work must truly be our own." At each of these junctures, by summoning a higher truth and embracing a*

*universal faith, (указательный палец правой руки) our leaders inspired ordinary people to achieve extraordinary things [378; 430].*

Характерным кинесическим маркером тактики воодушевления также служит жест *руки в замке, но большие пальцы подняты вверх* – знак власти, превосходства либо агрессии [79]. Он маркирует высказывание, актуализирующее концепт НАЦИЯ в дискурсе Б. Обамы представленный лексемами (*people, union*), президент воодушевляет свой народ, указывая на перспективу идеального государства:

*In the face of a politics that's shut you out, that's told you to settle, that's divided us for too long, (руки в замке, но большие пальцы подняты вверх) you believe we can be one people, reaching for what's possible, building that more perfect union [361; 433].*

В своем предвыборном выступлении в Детройте Обама говорит о производственном чуде (*production miracle*) автопроизводителей города, напоминая об успехах правления Ф. Рузвельта, который воодушевил людей на экономический прорыв. Опираясь на концепт НАЦИЯ (*people, country*), Обама вдохновляет своих избирателей на новое американское чудо (*American miracle*), *приоткрывая обе ладони* (знак открытости и доверия):

*The automakers had achieved a "production miracle", and it labeled Detroit "the Miraculous City." (приоткрывая обе ладони) It was a miracle that was distinctly American - the idea that in the face of impossible odds, **people** who love their **country** can rise to meet its greatest challenges. It's the kind of American miracle we need today [385; 429].*

Тактика воодушевления как способ манипуляции массовым сознанием с использованием языковых средств в рамках «дискурса надежды» (*discourse of hope*), детально описанного в книге британского политолога М. Летца [275] служит усилению персуазивно-манипулятивного воздействия президентского дискурса. Так, актуализация концепта БЕЗОПАСНОСТЬ (*peace*) в президентском дискурсе Б. Обамы дает надежду на безопасность повседневной жизни американских граждан даже в условиях такой

антиценности, как *война*. Используя антонимы, такие как *war, peace, despair, hope*, Б. Обама маркирует тактику воодушевления *интенсифицируя* ключевые слова и *понижает тембр голоса*, чем привлекает внимание аудитории:

(*интенсификация ключевых слов, низкий тембр голоса*) *In the face of war, there can be peace. In the face of despair, there can be hope* [361; 433].

При этом особую роль играет интерсубъективность дискурса, которая проявляется в выражении говорящим своей уверенности в будущем, приверженности своим идеалам, веры в реальность перспектив [242, с. 3].

Тактика воодушевления и вселения надежды на безопасность и лучшую жизнь реализована высказываниями, актуализирующими концепт НАЦИЯ в онтологической когнитивной метафоре-персонификации (модель АМЕРИКА – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который демонстрирует свои достижения). Данная тактика сопровождается таким жестом, как *метание дротика*, в направлении зрителей. Подобный жест трактуют как воодушевляющий энергетический заряд, который поступает от рук говорящего к аудитории [105]:

(*жест метание дротика*) *America must show through deeds as well as words -- that we stand with those who seek a better life. That child looking up at the helicopter must see America and feel hope* 381; 432].

Тактика воодушевления, реализующая концепт НАЦИЯ (*American people, America*), маркируется также жестом *соединение ладоней двух рук*. Так, в своем высказывании Обама обращается ко всем регионам своей страны (от севера и юга до востока и запада) и, соответственно, ко всем гражданам. Метафорическая модель (персонификация СТОРОНЫ СВЕТА – ЭТО ЛЮДИ, которые могут собираться вместе), выступает способом образного акцентирования целостности государства и вызывает чувство гордости и сплоченности у народа Америки. Б. Обама также формирует позитивную ассоциацию со своей личностью как кандидатом в президенты, объединяющим весь народ:

*It was here, in Springfield, where North, South, East and West come together (соединяет ладони обеих рук) that I was reminded of the essential decency of the American people - where I came to believe that through this decency, we can build a more hopeful America [361; 433].*

Реализация концепта ЭКОНОМИКА (*market, rating agencies*) в тактике воодушевления в президентском дискурсе показывает избирателю, что Обама намерен вернуть надежду народа на прибыльное функционирование рынка. Тактику маркирует *указательный палец, направленный в сторону аудитории*, как способ акцентировать сказанное:

*I believe that if we hope to restore trust in the markets, (указательный палец) we must be able to trust the judgment of our rating agencies [379; 444].*

В целом, тактика воодушевления эксплицитно реализуется в президентском дискурсе Б. Обамы в предвыборном лозунге «hope», а также обнаруживается в высказываниях президента, настраивающих аудиторию на позитивный лад (ср.: «Б. Обама вселяет в людей чувство надежды (Obama made people feel Hopeful)» [226, с. 382]). Эта тактика комплексно реализует дискурсообразующие концепты БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ, ЭКОНОМИКА в президентском дискурсе Б. Обамы и использует языковые маркеры (модальные глаголы, глагольные формы Present и Past Simple, инфинитивные конструкции, герундий; лексемы со значением стремления и надежды). Невербальные маркеры этой тактики представлены характерным жестом воодушевления – *метание дротика*.

**3.1.3.3. Тактика умиротворения оппонента.** Тактика согласия с оппонентом [88, с. 128] или, по И. И. Серяковой – уступчивости, направлена на уклонение от конфликтного взаимодействия [175, с. 164].

Механизм манипулятивного воздействия тактики умиротворения оппонента состоит в том, что соглашаясь с оппонентом, Б. Обама дает ложный позитивный настрой для потенциальных избирателей оппонента.

Избиратели подсознательно чувствуют, что могут доверять Обаме, так как его политика более социально ориентирована, чем политика оппонентов-республиканцев. Тем самым, говоря, что оппонент прав (*Senator McCain's absolutely right, Governor Romney and I agree*), Обама манипулирует сознанием и влияет на выбор аудитории.

Тактика умиротворения оппонента актуализирует концепты ЭКОНОМИКА и НАЦИЯ. Языковые маркеры этой тактики представлены грамматически: посредством глагольных форм Present Simple, Passive, а также лексически (глаголами со значением согласия: *to agree, to be right* и т.п.). Невербальные маркеры представлены следующими жестами: *ладонь либо указательный палец направлен к аудитории*. Просодические элементы представлены *низким тембром голоса* Б. Обамы.

Следуя принципам кооперации, Обама во время дискуссии с Дж. МакКейном говорит, что он согласен с оппонентом по поводу необходимости усиления мер ответственности, но добавляет, что это стремление не должно ограничиваться только периодом экономического кризиса (актуализация концепта ЭКОНОМИКА (*crisis*)). Обама подкрепляет свои слова, направляя *указательный палец на своего оппонента*, что усиливает эффект этой тактики:

*Well, I think Senator McCain's absolutely right (указательный палец) that we need more responsibility, but we need it not just when there's a **crisis** [332; 428].*

Актуализация негативных признаков концепта ЭКОНОМИКА (злоупотребления в сфере выделения денежных средств – *earmarks process has been abused*) воздействует на аудиторию, вызывая понижение доверия к оппонентам президента – республиканской партии и ее представителю Дж. МакКейну. *Тембр голоса* Б. Обамы *становится ниже*, создавая эффект доверительности, и тем самым он убеждает аудиторию в своем псевдо-согласии с оппонентом. Экстралингвальное влияние усиливает светло-фиолетовый цвет рубашки президента:

(низкий тембр голоса) *Well, Senator McCain is absolutely right that the earmarks process has been abused, which is why I suspended any requests for my home state, whether it was for senior centers or what have you, until we cleaned it up* [332; 428].

Тактика умиротворения оппонента Дж. МакКейна в вопросах жилищного ценообразования актуализирует концепт ЭКОНОМИКА (*prices*) и маркируется жестом: *открытой ладонью правой руки* Обама показывает, что действительно намерен стабилизировать политику цен на жилье:

*Sen. McCain is right that we've got (открытая ладонь правой руки) to stabilize housing prices* [334; 445].

Используя тактику умиротворения оппонента, Б. Обама выражает свое согласие по вопросам внешней политики, актуализируя концепт ЭКОНОМИКА посредством метафорической модели ЭКОНОМИКА – ЭТО АРТЕФАКТ, который можно перестроить. Говоря «*we*», Обама *указывает в сторону аудитории*, чем частично снимает с себя ответственность за произнесенные слова, формируя выгодный ему образ у народа Америки:

*And for the most part I agree with Sen. McCain on many of the steps that have to be taken. (указывает в сторону аудитории) We've got to provide moral support to the Poles and Estonia and Latvia and all of the nations that were former Soviet satellites. But we've also got to provide them with **financial and concrete assistance to help rebuild their economies*** [334; 445].

Во время предвыборной кампании 2012 года Б. Обама частично соглашается с губернатором М. Ромни, своим оппонентом в вопросах налогообложения, актуализируя концепт ЭКОНОМИКА (*tax, corporate tax, expenses, profit*). Актуализация важного для аудитории концепта ЭКОНОМИКА способствует формированию политического имиджа политика путем создания положительных ассоциативных связей: Б. Обама → понижение налога / *lower our corporate tax rate*, Б. Обама → налоговые преимущества / *tax advantages*:

*We need to create jobs here. And both Governor Romney and I agree actually that we should lower our **corporate tax** rate. It's too high. But there's a difference in terms of how we would do it. I want to close loopholes that allow companies to deduct **expenses** when they move to China; that allow them to **profit** offshore and not have to get **taxed**, so they have **tax** advantages offshore [394].*

Б. Обама достигает умиротворения оппонента, выражая согласия с ним, при этом намекая на невыгодную экономическую политику его соратников. Так, актуализируя концепт ЭКОНОМИКА (*invest*), Обама говорит о рабочих местах как о грузе, который можно отправить за границу (*jobs being shipped overseas*), формируя метафорическую модель РАБОТА – ЭТО ГРУЗ. Его *указательный палец направлен в сторону аудитории*, акцентируя, что народ США именно под влиянием Ромни инвестирует свои средства за пределы Америки:

*Well, Governor Romney's right, you are familiar with **jobs being shipped overseas** because (*указательный палец направлен в сторону аудитории*) you **invested** in companies that were shipping jobs overseas [395; 446].*

Дискурсообразующие концепты ЭКОНОМИКА и НАЦИЯ актуализируются в высказывании, где Б. Обама поддерживает мнение своего оппонента в вопросах *свободного рынка / free market* и *работающих людей / American workers*. Использование когнитивной метафоры СВОБОДНЫЙ РЫНОК – ЭТО ЧЕЛОВЕК, которая может работать, создает в сознании аудитории ассоциативную связь президента Б. Обамы и тенденции изменений к лучшему:

*<...> you're right. I mean that's how our **free market** works. But I've made a different bet on **American workers** [395].*

В целом, тактика умиротворения оппонента прослеживается в президентском дискурсе Б. Обамы в оба предвыборных периода, она актуализирует ключевые концепты ЭКОНОМИКА и НАЦИЯ и сопровождается

языковыми маркерами (глаголами в форме Present Simple, Passive Voice), а также кинесическими (*жестами раскрытой ладони правой руки и указательного пальца в сторону аудитории и оппонента*), просодическими (*понижением тембра голоса*) маркерами.

### **3.2. Вербальные и невербальные средства реализации конфронтационных стратегий и тактик дискурса Б. Обамы**

Конфронтационные глобальные стратегии дискурса Б. Обамы реализуются в локальных стратегиях дискредитации, которые в свою очередь включают тактики обвинения и критики; а также стратегии конфронтационной манипуляции (так называемое «манипулятивное агрессивное поведение» [58]), представленные тактикой прогнозирования негативных последствий.

**3.2.1. Стратегии и тактики дискредитации в дискурсе Барака Обамы.** Стратегию дискредитации рассматривают в рамках глобальной стратегии конфронтации в ситуациях речевого воздействия, которые характеризуются как «игра на понижение» (downplay) [88 с.160; 274].

Дискредитация определяется исследователями как подрыв доверия, умаление авторитета, значения кого/чего-либо [307]. Особый интерес представляют «речевые действия, цель которых – подорвать доверие, вызвать сомнение в положительных качествах кого-либо» [88, с.161]. Л.Л. Славова отмечает, что «стратегии дискредитации предполагают подрыв доверия к оппоненту, приуменьшение его авторитета, значения, открытие негативных сторон, качеств соперника, распространение негативной информации про него, коммуникативная цель – понизить имидж оппонента» [179, с. 28].

В соответствии с агональной функцией борьбы за власть как основной функцией и глобальной интенцией адресанта политического дискурса в дискурсе Б. Обамы агональная функция реализуется в стратегии

дискредитации, «которая является основной в противопоставлении «свои – чужие», а цель стратегии дискредитации – подорвать авторитет дискредитируемого объекта, унизить его, опорочить, очернить в глазах избирателей» [145, с. 87]. Стратегии дискредитации являются «демонстрацией политической силы и направлены на понижение статуса адресата» [49, с. 161].

Реализация этой стратегии предполагает «публичность речевых действий и рассчитана она прежде всего на реакцию наблюдателей (т.е. избирателей)» [145, с. 87]. Такая стратегия в полной мере раскрывает потенциал Обамы, признанного «первоклассным оратором», который умело использует ораторские приемы и имеет безукоризненный «невербальный профиль» публичных выступлений [175, с. 201]. В президентском дискурсе Б. Обамы основные тактики в рамках стратегии дискредитации – это тактика обвинения и критики.

Эффективное речевое воздействие на реципиента политической риторики «возможно тогда, когда слушающий не осознает преднамеренности в выборе говорящим тех или иных вариантов» [88, с. 37]. Задача политического лидера в процессе применения «речевого воздействия заключается в сокрытии самого наличия вариантов, то есть парадигматики. Это заставляет адресата воспринимать языковые выражения как единственно возможные, адекватно отображающие внеязыковую действительность» [88, с. 37]. В тактике критики и обвинения эффективность восприятия определяется «подбором и «дозировкой» информации, соотношением негативных и позитивных деталей» [88, с. 37]. Речь идет об использовании политиком той социально значимой информации, которая актуальна для общества.

О.С. Иссерс сравнивает тактику критики с тактикой оскорбления. Основная задача этих двух тактик состоит в дискредитации оппонента в глазах аудитории: во-первых, ставится задача вызвать у слушателей смеховую реакцию, во-вторых, унизить, задеть чувства политического

оппонента. «Обе задачи взаимосвязаны: при отсутствии успеха в решении хотя бы одной из них (например, дискредитация налицо, а оппонент не уязвлен, критика его «не задела») говорить об оскорблении нельзя» [88, с. 165]. По нашим данным, в президентском дискурсе Б. Обамы отсутствуют откровенно оскорбительные высказывания, так как подобные высказывания несовместимы с цивилизованной политической деятельностью, зато активно используется тактика критики.

Локальная интенция критики направлена на подрыв доверия к политическому оппоненту. Механизм соответствующей тактики реализуется в рамках интродуктивно-информативной стратегии, где вводится информация негативного характера. Тем самым политик может «показать свое превосходство над противником» [84, с. 69]. Критика осуществляется через «такое представление фактов, которое выгодно говорящему и невыгодно его оппоненту» [84, с. 69]. При этом, с одной стороны, «нет зон, закрытых для критики» [210, с. 126], но, с другой стороны, «демократия – это не вседозволенность», отмечает Е. И. Шейгал [210, с. 126]. В частности, тактика критики признается универсальной в предвыборном дискурсе [49, с. 145].

Для критики оппонентов Б. Обама актуализирует дискурсообразующие концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ и НАЦИЯ. Языковые маркеры этой тактики – грамматические (глагольные формы пассивного залога, Present Simple, Present Continuous, Past Perfect) и лексические (лексемы-номинации имен концептов). Невербальные маркеры критики включают кинесические: жесты *указательного пальца и ладони*, а также просодические: *ускорение темпа речи*.

Критика в президентском дискурсе Б. Обамы сфокусирована на дискурсообразующих концептах ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (*health care*) и ЭКОНОМИКА (*economy*) как основе для всех остальных программных вопросов политика. Посредством метафорической модели ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ, который можно сломать,

Обама формирует негативные ассоциации по отношению к своему предшественнику. Используя жест *вытянутый указательный палец*, президент акцентирует свои слова и привлекает внимание слушателей. Так, Обама негативно оценивает высказывания МакКейна о состоянии дел в экономическом секторе:

*A **health care system that is broken**, energy policies that are not working, because, you know, (вытянутый указательный палец) 10 days ago, John said that the fundamentals of the **economy** are sound. I do not think that they are [332; 428].*

Критикуя экономическую политику Дж. Буша и Дж. МакКейна, Обама номинирует концепт ЭКОНОМИКА посредством метафорической модели ЭКОНОМИКА – ЭТО РАСТЕНИЕ и показывает, что он лучше оппонентов знает, как достичь экономического роста. Одновременно он формирует харизматичный образ непогрешимого реформатора:

*And over time, that, I think, is going to be a better recipe for **economic growth** than the — the policies of President Bush that John McCain wants to follow [332].*

Актуализируя концепт ЭКОНОМИКА, Б. Обама критикует многочисленные лазейки (*loopholes*) в налоговом законодательстве, которые появились при поддержке Дж. МакКейна, подкрепляя свои слова *ускорением темпа речи*, что концентрирует внимание аудитории:

*(ускорение темпа речи) There are so many loopholes that have been written into the **tax** code, oftentimes with support of Senator McCain [332; 428].*

Цель критики оппонентов достигается в дискурсе актуализацией концептов ЭКОНОМИКА и БЕЗОПАСНОСТЬ (антиценность ВОЙНА) в метафорической модели ВОЙНА – ЭТО ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ, задолженность, которую американцы вынуждены погасить. Жест Б. Обамы – *вытянутые раскрытые ладони в сторону аудитории* – символизирует доверительные отношения со слушателями:

(раскрытые ладони в сторону аудитории) *We had **put two wars on a credit card*** [363; 439].

Тактика критики в дискурсе Б. Обамы граничит с тактикой обвинения: имеет аналогичную локальную интенцию (дискредитацию, очернение политического противника) и механизм персуазивного воздействия (ср.: критика – это указание на недостатки в том, что было сделано, обвинение – одна из форм критики, направленная на «возложение вины за обнаруженные недостатки» [313]).

Тактику обвинения относят к специализированным тактикам стратегий дискредитации и нападения [145, с. 87]. Как отмечает О.С. Иссерс, обвинение отличается от оскорбления тем, что не предполагает намерения унижить, уязвить, выставить в смешном виде [88, с. 161]. «Стратегия обвинения противника позволяет сформировать имидж политика, способного на честную оценку соперника» [49, с. 186].

Так, в ходе первых дебатов между Б. Обамой и Дж. МакКейном Обама в достаточно жесткой форме обвиняет лидера республиканцев в негативных действиях его партии, утверждает, что эта политическая сила «пренебрегает людьми» и актуализирует концепты НАЦИЯ и ЭКОНОМИКА (*tax, people*). Эксплицитно обвиняя предшественника, Обама *понижает голос и резко выставляет указательный палец* в сторону оппонента:

(*понижает голос*) *And when you look at your **tax** policies that are directed primarily at those who are doing well, and (указательный палец) you are neglecting people who are really struggling right now, I think that is a continuation of the last eight years, and we can't afford another four* [332; 428].

Наши данные показывают, что именно в жанре дебатов присутствуют наиболее выраженные стратегии конфронтации. Как подчеркивает А. Фетцер, политические партии решают свои вопросы «за кулисами» (*behind the scenes*), в то время как отдельные политики переносят открытую борьбу на общественные подмости, которые предоставляют СМИ (*mediated public*

stage). Здесь они «конструируют, ре-конструируют, контекстуализируют» политику; и задачей политика становится всеми средствами и способами, доступными в СМИ, презентовать свою политическую программу гетерогенной аудитории – потенциальным избирателям как можно более правдиво и убедительно [242, с. 10].

В следующем примере, актуализируя концепт БЕЗОПАСНОСТЬ (*troops*), Обама откровенно обвиняет Дж. Буша в нежелании вернуть домой солдат, воюющих в Ираке. Обама показывает, что голосуя против, он противостоит этой вредной, по его мнению, политике Дж. Буша:

*And I'm proud I voted against giving a blank check to the man who said he sees us keeping our **troops** in Iraq for as long as we have in Korea. But we can't give George Bush the last word here* [387].

Б. Обама имплицитно обвиняет представителей предыдущей власти через указание на созданные ими серьезные проблемы в сфере здравоохранения, экономики и образовательном секторе. В его дискурсе концепты ЗДРАВООХРАНЕНИЕ (*health care*), ЭКОНОМИКА (*economy*) и НАЦИЯ (*nation*) образно актуализированы метафорическими моделями ЭКОНОМИКА – ЭТО НЕСТАБИЛЬНЫЙ / РАЗБАЛАНСИРОВАННЫЙ ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ, НАЦИЯ – ЭТО СОЛДАТ, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ – ЭТО СЛОМАННЫЙ МЕХАНИЗМ. Подобные метафоры создают угрожающий образ оппонента и формируют стойкий негативный имидж республиканцев:

*I did not run for the presidency to fulfill some long-held ambition or because I believed it was somehow owed to me. Because we are at a defining moment in our history. Our **nation** is at war. Our **health care** system is broken, our **economy is out of balance**, our education system fails too* [377].

В целом, тактика критики и обвинения в дискурсе Обамы раскрывает его «не показную, сдержанную манеру голосового и жестового поведения» [175, с. 200]; ее объектом служат действия республиканца Дж. МакКейна. Тактика актуализирует все ключевые концепты дискурса, невербально сопровождаясь

типичными для Б. Обамы жестами (*указательный палец и открытая ладонь*), а также *ускорением темпа речи*.

**3.2.2. Манипулятивно-конфронтационные стратегии и тактики дискурса Барака Обамы.** Тактика прогнозирования негативных последствий служит дискредитации оппонента путем критики его действий в будущем. Механизм персуазивно-манипулятивного воздействия состоит в имплицитном обращении к жизненно важным для американских граждан концептам и формировании негативных ассоциаций с оппонентом.

Реализуя эту тактику Б. Обама, как правило, актуализирует концепты НАЦИЯ и ЭКОНОМИКА. Языковыми маркерами тактики служат глагольные формы Present Simple, Present Continuous, а невербальные маркеры включают кинесические (*жесты правой рукой, поднятый большой палец*), а также просодические (*ускорение темпа и понижение тембра речи и интенсификация ключевых слов [1]*).

В частности, для прогнозирования негативных последствий деятельности оппонентов Б. Обама использует ассоциации с фашизмом и коммунизмом (*fascism and communism*), сравнивая их с понятием топливной тирании (*tyranny of oil*), и актуализирует концепт НАЦИЯ посредством метафорической модели СТРАНА – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который может столкнуться с чем-либо. Негативные последствия президент Америки видит в возможной угрозе разрушения устоявшейся топливной системы и призывает нынешнее поколение к решительным действиям (перекладывая ответственность с себя на поколение в целом). Такая устрашающая риторика сопровождается просодией: *голос Обамы звучит громче и ниже обычного*, что способствует концентрации внимания аудитории:

*At the dawn of the twenty-first century, the **country that faced down the tyranny of fascism and communism** is now **called to challenge the tyranny of oil**. (голос громче и ниже) For the very resource that has fueled our way of*

*life over the last hundred years now threatens to destroy it if our **generation** does not act now and act boldly [429].*

Во время дебатов с Дж. МакКейном Б. Обама намекает на ухудшение уровня жизни среднестатистического американца, т.е. ухудшение экономического сектора (актуализация концепта ЭКОНОМИКА лексемами *money, cuts, deficit* и когнитивной метафорой ДЕНЬГИ – ЭТО ЧЕЛОВЕК, который может приходить). Так, в негативном сценарии Б. Обамы речь идет о «затягивании поясов», которое наблюдалось в последние 8 лет. Обама прогнозирует, что такое положение дел может продлиться дольше, если снова победит кандидат от правящей политической партии:

*(голосовая интенсификация ключевых слов ) If less **money is coming in**, you end up making **cuts**. Maybe you don't go out to dinner as much. Maybe you put off buying a new car. We have had over the last eight years the biggest increases in **deficit** spending and national debt in our history [334; 445].*

В ходе дебатов 2008 году Обама прогнозирует, что экономическая политика, а именно снижение налогообложения для крупных компаний, которую проводит его оппонент Дж. МакКейн, приведет к ухудшения благосостояния 100 миллионов американских граждан. Актуализация концептов ЭКОНОМИКА и НАЦИЯ (*tax cuts, reduced taxes, Americans*) заставляет аудиторию задуматься о выборе претендента на пост президента:

*Senator McCain is proposing and this is a fundamental difference between us \$300 billion in **tax cuts** to some of the wealthiest corporations and individuals in the **country** <...> And in his tax plan, you would have <...> 500 companies getting an average of \$700,000 in **reduced taxes**, while leaving 100 million **Americans** out [332].*

Концепт ЭКОНОМИКА в высказывании Б. Обамы представлен метафорической моделью ЗАТРАТЫ – ЭТО ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ, его можно «свалить» на американский народ. Такая метафора выступает инструментом формирования негативного имиджа оппонента Б. Обамы и напротив,

выставляет самого президента в хорошем свете, акцентируя его харизматичность. *Жестикуляция правой руки* в сторону оппонента усиливает манипулятивный эффект сказанного.:

(*жестикуляция правой руки*) *Governor Romney's central economic plan calls for a \$5 trillion tax cut <...> How we pay for that <...> without dumping those costs onto middle-class Americans <...>* [333; 448].

Оперируя концептом ЭКОНОМИКА (*jobs*), Обама прогнозирует банкротство крупнейших автокомпаний Америки, и как следствие – потерю рабочих мест из-за вероятных действияй М. Ромни, кандидата от партии республиканцев. При этом его *голос звучит громче* и он *подымает большой палец вверх*, что символизирует агрессию либо властность:

(*голос звучит громче*) *Governor Romney said just isn't true. (большой палец вверх) He wanted to take them into bankruptcy without providing them any way to stay open. And we would have lost a million jobs. Don't take my word for it, take the executives at GM and Chrysler* [394; 447].

Обама прогнозирует провал плана действий М. Ромни по понижению уровня дефицита, актуализируя концепт ЭКОНОМИКА через его антиценность дефицит (*deficit*) с помощью метафорической модели ДЕФИЦИТ – ЭТО ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ, его можно уменьшить. При этом *повышение голоса* Обамы акцентирует внимание аудитории:

<...> (*повышение голоса*) *we've got to make sure that we reduce our deficit. Unfortunately, Governor Romney's plan doesn't do it* [395; 446].

В целом, тактика прогнозирования негативных последствий служит формированию негативного имиджа оппонента, с одной стороны, и позитивного имиджа президента-харизматика (способность к пророчеству), с другой; при этом в дискурсе Б. Обамы актуализируются концепты НАЦИЯ и ЭКОНОМИКА, взаимодействуют языковые и невербальные (жестовые и голосовые) средства.

Наши наблюдения за невербальной составляющей дискурса Б. Обамы позволили суммировать частотность использования отдельных компонентов и представить в табл. 3.2.:

Таблица 3.2.

**Невербальные компоненты президентского дискурса Б.Обамы**

<i>Невербальные компоненты</i>	<i>Стратегии и тактики</i>	
	<i>Кооперативные</i>	<i>Конфронтационные</i>
Раскрытые к аудитории ладони	<b>17%</b>	20%
Поднятый указательный палец	15%	<b>24%</b>
Понижение тона голоса	<b>14%</b>	17%
Визуальный контакт	9%	4%
Замедление темпа речи	<b>9 %</b>	0 %
Жест «щепотка соли»	<b>8 %</b>	0 %
Жест «метание дротика»	<b>6 %</b>	0 %
Интенсификация голосом ключевых слов	5%	<b>13%</b>
Ускорение темпа речи	6 %	<b>13 %</b>
Руки в замке	4 %	0%
Улыбка	5 %	0%
Кулак с поднятым большим пальцем	1%	3%
Вертикальное движение рук (руки)	1%	6%
<i>Итого</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

Как видно из табл. 3.2, невербальные компоненты существенно отличаются: наиболее частотным для кооперативных стратегий являются жест *движение раскрытых ладоней в сторону аудитории*, также частотным есть такой просодический компонент, как *понижение тона*; наименее частотный жест *кулак с поднятым большим пальцем*, а также жест *руки в замке*.

Для конфронтационных стратегий частотны жесты поднятый *указательный палец* и *движение раскрытых ладоней в сторону аудитории*, просодика стратегий сконцентрирована на *понижении тона голоса*; кинесика с наименьшей частотностью отмечена жестом *кулак с поднятым большим пальцем*, а просодика стратегий наименее представлена *ускорением темпа речи* и *голосовой интенсификацией ключевых слов*.

Универсальными для всех стратегий и тактик идиодискурса Б. Обамы оказываются невербальный компонент *движение раскрытых ладоней* и *понижение тона голоса* – их справедливо считать специфичными, присущими президентскому дискурсу средствами воздействия, отражающими его манеру коммуникативного поведения и формирующими имидж сдержанного и уверенного в себе политика, харизматика-центриста.

## ВЫВОДЫ ПО ТРЕТЬЕЙ ГЛАВЕ

Персуазивно-манипулятивное воздействие на электорат в дискурсе Б. Обамы происходит посредством актуализации ключевых концептов ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ, НАЦИЯ в стратегиях и тактиках, разграниченных по принципу цели: 1) кооперация – стратегии агитации (тактика обещания, призыва/побуждения), стратегии аргументации (тактика самопрезентации, отождествления, иллюстрирования), манипулятивно-кооперативные стратегии (тактика ценностной ориентации адресата, тактика воодушевления), тактика воодушевление, а также тактика умиротворения оппонента) и 2) конфронтация – стратегии дискредитации (тактика обвинения и критики), а также манипулятивно-конфронтационные стратегии (тактика прогнозирования негативных последствий).

1. В президентском дискурсе Б. Обамы стратегия агитации реализуется тактиками обещания и призыва/побуждения адресата к действию. Тактика обещания разделяется на долгосрочные и краткосрочные.

Тактика призыва в президентском дискурсе Б. Обамы объективирует ключевые концепты дискурса Обамы в сознании и подсознании электората, акцентируя внимание на темах здравоохранения, экономики, безопасности и проблемах образования.

2. Стратегии аргументации в дискурсе Б. Обамы нацелены на все сферы жизни человека и служат целям убеждения адресата и побуждению его к действию. Ее реализуют:

тактика самопрезентации, в которой Обама позиционирует себя как продолжатель дела А. Линкольна, политик-центрист, объединитель страны, реформатор здравоохранения;

тактика отождествления, имеющая целью перемещение ответственности с лидера государства на других людей. В дискурсе первой предвыборной кампании Обама чаще берет ответственность на себя; а во второй достигает снижения уровня ответственности президента США, перемещая ответственность на абстрактного индивида или группу индивидов – свою команду и весь американский народ. Тематика тактики отождествления – безопасность и здравоохранение;

тактика иллюстрации посредством примеров в дискурсе Б. Обамы основанна на реальных позитивных событиях далекого прошлого и времени своего первого срока правления, это дает стойкую ассоциацию адресата политического дискурса с улучшением социально-экономических показателей и формирует позитивный образ президента.

3. Манипуляция массовым сознанием как вид психологического воздействия осуществляется в дискурсе Б. Обамы посредством негативно и позитивно окрашенных тактик: 1) манипуляция, основанная на информации негативного (дискредитирующего) плана, имеет целью показать недостатки оппонентов; 2) манипуляция, основанная на ценностях, надеждах и ожиданиях избирателей, направлена на повышение собственного рейтинга политика. Среди манипулятивно-кооперативных стратегий обнаружены

тактики: манипуляции ценностями, воодушевления, умиротворения оппонента.

Тактика учета ценностных ориентиров включает ценности – экономика, здравоохранение, образование, религия и процветание; и антиценности – война, террористы, экономический кризис и пр.;

реализуя тактику воодушевления, Обама вдохновляет аудиторию на совершение неординарных поступков. Интердискурсивность его выступлений проявляется в объединении черт политического дискурса и проповеди с ее особым тембром голоса и ритмом, который гипнотически воздействует и убеждает аудиторию;

тактика умиротворения оппонента служит одновременно «ловушкой» для адресата дискурса и данью вежливости оппоненту.

4. Конфронтационные стратегии и тактики президентского дискурса Б. Обамы как представителя демократического государства (по численности в 3 раза меньше, чем кооперативных), они ограничены стратегиями дискредитации и манипулятивно-конфронтационными стратегиями:

Тактика обвинения и критики в дискурсе Обамы не переходит в оскорбление; она базируется на фактической информации, релевантной для адресата политического дискурса и в основном нацелена на неверные политические решения республиканской партии, в сфере экономики, налогового кодекса, безопасности, войны в Ираке, здравоохранения, образование.

Пользуясь тактикой обвинения и критики для успешного персуазивного воздействия, политик одновременно вводит новую информацию негативного характера (интродуктивно-информативная стратегия), показывая свое превосходство над оппонентом и возвышая себя самого:

манипулятивно-конфронтационная тактика прогнозирования негативных последствий в дискурсе Б. Обамы нацелена на скрытое воздействие на американских граждан, путем создания негативных

ассоциаций. Б. Обама использует ее для дискредитации своего политического оппонента и его команды, сосредотачивая внимание на негативных последствиях их политики в топливной и экономической сферах.

5. Дискурсу Б. Обамы присущ набор типичных кинесических и просодических характеристик, усиливающих персуазивное воздействие на аудиторию. К первым относятся: *раскрытые к аудитории ладони, поднятый указательный палец, визуальный контакт, жест «щепотка соли» и «метание дротика», руки в замке, кулак с поднятым большим пальцем, вертикальное движение рук и улыбка*. Типичные просодические средства дискурса Б. Обамы: *понижение тона голоса, замедление и ускорение темпа речи*, а также *интенсификация голосом ключевых слов*. При этом в кооперативных стратегиях преобладают (жесты *раскрытые к аудитории ладони, поднятый указательный палец*), а в конфронтационных – *поднятый указательный палец*, что служит акцентированию сказанного.

6. Дискурсивная личность Б. Обамы – это умеренный ситуативный харизматик-центрист вербальные, невербальные и экстралингвистические коды его коммуникативного поведения формируют публичный имидж президента – рационального политика, объединителя нации, миротворца, защитника прав женщин и социальных меньшинств.

Основные положения данной главы отражены в следующих публикациях автора: [161; 162; 166; 167].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование представляет собой интегративный системный когнитивно-коммуникативный анализ президентского дискурса Барака Обамы двух периодов его президентского правления, впервые выполненный в когнитивно-дискурсивной парадигме современной лингвистики. Он направлен на выявление специфики коммуникативного поведения политика как воплощения варьирования его идиоконцептосферы по сравнению с концептосферой народа, что соответствует соотношению общего и отдельного.

Избранный объект и предмет исследования обусловили использование современных методов теории дискурса, когнитивной лингвистики, прагматики, имиджологии и PR и позволили выявить механизм персуазивно-манипулятивного речевого воздействия дискурса Б. Обамы на аудиторию как когнитивно-прагматический комплекс конфронтационных и кооперативных стратегий и тактик, объективирующих ключевые концепты-идеологемы идиоконцептосферы президента.

Президентский дискурс Б. Обамы определен в работе как мыслекоммуникативный процесс и результат политического воздействия, воплощенный языковыми и неязыковыми знаками и опосредованный СМИ с выраженной личностной составляющей. Основные темы дискурса заданы индивидуальной концептосферой политика, его ключевыми концептами-идеологемами: ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ и НАЦИЯ; а коммуникативный аспект нацелен на идеологическое воздействие, т.е. изменение концептосферы американцев путем внедрения в нее политических ценностей президента в стратегиях и тактиках его дискурса.

В результате изучения фактического материала в работе впервые выстроена когнитивно-коммуникативная модель президентского дискурса Б. Обамы, генерированная концептами ЗДРАВООХРАНЕНИЕ, ЭКОНОМИКА, БЕЗОПАСНОСТЬ и НАЦИЯ, которые представлены номинациями,

сгруппированными в соответствии с их архисемами, гиперсемами и семами в ЛСП с микрополями и расширениями.

Дискурсообразующие концепты Б. Обамы в его идиоконцептосфере и концептосфере американцев варьируются как отдельное и общее: первым присуща меньшая номинативная плотность, разница высвеченности отдельных слотов обусловлена ценностными доминантами политика.

В идиодискурсе Б. Обамы номинативное пространство концепта ЗДРАВООХРАНЕНИЕ сформулировано ЛСП «Healthcare» с микрополями «Medicine» (расширения «preventive medicine», «therapy», «rehabilitation»), «Health» (расширения «physical health», «mental health»), «Medical Insurance» (расширения «state medical programs»). Образная составляющая концепта актуализирована метафорами на основе коррелятивных групп: ЧЕЛОВЕК, ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ, ВОЙНА.

Концепт ЭКОНОМИКА в идиодискурсе Б. Обамы ослвлен членами ЛСП «Economy» с микрополями «Economic System» («branch», «type (of economic system)»); «Management» («regulation», «economic doctrine»), «Frugality» (расширения «thrift», «saver», «prosperity») и актуализирован метафорами, охватывающими коррелятивные группы ЧЕЛОВЕК, ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ, РАСТЕНИЕ и ВМЕСТИЛИЩЕ.

Концепт БЕЗОПАСНОСТЬ в идиодискурсе Б. Обамы структурирован ЛСП «Security» с микрополями «Physical security» («safety», «peace», «shelter» и «protection»), «Financial security» («insurance», «possession»), «Mental security» («confidence», «calmness»). Его актуализируют метафоры коррелятивных групп ЧЕЛОВЕК, ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ и ВМЕСТИЛИЩЕ.

Концепт НАЦИЯ в идиодискурсе Б. Обамы представлен лексемами – компонентами ЛСП «Nation» и его микрополями «State» («power», «federation», «assembly»), «Country» («land», «people») и актуализирован когнитивными метафорами коррелятивных групп: ЧЕЛОВЕК, ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ и ВМЕСТИЛИЩЕ.

Будучи референтами когнитивных метафор, образованных в результате перекрестного картирования свойств этих концептов и концептуальных признаков перечисленных коррелятивных групп, ключевые концепты-идеологемы в дискурсе Б. Обамы образуют метафоры-персонификации, структурные и онтологические метафоры.

Воздействующий характер президентского дискурса обусловлен его ведущими интенциями, направленными на достижение основной персуазивно-манипулятивной цели. Механизм персуазивно-манипулятивного воздействия президента, направленный на изменение концептосферы слушателей, осуществляется путем актуализации ключевых концептов-идеологем в глобальных и локальных стратегиях и тактиках его идиодискурса с применением комплекса кинесических (жесты, улыбка, зрительный контакт) и просодических (изменение тембра голоса) средств.

В рамках глобальной кооперативной стратегии ведущими служат: стратегия агитации (тактики обещания, призыва / побуждения), аргументации (тактики самопрезентация, отождествления, иллюстрации) и манипулятивно-кооперативные стратегии (тактики ценностной ориентации, воодушевления, умиротворения оппонента), которые формируют позитивный имидж политика. Немногочисленные глобальные конфронтационные стратегии дискредитирует политического оппонента, а также выступают манипулятивно-конфронтационными тактиками его дискурса.

С помощью комплекса вербальных, невербальных и экстралингвистических средств президентский дискурс формирует публичный имидж Б. Обамы – сложившийся в массовом сознании стереотипизированный позитивно оценочный эмоционально окрашенный образ ситуативного харизматика-центриста, объединителя нации, миротворца, рационального политика, борца с несправедливостью – защитника прав женщин и социальных меньшинств. Процессуальная сторона дискурсивной харизматичной личности Обамы включает эмоциональность

речи, неспешную энергичность, ситуативное чувство юмора, интерактивность и демократичность его дискурса.

Проведенное исследование служит развитию когнитивно-коммуникативного (прагматического) подхода в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистики. Полученные данные и выводы вносят вклад в современную теорию дискурса, когнитивную лингвистику, теорию когнитивной метафоры, лингвоперсонологию, прагмалингвистику, имиджелогия, PR и открывает перспективны для дальнейшего развития когнитивной прагмалингвистики, изучения политических концептов и доменов, стратегий дискурса, политической когнитивной метафоры, для расширения лингвистических исследований в области политической имиджелогии и манипуляции массовым сознание в дискурсе.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексієвець О. М. Просодичні засоби інтенсифікації висловлювань сучасного англійського мовлення / О. М. Алексієвець. – [монографія]. – Тернопіль : Економічна думка, 2002. – 200 с.
2. Алефиренко Н. Ф. Значение и концепт / Н. Ф. Алефиренко // Спорные проблемы семантики. – Волгоград : Перемена, 1999. – С. 59–67.
3. Алефиренко Н. Ф. Когнитивно-дискурсивные аспекты лингвокультурологии / Н. Ф. Алефиренко. – Волгоград : Перемена, 2004. – 255 с.
4. Алефиренко Н. Ф. Спорные проблемы семантики / Н. Ф. Алефиренко. – М. : Гнозис, 2005. – 326 с.
5. Алефиренко Н. Ф. Теория языка. Вводный курс: учеб. пособие. – М.: Изд. центр «Академия», 2007. – 368 с.
6. Аристотель. Поэтика : соч. в 4-х т. / Аристотель; пер. с древнегр. М. Л. Гаспарова]. – Т. 4. – М. : Мысль, 1983. – 830 с.
7. Аристотель. Риторика. Поэтика / Аристотель. – М. : Лабиринт, 2000. – 224 с.
8. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н.Д. Арутюнова // Теория метафоры: сборник ; пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. / [Вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной]. – М. : Прогресс, 1990а. – С. 5-32.
9. Арутюнова Н. Д. Феномен второй реплики или о пользе спора / Н. Д. Арутюнова // Логический анализ языка. – Вып 3. Противоречивость и аномальность текста. – М., 1990б. – С.175-189.
10. Баранов А. Г. Семиотическая личность : кодовые переходы / А. Г. Баранов. // Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности: Тезисы межд. Симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. – Калуга, 2006. – С. 30-31.

11. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику / А. Н. Баранов. – М. : Эдиториал, – 2001. – 245 с.
12. Баранов А. Н. Воскрешение метафоры / А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов // Русская политическая метафора. – М., 1994. – 256 с.
13. Баранов А. Н. Русская политическая метафора. Материалы к словарю / А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов. – М. : Ин-т русск. яз. АН СССР, 1991. – 193 с.
14. Баранов А. Н., Паршин П. Б. Речевое воздействие и аргументация / А. Н. Баранов, П. Б. Паршин // Рекламный текст: семиотика и лингвистика. – М. : «Издательский дом Гребенникова», 2000. – С. 109 – 163.
15. Баранов А.Г. Прагматика как методологическая перспектива языка. – Краснодар: Просвещение-Юг, 2008. – 188 с.
16. Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика: учеб. Пособие / А.Н. Баранов. – 3е изд. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2011. – 592 с.
17. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М., 1979. – С. 237-280.
18. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі : [монографія] / Л. Р. Безугла. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2007. – 332 с.
19. Безуглая Л. Р. Дискурс как когнитивно-коммуникативный феномен / [Л. Р. Безуглая, Е. В. Бондаренко, П. М. Донец и др.] / [монография] ; под общ. ред. Шевченко И.С. ; пер. с укр. – Харьков : Константа, 2005. – 356 с.
20. Безуглая Л.Р. Прагмалингвистическая концепция И.П. Сусова : Послесловие / Л.Р. Безуглая // Сусов И.П. Лингвистическая прагматика. – Винница : Нова книга, 2009. – С. 249–260.
21. Безуглая Л.Р. Семантика и прагматика: к проблеме соотношения понятий. [Электронный ресурс]. / Л.Р. Безуглая // КОГНИЦИЯ,

- КОММУНИКАЦИЯ, ДИСКУРС. – 2015. – №10. – С. 8 – 26. – Режим доступа : <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no10-2015/bezuglaa-1-r> [Дата доступа 29.06.2016]
- 22.Белехова Л. И. Образное пространство американской поэзии : лингвокогнитивный аспект : автореф. дис. на соискание ученой степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки / Л.И. Белехова. – К. 2002. – 35 с.
- 23.Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации : [монография] / А. Д. Белова. – К. : Киев. ун-т им. Тараса Шевченко, ИИА «Астрея», 1997. – 310 с.
- 24.Белова А. Д. Дискурс тэтчеризма (на материале речей Маргарет Тэтчер 1968–1996) / А. Д. Белова // Вісник Харків. держ. ун-ту: Романо-германська філологія. – Харків : Константа, 2000. – № 430. – С. 22–29.
- 25.Белова А. Д. Стратегии соблазнения в современной рекламе роскошных товаров (на материале виртуальной рекламы) / А. Д. Белова // Лінгвістика ХХІ століття : нові дослідження і перспективи / НАН України. Центр наук. Досліджень і викладання іноземних мов; редкол.: А. Д. Белова (голов. ред..) та ін. – К. : Логос, 2007. – С. 56–67.
- 26.Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики /А. Д. Белова // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр. – К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2004. – С. 11–16.
- 27.Беляева Л.Н., Чернявская В.Е. Доказательная лингвистика: метод в когнитивной парадигме // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2016.– № 3. – С. 77-84. DOI: 10.20916/1812-3228-2016-3-77-84
- 28.Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти (теоретико-эмпирическое исследование языка и его использования в социальном контексте) / Р. М. Блакар // Психология влияния : Хрестоматия / Сост.А.В.Морозов – СПб., 2000 – С.42–66.
- 29.Бодуэн де Куртенэ И. А. Избранные труды по общему языкознанию / И. А. Бодуэн де Куртенэ . – М., 1963. – 391 с.

- 30.Бондаренко Е. В. Когнитивная метафора времени в британском поэтическом дискурсе XX века. [Электронный ресурс]. / Е.В. Бондаренко // Вестник Челябинского государственного университета. Выпуск № 30 – 2008. – С. 23–29. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnaya-metafora-vremeni-v-britanskom-poeticheskom-diskurse-xx-veka> [Дата доступа 15.12.2014]
- 31.Бондаренко Е. В. Матричное моделирование базовых понятий картины мира. / Е. В. Бондаренко // Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – 2013. – № 1051. Сер. : Когнітивна лінгвістика. – С. 6-11.
- 32.Бондаренко Е. В. Матричное моделирование. Дуальность времени в англоязычной картине мира : [монография] / Е. В. Бондаренко. – Х.: ХНУ имени В.Н. Каразина, 2014. – 304 с.
- 33.Бондарко А. В. Полевые структуры в системе языковой категоризации / А. В. Бондарко // Теория, история, типология языков : материалы чтений памяти В.Н. Ярцевой. – Вып. I.; [отв. ред. Д.Б. Никуличева]. – М., 2003. – С. 13–20.
- 34.Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге / И.Н. Борисова // Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург, 1996. – С. 21-48.
- 35.Бровченко І.В. Концептуальна метафора у кліше англомовного наукового тексту : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Бровченко Ірина Володимирівна. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – 20 с.
- 36.Бровченко И. В. Концептуальная метафора в клише англоязычного научного текста : дисс. канд. филол. наук : 10.02.04 / Бровченко Ирина Владимировна. – Черкассы, 2011. – 364 с.
- 37.Будаев Э. В. Политическая метафора в лингвокультурологическом аспекте / Э. В. Будаев // Национально-культурное пространство и проблемы коммуникации: Материалы междунаро. научно-практ. конф. 25–26 окт. 2007 г. Ч. I. – СПб: Изд-во ИВЭСЭП, 2007. – С. 146-153.

- 38.Будаев А. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая лингвистика. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.philology.ru/linguistics1/budaev-chudinov-06a.htm> [Дата доступа 22.12.2015]
- 39.Быкова О. Н. Опыт классификации приёмов речевого манипулирования в текстах СМИ / О. Н. Быкова // Речевое общение : Вестник Российской риторической ассоциации / Краснояр. гос. ун-т. – 2000. – Вып. 1 (9).– С. 42-53.
40. Ваховская О. В. Вербализация концепта грех в англоязычном дискурсе XIV – XXI веков : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Ваховская Ольга Владимировна. – Харьков, 2011. – 287 с.
- 41.Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / А. Вежбицкая ; пер. с англ. А. Д. Шмелева. – М. : ЯСК, 2001. – 272 с.
- 42.Веретенкина Л. Ю. Языковое выражение межличностных манипуляций в драматургии А.Н.Островского. / Лариса Юрьевна Веретенкина 10.02.01 –русский язык. автореф. канд. филол. наук. Пенза. – 2004. – 24 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://chelovek nauka.com/yazykovoe-vyrazhenie-mezhlichnostnyh-manipulyatsiy-v-dramaturgii-a-n-ostrovskogo> [Дата доступа 15.01.2015]
- 43.Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак; пер. с англ. и нем.; ВГПУ. – Волгоград : Перемена, 2004. – 139 с.
- 44.Воробйова О. П. Концептологія в Україні : здобутки, проблеми, прорахунки / О. П. Воробйова // Вісник КНЛУ. Серія «Філологія». – К. : КНЛУ, 2011. – Т. 14, № 2. – С. 53–64.
- 45.Воробйова О. П. Метафори про метафору: дидактичний сценарій / О. П. Воробйова // Записки з романо-германської філології : Одес. нац. ун-т імені І.І. Мечникова. – Вип. 25. – 2010. – С. 76–84.
- 46.Вохрышева Е. В. Коммуникативные стратегии диалогического взаимодействия в новоанглийском языке : автореф. дис. на соискание

- учен. степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» /  
Е. В. Вохрышева. – СПб., 2001. – 45 с.
47. Генералова С. Н. Взаимодействие этнокультурных и личностных  
смыслов в индивидуальной концептосфере политика. – 2011  
[Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://jurnal.org  
/articles/2011/fill5.html](http://jurnal.org/articles/2011/fill5.html) [Дата доступа 10.09.2012]
48. Германова Н. Н. Коммуникативная стратегия комплимента и проблемы  
типологии речевых этикетов / Н. Н. Германова // Язык и модель мира :  
сб. научн. трудов. – Вып. 416. – М., 1993. – С. 27-39.
49. Горина Е. В. Когнитивно-коммуникативные характеристики  
американского электорального дискурса республиканцев : дис. ... канд.  
филол. наук : 10.02.04 / Горина Елена Владимировна. – Харьков, 2008.  
– 240 с.
50. Грачев Г. В. Манипуляция личностью: организация, способы и  
технологии информационно-психологического воздействия /  
Г.В. Грачев, И. К. Мельник. – М. : Алгоритм, 2002. – 288 с.
51. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации /  
Д. Б. Гудков. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2007. – 288 с.
52. Гульбинский Н. А., «Краткий курс» для эффективных политиков. /  
Н. А. Гульбинский, Е. С. Сорокина. – М.: «АВАНТИ», 1999.
53. Гусейнов Г. Ч. Карта нашей родины: идеологема между словом и телом  
/ Г. Ч. Гусейнов. – М. : «О.Г.И», 2005. – 216 с.
54. Даньшина Е.В. Имидж политического лидера в американском  
предвыборном дискурсе // Вісник Харків. нац. ун-ту імені  
В. Н. Каразіна. – 2006. – № 726. – С. 113–116.
55. Дейк ван Т. А. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в  
языке и коммуникации – 2013.pdf [Электронный ресурс] – Режим  
доступа : <http://www.ex.ua/94401786> [Дата доступа 25.04.2016]

56. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Дейк ван ; [пер. с англ. ; сост. Петров В.В. ; под ред. В.И. Герасимова]. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.
57. Дементьев В. В. Социопрагматический аспект теории речевых жанров : учеб. пособие / В. В. Дементьев, К. Ф. Седов. – Саратов : изд-во СПИ, 1998. – 107 с.
58. Дементьев В. В. Суггестивные аспекты косвенных речевых актов и речевых жанров. [Электронный ресурс] / Дементьев В. В. // КОГНИЦИЯ, КОММУНИКАЦИЯ, ДИСКУРС. – 2014. – №8. – С. 20 – 36. – Режим доступа : <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no8-2014/dementev-v-v> [Дата доступа 29.06.2016]
59. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политической филологии / В. З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс : история и современные исследования. – М., 2002. – №3. – С. 32-43.
60. Джуматій О.О. Лексико-семантичне поле FACE в сучасній англійській мові та мовленні. Автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04; Одес. нац. ун-т імені І. І. Мечникова. – Одеса: 2015. – 20 с.
61. Донец П. Н. Основы общей теории межкультурной коммуникации / П. Н. Донец : [монография]. – Волгоград, 2004. – 345 с.
62. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо, 1997. – 344 с.
63. Друзина Н. В. Фундаментальные глаголы бытия и обладания. Функциональный и когнитивный аспекты : дисс. ... доктора филол. наук : 10.02.19 / Друзина Наталия Владимировна. – Саратов, 2005. – 352 с.
64. Дудьев В. П. Психомоторика: словарь-справочник, 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vocabulary.ru/dictionary /893/word/prosodija-prosodika>

- 65.Еемерен Ф. Аргументация, коммуникация, ошибки / Ф. Еемерен, Р. Гроотендорст. – СПб : Васильевский остров, 1992. – 208 с.
- 66.Єнікєєва С.М. Самоорганізація словотворчої системи (на матеріалі лексичних інновацій англійської мови) / С.М. Єнікєєва // Нова філологія. – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2013. – № 58. – С. 53-60
- 67.Еременко А. А. Базовые метафоры в политическом дискурсе Барака Обамы / А. А. Еременко // Вестн. Харк. нац. ун-та им. В.Н. Каразина. – 2010. – № 897. Сер. : Романо-германская филология. Методика преподавания иностранных языков. – Вып. 62. – С. 88-94.
- 68.Еременко А. А. Домен «НАЦИЯ» в рамках концептосферы политического дискурса Б. Обамы. / А. А. Еременко // Філологічні трактати. – Суми, 2012. – Том 4, № 4. –С. 20-24.
- 69.Еременко А. А. Домен ЭКОНОМИКА в современном американском президентском политическом дискурсе / А. А. Еременко // Функциональная лингвистика : сб. науч. работ / Крымский республиканский институт последипломного педагогического образования; науч. ред. А. Н. Рудяков. – Симферополь, 2012. – № 3. – С 174-177.
- 70.Еременко А. А. Концептуализация в политических речах Барака Обамы / А. А. Еременко // Каразінські читання : Людина. Мова. Комунікація : XI наукова конференція з міжнародною участю, 3 лютого 2012 г.: тези доповідей. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – С 84–86.
71. Еременко А. А. Метафоризация домена ЭКОНОМИКА в современном американском политическом дискурсе / А. А. Еременко // Каразінські читання : Людина. Мова. Комунікація : XII наукова конференція з міжнародною участю, 1 лютого 2013 г.: тези доповідей. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. – С. 106–108.
72. Еременко А. А. Метафорика домена ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в современном американском президентском дискурсе / А. А. Еременко

- // П'ятий міжнародний науковий форум. Сучасна англїстика і романїстика: перший рубїж нового тисячолїття, 18 сентября 2013 г. : тези доповїдей; за ред. В. О. Самохіної. – Х. : ХНУ іменї В. Н. Каразїна, 2013. – С. 58-61.
73. Еременко А. А. Метафорическое отражение домена ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в президентском дискурсе Барака Обамы / А. А. Еременко // Проблемы лингвистики и лингводидактики : междунар. сб. науч. ст.; под ред. С.А. Моисеевой, Л.Г. Петровой. – Белгород : ИПЦ «ПОЛИТЕРРА», 2014. – Вып. II. – С. 55 – 60.
74. Еременко А. А. Метафорическое представление Домена ЗДРАВООХРАНЕНИЕ в президентском дискурсе Барака Обамы / А. А. Еременко // Каразїнські читання: Людина. Мова. Комунікація : XIII наукова конференція з міжнародною участю, 7 лютого 2014 г. : тези доповїдей . – Х. : ХНУ іменї В.Н Каразїна, 2014. – С. 112-113.
75. Ермаков Ю. А. Манипуляция личностью: смысл, приемы, последствия / Ю. А. Ермаков. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1995. – 208 с.
76. Ємельянова О. В. Варіативність комунікативних стратегій та тактик дискурсу фінансового прогнозу / О. В. Ємельянова // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразїна. – 2011. – № 953. – С. 30–34.
77. Жаботинская С. А. Концепт / домен: матричная и сетевая модели / С. А. Жаботинская // Культура народов Причерноморья. – 2009. – Т. 1, № 168. – С. 254–259.
78. Жаботинская С.А. Концептуальная метафора: процедура анализа для множественных данных / С.А. Жаботинская // Актуальні проблеми менталінгвістики : [збірник статей за матеріалами VII Міжнар. конф.], (Черкаси, Черкас. нац. ун-т іменї Б. Хмельницького, 28–29 квітня 2011 р.). – Черкаси : Ант, 2011. – С. 3–6.
79. Жесты рук. Описание и применение. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://artsofindia.tripod.com/rdevi22.htm> [Дата доступа 25.12.2015]

80. Жоль К. К. Мысль, слово, метафора (Проблемы семантики в философском освещении) / К. К. Жоль. – К. : Наукова думка, 1984. – 302 с.
81. Залевская А. А. Введение в психолингвистику / А. А. Залевская. – М. : Рос. гос. гуманит. ун-т, 1999. – 382 с.
82. Земская Е. А. Категория вежливости в контексте речевых действий / Е. А. Земская // Логический анализ языка: язык речевых действий. – М., 1994. – С. 131-136.
83. Иванова С. В. Лингвокультурология: проблемы, поиски, решения / С. В. Иванова, З. З. Чанышева. – Уфа : РИЦ БашГУ, 2010. – 366 с.
84. Иванова Ю. М. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Иванова Юлия Михайловна. – Волгоград, 2003. – 138 с.
85. Ильясов Ф. Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. / Ф. Н. Ильясов – М.: ИМА-пресс, 2000.
86. Ільченко М.Л. Реалізація стратегії емоційної аргументації на синтаксичному рівні в американських передвиборчих теледебатах /Л.М. Ільченко, В.В. Рижкова // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – Серія “Інозмена філологія. Методика викладання іноземних мов”. – 2016. – Вип. 83. – С. 17-22.
87. Ільченко М. Л. Гендерна специфіка стратегій комунікативного домінування в американських передвиборчих теледебатах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 – германські мови / М. Л. Ільченко. – Харків, 2014. – 23 с.
88. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс – [Изд. 5-е]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. — 288 с.
89. Иссерс О. С. Этикет и антиэтикет как лингводидактическая проблема / О. С. Иссерс, Н. А. Кузьмина // Rossica Ostraviensca-97: lingua rossica insphaera mercaturae. – Ostrava, 1997. – С.109-113.

90. Калюжная А.Б. Ключевые концепты англоязычного детективного дискурса / А.Б. Калюжная // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – Серія “Інозна філологія. Методика викладання іноземних мов”. – 2016. – Вип. 83. – С. 79-86.
91. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : ЭКСМО-пресс, 2001. – 830 с.
92. Карасик В. И. Иная ментальность / В. И. Карасик, О. Г. Прохвачена, Я. В. Зубкова, Э. В. Грабарова. – М. : Гнозис, 2005. – 352 с.
93. Карасик В. И. Лингвокультурная концептология : учеб. пособие к спецкурсу / В. И. Карасик, Н. А. Красавский, Г. Г. Слышкин. – Волгоград : Парадигма, 2009. – 116 с.
94. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
95. Карасик В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – Волгоград : Парадигма, 2007. – 520 с.
96. Карасик В. И. Язык социального статуса / В.И. Карасик. – М. : Гнозис, 2002. – 333 с.
97. Карасик В. И. Лингвокультурный типаж: к определению понятия. / В. И. Карасик, О. А. Дмитриева // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажы: Сб. научн. тр. / Под ред В.И. Карасика. – Волгоград: Парадигма, 2005. – С. 5-24.
98. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 264 с.
99. Каслова А. А. Метафорическое моделирование президентских выборов в России и США: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое типологическое и сопоставительное языкознание» / А. А. Каслова – Екатеринбург, 2003. – 20 с.
100. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации : Краткий курс / В.Б. Кашкин – Минск : Харвест; М. : АСТ : Восток–Запад, 2007. – 256 с.

101. Кегеян С. Э. Политический дискурс. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [vestnik.sutr.ru/journals\\_n/1341331320.pdf](http://vestnik.sutr.ru/journals_n/1341331320.pdf) [Дата доступа 24.12.2015]
102. Клар Г. Тест Люшера. Психология цвета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aquarun.ru/psih/ct/ct4.html> [Дата доступа 14.10.2015].
103. Клушина Н. И. Интенциональный метод в современной лингвистической парадигме. – 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/1242> [Дата доступа 5.07.2013]
104. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика : учебник / И. М. Кобозева. – [2-е изд.]. – М. : Едиториал УРСС, 2000. – 352 с.
105. Козлов Н. Основные правила работы с жестами. – 2011. – 4 с. [Электронный ресурс] / Н. Козлов. – Режим доступа: <http://nkozlov.ru/distance/s202/d2405/#.VQwdC3RgKCI> [Дата доступа 15.02.2015]
106. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке / Г.В. Колшанский. – М. : Наука, 1990. – 108 с.
107. Кошарная С. А. Миф и язык : Опыт лингвокультурологической реконструкции русской мифологической картины мира / С. А. Кошарная. – Белгород : БелГУ, 2002. – 288 с.
108. Кошелюк М. Выборы: магия игры. Технологии победы. – М.: Макроцентр, 2000. – 192 с.
109. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. – М., 2003. – 375 с.
110. Красных В. В. Строение языкового сознания : фрейм-структуры / В. В. Красных // Когнитивная семантика. – Ч. 1. – Тамбов, 2000. – С. 53-55.
111. Крисанова Т.А. Функціональний стиль VS дискурс // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна» : збірник наукових праць. – Острог : Видавництво

- Національного університету «Острозька академія», 2016. – Вип. 62. – С. 188-190
112. Кронгауз М. А. Семантика : учебник для студ. лингв. фак. высш. учеб. заведений / М. А. Кронгауз. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Академия, 2005.– 352 с.
113. Кубрякова Е.С. Возвращаясь к определению знака / Е. С. Кубрякова // Вопросы языкознания. – 1993. – Вып. 4. – С. 18–28.
114. Кубрякова Е. С. Язык и знание : На пути получения знаний о языке : Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
115. Кунина М. Н. Когнитивно-прагматические характеристики террористического дискурса : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / М. Н. Кунина. – Краснодар, 2001. – 23 с.
116. Купина Н. А. Живые идеологические процессы и проблемы культуры речи / Н. А. Купина // Язык. Система. Личность. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2005. – С. 90-104.
117. Лавриненко И. Н. Стратегии и тактики мены коммуникативных ролей в современном англоязычном кинодискурсе : дис. ... канд. филол. наук 10.02.04 / Лавриненко Ирина Николаевна. – Харьков, 2011. – 259 с.
118. Лассвел Г. Политическая лингвистика. 2006. № 20. С. 264-280.
119. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Русская словесность: от теории словесности к структуре текста: антол. / Ин-т народов России [и др.]; под общ. ред. В. П. Нерознака. – М., 1997. – С. 280-287.
120. Ломинина З. И. Когнитивно-прагматические характеристики текстов по экологии (предметная область «загрязнение среды») :

- автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / З. И. Ломинина. – Краснодар, 2000. – 23 с.
121. Лотман Ю. М. Бытовое поведение и типология культуры в России XVIII в. / Ю. М. Лотман // Самосознание России : антология. – Вып.2. Философские рефлексии. – М. : ИНИОН РАН, 2000. – С.220-225.
122. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
123. Маккормак Э. Когнитивная теория метафоры / Э. Маккормак : пер. с англ. А. Д. Шмелева // Теория метафоры / [вступ. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; под общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М. А. Журиной]. – М., 1990. – С. 358–387.
124. Малышева Е. Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация [Электронный ресурс]. – / Е. Г. Малышева // Политическая лингвистика. 2009. – № 30. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/ideologema-kak-lingvokognitivnyy-fenomen-opredelenie-i-klassifikatsiya> [Дата доступа 11.06.2014]
125. Мальцева О. Н. Описание языковой личности (конструктивный период) : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / О. Н. Мальцева. – Краснодар, 2000. – 19 с.
126. Манакин В. Н. Сопоставительная лексикология / В. Н. Манакин. – К.: Знання, 2004. – 326 с.
127. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англomовному дискурсі :[монографія] / А. П. Мартинюк. – Харків : Константа, 2004. – 292 с.
128. Мартинюк А. П. Прототип як операційна одиниця перекладу / А. П. Мартинюк // Вісн. Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. – 2007. – № 772. – С. 15–18.

129. Мартынюк А.П. Разграничение дискурса и текста с позиций интеграционного подхода [Электронный ресурс] / А. П. Мартынюк. – 2009. – Режим доступа: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/4924/2/Martyniuk.pdf> [Дата доступа 15.12.2014]
130. Маслова В. А. Homo lingualis в культуре / В. А. Маслова. – Витебск : Изда-во УО «ВГУ им. П.М. Машерова», 2004. – 214 с.
131. Матузкова О.П. Англійська ідентичність як лінгвокультурний феномен: когнітивно-дискурсивний аспект // Автореф. дис. докт. філол. н. 10.02.04 – герм. мови. Одеса, ОНУ ім. І.І. Мечникова, 2014. – 39 с.
132. Милевская Т. В. Дискурс и текст: проблема дефиниции [Электронный ресурс] / Т. В. Милевская. – 2002. – Режим доступа : [www.teneta.ru/rus/me/milevskat-discourseandtextdfn.htm](http://www.teneta.ru/rus/me/milevskat-discourseandtextdfn.htm).
133. Минкин Л. М. К теории праксематики: темпоральный субстрат речевого акта / Л. М. Минкин // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – 2003. – № 586. – С.38-44.
134. Морозова Е. И. Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект / Е. И. Морозова : [монография]. – Харьков : Экограф, 2005. – 300 с.
135. Науменко Л. П. Лінгвоконцептосфера сучасного англомовного бізнес-дискурсу в комунікативно-прагматичному вимірі / Л. П. Науменко : [монография]. – К : Логос, 2015. – 498 с.
136. Нерознак В. П. Лингвистическая персонология : к определению статуса дисциплины / В. П. Нерознак : сб. науч. тр. Моск. гос. лингв. ун-та. – Вып. № 426. Язык. Поэтика. Перевод. – М., 1996. – С.112–116.
137. Никитин М. В. Основание когнитивной семантики / М. В. Никитин. – СПб. : Из-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2003. – 277 с.
138. Никитин М. В. Основы лингвистической теории значения / М. В. Никитин. – М. : Высш. шк., 1988. – 168 с.

139. Око планеты. Жесты рук и их значение. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://oko-planet.su/spravka/spravkamir/184596-zhesty-ruk-i-ih-znachenie.html> [Дата доступа 22.12.2015]
140. Олескин А. В. Политический потенциал современной биологии: философские, политологические и практические аспекты. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://uchebnik-online.net/book/443-politicheskij-potencial-sovremennoj-biologii-filosofskie-politologicheskie-i-prakticheskie-aspekty-uchebnoe-rukovodstvo-oleskin-av/51-54-neverbalnaya-kommunikaciya-v-chelovecheskom-obshhestve-i-ee-biopoliticheskoe-znachenie.html> [Дата доступа 22.09.2015]
141. Опарина Е. О. Концептуальная метафора / Е. О. Опарина // Метафора в языке и тексте / отв. ред. В.Н. Телия. – М., 1988. – С. 65-78.
142. Павлова Н. Д. Механизмы и средства психологического воздействия в дискурсе// Психологические исследования. – 2013. – Т.6. – №. 32. – С. 3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.psystudy.ru/index.php/num/2013v6n32/905-pavlova32.html> [Дата доступа 14.09.2015].
143. Панасюк А. Ю. Как убеждать в своей правоте: Современные психотехнологии убеждающего воздействия / А. Ю. Панасюк. – М. : Дело, 2002. – 376 с.
144. Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация / В. Н. Панкратов. – М. : Изд-во Института психотерапии, 2000. – 208 с.
145. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дисс. ... док-ра. филол. наук : 10.02.01 / Паршина Ольга Николаевна. – Саратов, 2005. – 332 с.
146. Петлюченко Н. В. Харизматика: мовна особистість і дискурс / Н. В. Петлюченко : [монографія]. – Одесса : Астропринт, 2009. – 464 с.
147. Петлюченко Н. В. Харизматична особистість політичного лідера німецького та українського апелятивних дискурсів : зіставний аспект :

- автореф. дис. на здобуття наукового ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.17 «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство» / Н. В. Петлюченко. – К., 2010. – 35 с.
148. Пименова М. В. Предисловие Текст. / М. В. Пименова // Попова З. Д. и др. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2005. – С. 3–11.
149. Пищальникова В. А. Содержание понятия картина мира в современной лингвистике [Электронный ресурс] В. А. Пищальникова // Труды международного семинара по компьют. л-ке и ее приложениям «Диалог-2000». – М., 2000. – Том 1. Теоретические проблемы. – Режим доступа : [www.dialog-21.ru](http://www.dialog-21.ru) [Дата доступа 15.03.2012]
150. Полякова Т. А. Стратегии аргументации в современном политическом дискурсе / Т. А. Полякова. – 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elib.krasu.ru/handle/2311/7307> [Дата доступа 15.01.2015]
151. Поникарева А.Ю. Суггестивно-аргументативный потенциал сложноподчиненного синтаксиса публичных речей Б. Обамы и Д. Кемерона / А.Ю. Поникарёва // Сучасна англїстика: до 85-річчя кафедри англійської філології: Шостий міжнар. науковий форум, 23 вересня 2015 р. : тези доп. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – С. 116–118.
152. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2007. – 314 с.
153. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2003. – 191 с.
154. Попова З. Д. Понятие концептосферы. Когнитивная лингвистика [Электронный ресурс] / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Режим доступа: <http://zinki.ru/book/kognitivnaya-lingvistika/ponyatie-konceptosfery/> [Дата доступа 15.04.2015]

155. Попова З. Д. Язык и сознание: теоретические разграничения и понятийный аппарат / З. Д. Попова, И. А. Стернин [Электронный ресурс]. 2015 – Режим доступа : <http://lektsii.com/1-71043.html> [Дата доступа 15.03.2015]
156. Постовалова В. И. Существует ли языковая картина мира? / В. И. Постовалова // Язык как коммуникативная деятельность человека : сб. науч. тр. МГПИИЯ. – М., 1987. – Вып.284.– С.65–72.
157. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, Ваклер, 2000. – 768 с.
158. Почепцов О. Г. Основы прагматического описания предложения : автореф. дис. на соискание ученой степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / О. Г. Почепцов. – К., 1989. – 47 с.
159. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики : [монографія] / А. М. Приходько. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с.
160. Приходько А. Н. Концепты и концептосистемы / А. Н. Приходько. – Днепропетровск : Белая Е.А., 2013. – 307 с.
161. Прокопенко А. А. Аргументативная стратегия в рамках президентского дискурса Барака Обамы / А. А. Прокопенко // I Таврические филологические чтения : междунар. науч.-практич. конф., Херсон, 27-28 февраля 2015 г. : материалы. – Херсон : Издательский дом «Гельветика», 2015. –С. 244-245.
162. Прокопенко А. А. Ключевые стратегии и тактики в президентском дискурсе Барака Обамы / А. А. Прокопенко // Филологические трактаты. – 2015. – Том 7, № 2. – Сумы : СумДу. – С. 116-122.
163. Прокопенко А. А. Метафорическое наполнение домена БЕЗОПАСНОСТЬ в президентском дискурсе Барака Обамы / А. А. Прокопенко // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XIV наукова конференція з міжнародною участю, 27

- Марта 2015. : тези доповідей. – Х. : ХНУ імені В.Н Каразіна, 2015. – С. 191–193.
164. Прокопенко А. А. Реализация стратегий и тактик в профессиональном политическом дискурсе // А. А. Прокопенко // Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів : IV міжнар. наук. конф., 22 марта 2014 г. : матеріали. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2014. – С. 69–72.
165. Прокопенко А. А. Семантичний простір номінацій HEALTHCARE у президентському дискурсі Барака Обами / А. А. Прокопенко // Новая филология : сб. науч. работ. – Запорожье : ЗНУ, 2014. – № 64. – С. 84–90.
166. Прокопенко А. А. Тактика обещания в президентском дискурсе Барака Обамы / А. А. Прокопенко // Contemporary Tendencies in Science and Education: Studies of the Germanic, Romance Languages and Translation : International Scientific and Practical Internet Conference, Mykolaiv, 20-30 April, 2015 : materials digest / Chief Editor : Kozak N. I.; Publishing Editor : Barkar U. Ya. – Mykolaiv : The Mykolaiv V. O. Sukhomlynsky National University, 2015. – P. 120-124.
167. Прокопенко А. А. Реализация тактики призыва/побуждения в президентском дискурсе Барака Обамы // А. А. Прокопенко // Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів : V міжнар. наук. конф., 19 марта 2016 г. : матеріали. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. – С. 86-90 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://foreign-languages.karazin.ua/ru>
168. Пси-Фактор. Женщин привлекает низкий тембр голоса мужчины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://psyfactor.org/news/voice.htm> [Дата доступа 23.12.2015]

169. Радионов А. Ю. Зеркало души. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rodionov.by/?p=3103>
170. Ричардс А. Философия риторики / А. Ричардс ; [пер. с англ. Р.И. Розиной] // Теория метафоры / [вступ. ст. и сост. Н.Д. Арутюновой; под общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной]. – М., 1990. – С. 44–68.
171. Жесты рук и кистей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://psiho.sinekrilaya.ru/text2.htm> [Дата доступа 22.12.2015]
172. Седов К. Ф. О манипуляции и актуализации в речевом воздействии / К. Ф. Седов // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2003. – Вып. 2. – С. 20-27.
173. Самохина В.О. Деалектико-діалогічна сутність феномена інтертекстуальності як поліфонії текстів / В.О. Самохина // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія : Іноземна Філологія. – Харків, 2015. – Випуск 81. – С. 21-28.
174. Серль Дж. Р. Открывая сознание заново. Перевод с англ. А. Ф. Грязнова. М. : Идея-Пресс, 2002. – 256 с.
175. Серякова И. И. Невербальный знак коммуникации в англоязычных дискурсивных практиках : Монография / И. И. Серякова. – Киев: Изд. Центр КНЛУ, 2012. – 280 с.
176. Серякова И. И. Прагматика коммуникативных стилей / И. И. Серякова. // Наук. Вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Філологічні науки (Мовознавство). – 2009. № 17. – С. 74-77.
177. Символика и геральдика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.symbolarium.ru/index.php/Жест> [Дата доступа 15.12.2015]

178. Скорость, темп речи. О влиянии голоса на психологию человека и психологии на стиль голоса. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.constudio.ru/2008/11/skorost-temp-rechi.html> [Дата доступа 22.12.2015]
179. Славова Л. Л. Языковая личность в современном американском и украинском политическом дискурсе : автореф. дис. на соискание ученой степени доктора филол. наук : спец. 10.02.17 «Сравнительно-историческое и типологическое языкознание» / Л. Л. Славова . – К., 2015. – 36 с.
180. Славова Л. Л. Мовна особистість політика: когнітивно-дискурсивний аспект : монографія / Людмила Леонардівна Славова. – Вид-во ЖДУ, 2010. – 358 с.
181. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты / Г. Г. Слышкин. – Волгоград : Перемена, 2004. – 340 с.
182. Солнцев В.М. Язык как системно-структурное образование. / В.М. Солнцев. – М.: Наука, 1971. – 294 с.
183. Солощук Л. В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англomовному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Л. В. Солощук. – К., 2009. – 42 с.
184. Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі : [монографія] / Л. В. Солощук. – Харків : Константа, 2006. – 300 с.
185. Сосланд А. И. Харизма современного политика и как ее создавать. 87-95 С. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.ruthenia.ru/logos/number/1999\\_09/1999\\_9\\_07.htm](http://www.ruthenia.ru/logos/number/1999_09/1999_9_07.htm) [Дата доступа 20.12.2015]
186. Сусов И. П. Введение в языкознание : Электронный учебник / И. П. Сусов. – М. : Восток – Запад, 2006. – 382 с.

187. Тичер С. Методы анализа текста и дискурса / [С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Ветер] ; пер. с англ. – Харьков : Гуманитарный Центр, 2009. – 356 с.
188. Турченко В. О. Когнітивно-комунікативні характеристики концепту скромність в англomовному дискурсі XIV–XXI століть дис. канд. філол. наук : 10.02.04 / Турченко Віра Олександрівна. – Харків, 2014. – 241 с.
189. Тхір М. Б. Створення іміджу президента в американському політичному дискурсі: лінгвокогнітивний та комунікативно-когнітивний аспекти (на матеріалі політичних промов Барака Обами) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / М. Б. Тхір. – Херсон, 2014. – 22 с.
190. Ущина В.А. Позичіонування суб'єкта в англomовному дискурсі ризику : соціокогнітивний аспект : Монографія. / В.А.Ущина. – Луцьк : Вежа, 2015. – 380 с.
191. Фролова И. Е. Стратегии конфронтации в англоязычном дискурсе [монография] / И. Е. Фролова. – Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2009. – 344 с.
192. Фролова И. Е. Регулятивный потенциал стратегии конфронтации в англоязычном диалогическом дискурсе: инструментарий и принципы анализа / И. Е. Фролова // Когниция. Коммуникация. Дискурс. – 2013. – № 7. – С. 111–130.
193. Фролова І. Є. Дискурсивна стратегія як організуючий конституант вербально-соціальної інтеракції / І. Є. Фролова // Лінгвістика ХХІ століття : нові дослідження і перспективи / НАН України. Центр наук. досліджень і викладання іноземних мов; редкол. : А.Д. Белова (голов. ред.) та ін. – К. : Логос, 2009. – 283 с. – С. 242–249
194. Хабарова Н. А. Тексты аннотаций: прагмалингвистический подход: Монография. – Днепрпетровск : Пороги, 2012. – 160 с.

195. Холодная М. А. Психология интеллекта. Парадоксы исследования / М. А. Холодная. – СПб. : Питер, 2002. – 272 с.
196. Цуладзе А. Большая манипулятивная игра / А. Цуладзе. – М. : Алгоритм, 2000. – 336 с.
197. Чернявская В. Е. Власть дискурса и дискурс власти: проблемы речевого воздействия : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 136 с.
198. Чернявская В. Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта : Наука, 2013. – 208 с.
199. Чудинов А. П. Политическая лингвистика / А. П. Чудинов : учебное пособие. – М.: Флинта : Наука, 2007. – 254 с.
200. Чудинов А. П. Динамика моделей политической метафоры / А. П. Чудинов // Языки и транснациональные проблемы : Мат-лы I междунар. науч. конф. 22–24 апреля 2004 г. Т. 1 / Отв. ред. Т. А. Фесенко. – М. – Тымбов : Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2004. – С. 37-45.
201. Шевченко И. С. Абрис когнитивного вектора прагмалингвистики / Шевченко И. С., Сусов И. П., Безугла Л. Р. // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В. Н. Каразіна. – Харків, 2008. – № 811. – С. 3–7.
202. Шевченко И. С. Дискурс и его категории / И. С. Шевченко // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2011. – № 973. – Вып. 68. – С. 6 – 12.
203. Шевченко И.С. Дискурс как мыслекоммуникативное образование / И. С. Шевченко, Е. И. Морозова // Вестник ХНУ им. В.Н. Каразина. – 2003. – № 586. – С. 33-38.
204. Шевченко И.С. Дискурс как когнитивно-коммуникативный феномен: единицы и категории // Лингвистические исследования. Сборник статей / ЕГУ. Вып.5. – Ереван: Лимуш, 2015. – С. 146-158.

205. Шевченко И.С. Этюды об интердискурсивности // Записки з романо-германської філології. – Вип 1(34). – Одеса: КП ОМД, 2015 – С. 189 – 195.
206. Шевченко И.С. Соотношение информативной и фатической функций как проблема эколлингвистики // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2015. – №10. – С. 114–132. – Режим доступа: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse>
207. Шевырдяева Л. Н. Опыт изучения концептосферы конституционного права США [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.lomonosov.msu.ru/archive/Lomonosov\\_2007/10/Shevyrdyaeva.pdf](http://www.lomonosov.msu.ru/archive/Lomonosov_2007/10/Shevyrdyaeva.pdf) [Дата доступа 04.03.2016]
208. Шейгал Е. И. Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса / Е. И. Шейгал //Жанры речи - 3. – Саратов, 2002. – С. 205-214
209. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : [монография] / Е. И. Шейгал. – Волгоград : Перемена, 2000. – 368 с.
210. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. доктора филол. наук : 10.02.01; 10.02.19 / Шейгал Елена Иосифовна. – Волгоград, 2000. – 440 с.
211. Шейнов В. П. Искусство убеждать / В. П. Шейнов. – М. : ПРИОР, 2000. – 304 с.
212. Шишкіна К.І. Метафора як підґрунтя евфемістичної номінації соціокультурних табу у вікторіанському художньому дискурсі: лінгвокогнітивний аспект / К.І. Шишкіна // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – Серія “Інозмена філологія. Методика викладання іноземних мов”. – 2016. – Вип. 83. – С. 87-93.
213. Шостром Э. Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор / Э. Шостром. – М. : Полифакт, 1992. – 127 с.

214. Юзбекова И. Кандидаты с низким тембром голоса вызывают большее доверие у избирателей. [Электронный ресурс] <http://www.rbcdaily.ru/autonews/562949983248009> [Дата доступа 22.12.2015]
215. Antonakis J. Using the power of charisma for better leadership. [Electronic resource] [www.theguardian.com/sustainable-business/blog/learning-charisma-sustainability-leaders](http://www.theguardian.com/sustainable-business/blog/learning-charisma-sustainability-leaders) [Viewed on January 02, 2016]
216. Anderson N. A. Discursive Analytical Strategies : Understanding Foucault, Koselleck, Laclau, Luhmann / N. A. Andersen. – Bristol : The Police Press, 2003. – 160 p.
217. Batluk L. Rhythm and Rhetoric: A Linguistic Analysis of Obama's Inaugural Address [Electronic resource] / Liilia Batluk. – Mode of access: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:427453/FULLTEXT03> [Viewed on January 03, 2015]
218. Bligh M. C., Kohles J. C. The enduring allure of charisma: How Barack Obama won the historic. 2008 [Electronic resource] <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1048984309000897> [Viewed on October 16, 2015]
219. Blumenthal S. The Strange Death of Republican America: Chronicles of a Collapsing Party / S. Blumenthal [Electronic resource]. – 2008. – April 1. – Mode of access: <http://www.amazon.com/The-Strange-Death-Republican-America/dp/1402757891> [Viewed on January 04, 2015]
220. Brown C. B. Barack Obama as the Great Man: Communicative Constructions of Racial Transcendence in White-Male Elite Discourses // Communication Monographs. – 2011. – V. 78, #4. – P. 535-556. – [Electronic resource]. – Mode of access: <http://dx.doi.org/10.1080/03637751.2011.618140> [Viewed on March 25, 2016]

221. Bucholts M. Language and Identity / M. Bucholts, K. Hall // A. Companion to linguistic Anthropology / ed. By A. Duranti. – Malden : Blackwell, 2004. – P. 369 – 394
222. Campaign Finance: A victim of president-elect Obama's success. Washington Post. 2008. (online) [Electronic resource]. Editorial. WashingtonPost.com. Published on 15/12/08. – Mode of access: <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2008/12/14/AR2008121401783.html?reffer=emailarticle> [Viewed on January 04, 2015]
223. Campbell J. The Inner Reaches of Outer Space. Metaphor as Myth and as Religion / J. Campbell. – New York, Philadelphia, et al. : Harper and Row Publishers, 1986. – 158 p.
224. Carroll W. A Time of Change Facing Kennedy: Themes of Inaugural Note Future of Nation Under Challenge of New Era // The New York Times. – 1961, January 21. – P. 9.
225. Catalano T. Barack Obama: A Semiotic Analysis of his Philadelphia Speech. [Electronic resource] / T. Catalano. – Papers in Communication Studies. – University of Nebraska-Lincoln, 2011. Mode of access: <http://digitalcommons.unl.edu/commstudiespapers/16/> [Viewed on January 04, 2015]
226. Castello M. Communication power. Oxford, New York: Oxford University Press, 2009. – 571 p.
227. Chomsky N. The New York Times Syndicate. / Chomsky N. – 2013. – 4 p. [Electronic resource]. – Mode of access: [http://www.truth-out.org/opinion/item/19251-the-obama-doctrine#14357523586311&action=collapse\\_widget&id=0&data=](http://www.truth-out.org/opinion/item/19251-the-obama-doctrine#14357523586311&action=collapse_widget&id=0&data=) [Viewed on January 06, 2015]
228. Clark R. A. Topoi and rhetorical competence / R. A. Clark, J. G. Delia // Quarterly Journal of Speech. – 1979. – P. 187-206
229. Clausner T. C. Domains and image schemas / T. C. Clausner, W. Croft // Cognitive Linguistics. – 1999. – Vol. 9, No 2. – P. 1-31.

230. Clarke S. Culture and Identity / S. Clarke // The Sage handbook of Culture Analysis. – L. : Sage, 2008. – P. 99-134
231. Coe K., Neumann R. International Identity in Theory and Practice: The Case of the Modern American Presidency // Communication Monographs. – 2011. – V. 78 #2. – P. 139-161. – [Electronic resource]. – Mode of access: <http://dx.doi.org/10.1080/03637751.2011.564641> [Viewed on March 25, 2016]
232. Collomb J.-D. The Ideology of Climate Change Denial in the United States [Electronic resource] / J.-D. Collomb // European Journal of American Studies. – 2014. – Vol 9, No 1. – Document 5. – Mode of access : <http://ejas.revues.org/10305> [Viewed on January 05, 2015]
233. Debrix F. Tabloid Terror: War, Culture, and Geopolitics / F. Debrix. – New York : Routledge, 2008. – 208 p.
234. Dijk T. A. van. Cognitive context models and discourse / T. A. Dijk van. // Language structure, discourse and the access to consciousness / Ed. By M. Stamenow. – Amsterdam : Benjamins, 1997b. – P. 189-226.
235. Dijk van T. A. Discourse, Power and Symbolic Elites Text [Electronic resource]. – Mode of access: <http://w2.bcn.cat/bcnmetropolis/arxiu/en/page5f80.html?id=21&ui=337> [Viewed on October 15, 2015]
236. DiMaggio A. Howison J. D. The Rise of the Tea Party: Political Discontent and Corporate Media in the Age of Obama. Theda Skocpol and Vanessa Williamson, The Tea Party and the Remaking of Republican Conservatism / A. DiMaggio, J. D. Howison. [Electronic resource] // European Journal of American Studies. – Reviews 2013-1. – Document 4. – Mode of access: <http://ejas.revues.org/9974> [Viewed on January 03, 2015]
237. Erwin J. 'How they grew Brand Obama' (online) [Electronic resource] / J. Erwin // Advertising Age. – 2008. – Published on 27/02/08. – Mode of access: [http://adage.com/campaigntrail/post?article\\_id=125377](http://adage.com/campaigntrail/post?article_id=125377) [Viewed on January 04, 2015]

238. Fairclough N. *Language and Power* / N. Fairclough – London : Longman, 1989. – 259 p.
239. Fang Liu. *Genre Analysis of American Presidential Inaugural Speech* / Fang Liu. – Changchun University of Science and Technology, Changchun [Electronic resource]. – Mode of access: China.<http://ojs. Academypublisher.com/index.php/tpls/article/viewFile/tpls021124072411/5866> [Viewed on January 04, 2015]
240. Fauconnier G. *Mappings in Thought and Language* / G. Fauconnier. – Cambridge : Cambridge University Press, 1997. – 205 p.
241. Fauconnier G. *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities* / G. Fauconnier, M. Turner. – New York : New York Basic Books, 2002. – 440 p.
242. Fetzer A. *The multilayered and multifaceted nature of political discourse* / A. Fetzer // *The Pragmatics of Political Discourse: Explorations across cultures* / A. Fetzer (Ed.). – Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 2013. – P. 1-20.
243. Fishman E.M. *George Washington, Foundation of Presidential Leadership and Character.* / E.M. Fishman, W.D. Pederson, M.J. Rozell. – Westport, Conn : Praeger, 2001. – 237 p.
244. Geeraerts D. *Diachronic Prototype Semantics: A Contribution to Historical Lexicology* / D. Geeraerts. – Oxford : Clarendon Press, 1997. – 207 p.
245. Gentry W. *Creative leadership: Nonverbal Obama: Aside From His Words* – Jan. 20, 2009 / William. A. Gentry. [Electronic resource]. – Mode of access: [http://www.businessweek.com/managing/content/jan2009/ca20090120\\_945720.htm](http://www.businessweek.com/managing/content/jan2009/ca20090120_945720.htm) [Viewed on February 15, 2016]
246. Goffman E. *The presentation of self in everyday life.* N. Y., 1959.

247. Gumperz John J. Discourse strategies [Electronic resource] / John J. Gumperz. – Cambridge University Press, 1982. – 221 p. – Mode of access: [www.cup.cam.ac.uk](http://www.cup.cam.ac.uk) [Viewed on April 10, 2015]
248. Hallams E. From Crusader to Exemplar: Bush, Obama and the Reinvigoration of America's Soft Power [Electronic resource] / E. Hallams // European Journal of American Studies. – 2011 : Spring 2011. – Vol 6, No 1. – Document 4. – Mode of access: <http://ejas.revues.org/9157> [Viewed on January 02, 2015]
249. Harris P. Why America will not turn to the Left' (online). [Electronic resource] / P. Harris // The Observer. – 2008. – Published 90 on 09/11/08. – Accessed on 13/01/09. – Mode of access: <http://www.guardian.co.uk/world/2008/nov/09/barack-obama-change-liberal-radical> [Viewed on January 05, 2015]
250. Hartnell A. Rewriting Exodus: American Futures from Du Bois to Obama. [Electronic resource] / A. Hartnell. – London : Pluto Press, 2011. – Reviews 2012 – 283 p. – Mode of access: <http://ejas.revues.org/9986> [Viewed on January 03, 2015]
251. Junling Wang. A Critical Discourse Analysis of Barack Obama's Speeches. [Electronic resource] / Junling Wang // Journal of Language Teaching and Research. – May 2010. – Vol. 1, No. 3. – PP. 254-261. – Mode of access: <http://ojs.academypublisher.com/index.php/jltr/article/view/File/0103254261/1807> [Viewed on January 02, 2015]
252. Kravchenko N.K. Cognitive-conceptual properties of dialogue in their formal-conversational and pragmatic manifestations. Когниция, коммуникация, дискурс. – 2015. – № 11. – С. 45 – 54. [Электронный ресурс] / N.K. Kravchenko. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no11-2015/kravchenko-n-k> [Дата доступа 29.06.2016]
253. Kövečses Z. American "Friendship" and the Scope of Metaphor / Z. Kovečses // Cognitive Linguistics. – 1995. – Vol. 6(4). – P. 315–346.

254. Kövečses Z. *Metaphor: A Practical Introduction* / Z. Kövečses. – Oxford : Oxford University Press, 2002. – 285 p.
255. Kövečses Z. *The Scope of Metaphor* / Z. Kövečses // *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*; ed. A. Barcelona. – Berlin & New York : Mouton, 2000. – P. 79–92.
256. Kuhn T. *Metaphor in Science* / T. Kuhn // *Metaphor and Thought* / ed. by A. Ortony. – [2<sup>nd</sup> ed.]. – Cambridge, 1993. – P. 533–542.
257. Laclau E. *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics* / E. Laclau, C. Mouffe. – [trans. Moore, W. and Cammack P. ]. – London : Verso, 1985. – 343 p.
258. Lakoff G. *Linguistic gestalts* / G. Lakoff // *Chicago linguistic society*. – 1977. – P. 236–287.
259. Lakoff G. *Metaphors We Live By* / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : Chicago University Press, 1980. – 242 p.
260. Lakoff G. *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor* / G. Lakoff, M. Turner. – Chicago : Chicago University Press, 1989. – 230 p.
261. Lakoff G. *Philosophy in the Flesh: the Embodied Mind and its Challenge to Western Thought* / G. Lakoff, M. Johnson. – New York : New York: Basic Books, 1999. – 624 p.
262. Lakoff G. *The Contemporary Theory of Metaphor* / G. Lakoff // *Metaphor and Thought* [ed. by A. Ortony ; 2<sup>nd</sup> ed.]. – Cambridge : Cambridge University Press, 1993. – P. 202–252.
263. Lakoff G. *Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind* / G. Lakoff. – Chicago : University of Chicago Press, 1987. – 614 p.
264. Lakoff G. *Obama Reframes Syria: Metaphor and War Revisited*. [Electronic resource] / G. Lakoff. 11.06.13. – 7 p. – Mode of access:[http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/obama-reframes-syria-meta\\_b\\_3879335.html](http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/obama-reframes-syria-meta_b_3879335.html) [Viewed on January 04, 2015]

265. Lakoff G. Obama Returns to His Moral Vision [Electronic resource] / G. Lakoff. – 2015, 7p. – Mode of access: [http:// www.huffingtonpost.com/george-lakoff/obama-returns-to-his-mora\\_b\\_850295.html](http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/obama-returns-to-his-mora_b_850295.html) [Viewed on January 04, 2015]
266. Lakoff G. The McCain Trap and Obama's Debate Challenge [Electronic resource] / G. Lakoff, K. Frumkin. – Mode of access: [http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/the-mccain-trap-and-obama\\_b\\_129736.html](http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/the-mccain-trap-and-obama_b_129736.html) [Viewed on January 05, 2015]
267. Lakoff G. The Mind and the Obama Magic. [Electronic resource] / G. Lakoff. – 2008. – Mode of access: [http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/the-mind-and-the-obama-ma\\_b\\_111105.html](http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/the-mind-and-the-obama-ma_b_111105.html) [Viewed on January 8, 2015]
268. Lakoff G. The Obama Code [Electronic resource] / G. Lakoff. – Mode of access: [http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/the-obama-code\\_b\\_169580.html](http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/the-obama-code_b_169580.html) [Viewed on January 02, 2015]
269. Lakoff G. What Counts as an Issue In the Clinton-Obama Race? [Electronic resource] / G. Lakoff. – Huffingtonpost, 2008. – Mode of access: [http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/what-counts-as-an-issue-i\\_b\\_84177.html?](http://www.huffingtonpost.com/george-lakoff/what-counts-as-an-issue-i_b_84177.html?) [Viewed on January 04, 2015]
270. Langacker R. W. Discourse in cognitive grammar / R. W. Langacker // Cognitive linguistics. – 2001. – Vol. 12, № 2. – P. 143-188.
271. Langacker R. Concept, image and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar. – N.Y.: Mouton de Gruyter, 1990. – 546 p.
272. Langacker R. Foundations of cognitive grammar. V.1. Theoretical prerequisites. – Stanford CA : Stanford University Press, 1987 б. – 515 p.
273. Langacker R. W. Grammar and Conceptualization / R. W. Langacker. – Vol. 1: Theoretical Prerequisites. – Stanford CA : Stanford University Press, 1987 a. – 515 p.
274. Larson C. U. Persuasion: reception and responsibility / C. U. Larson. – Belmont : Wadsworth Publishing Company, Ca 1995. – 368 p.

275. Letts M. Obama's discourse of "hope" Making rhetoric work politically. [Electronic resource] / M. Letts // School of Sociology, Politics and International Studies. 2009. – 93 p. – Mode of access: <http://www.bristol.ac.uk/medialibrary/sites/spais/migrated/documents/letts0409.pdf> [Viewed on January 05, 2015]
276. Loughery J. B., Ewald J. D. Rhetorical Strategies of McCain and Obama in the Third 2008 Presidential Debate: Functional Theory from a Linguistic Perspective [Electronic resource] / J. B. Loughery, J. D. Ewald // Issues in Applied Linguistics. – 2013. – 19(0). – 22 p. – Mode of access: <https://escholarship.org/uc/item/24v8v8wm.pdf> [Viewed on January 03, 2015]
277. Maturana H. R. The Neurophysiology of Cognition. In Cognition: A Multiple View. [Electronic resource] / H. R. Maturana (Ed. Paul L. Garvin), – New York, Spartan Books, – 1970. – Mode of access: <http://www.enolagaia.com/M70-80BoC.html> [Viewed on June 02, 2016]
278. McLuhan M. Understanding Media: the Extensions of Man / M. McLuhan. – Corte Madera : Gingko Press, 2003 – 395 p.
279. Meier A. J. Passages of politeness / A. J. Meier // Journal of Pragmatics. –1995. – № 24. – P. 381–392.
280. Mills S. Rethinking Politeness, Impoliteness and Gender Identity [Electronic resource]. / S. Mills. – 2002. – Mode of access: <http://www.lboro.ac.uk/departments/ea/politeness/GenderandPoliteness.htm>. [Viewed on September 15, 2012]
281. Miyazaki H. 'Sen. Obama's Policy of Hope' / H. Miyazaki // Ithaca Journal. – Quoted in Stanford University Press Blog. 'Policy vs. Hope' 2008. – Stanford University Press. Published on 04/03/2008. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://stanfordpress.typepad.com/blog/2008/03/policy-vs-hope.html> [Viewed on January 04, 2015]
282. Moscovici S. A historical treatise on mass psychology. – New York : Cambridge University Press. – 1985. – 408 p.

283. Murphy G. On Metaphorical Representation / G. Murphy // *Cognition*. – 1996. – V. 60. – P. 173–204.
284. Mykhaylenko V.V. A Glossary of linguistic and translation studies. – Ivano-Frankivsk: King Danylo Galytskiy University of Law, 2015. – 528 p.
285. Naman T. Message in a Bottle: An Advertising Campaign's Appropriation of Obama's Inclusive Rhetoric, and What This Reveals About National Identity. [Electronic resource] / T. Naman. – Mode of access: <https://escholarship.org/uc/item/2xj4z0x9.pdf> [Viewed on January 04, 2015]
286. Nunberg G. What makes Obama a Good Speaker – 13 Feb., 2008 [Electronic resource] / G. Nunberg. – Mode of access: <http://observer.com/2008/02/what-makes-obama-a-good-speaker/> [Viewed on February 27, 2016]
287. Petrie H.G. Metaphor and Learning / H.G. Petrie, R.S. Oshlag // *Metaphor and Thought* / ed. by A. Ortony. – [2<sup>nd</sup> ed.]. – Cambridge, 1993. – P. 579–610.
288. Sandvik M. Argumentation in broadcast election campaign discourse: Towards a rhetorical reconstruction / M. Sandvik // *The Pragmatics of Political Discourse: Explorations across cultures* / A. Fetzer (Ed.). – Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 2013. – P. 69-102
289. Shevchenko I.S. Discourse Categories: A Case for Metacommunication // *Materials of the XI conference “Proceedings of Academic Science” Aug 30 – Sept 7, 2015. Vol 51.* – Sheffield: Science and Education Ltd, 2015. – P. 28 – 33. – Режим доступа: [http://doi.org/10.17686/sced\\_rusnauka\\_2015-1758](http://doi.org/10.17686/sced_rusnauka_2015-1758)
290. Stein D. Barack Obama's Dreams from My Father and African American Literature [Electronic resource] / D. Stein // *European Journal of American Studies*. – 2011 : Spring 2011. – Vol 6, No 1. – Document 6. – Mode of access : <http://ejas.revues.org/9232> [Viewed on January 03, 2015]

291. Street P. Barack Obama and the Future of American Politics / P. Street. – Boulder : Paradigm Publishers, 2009. – 289 p.
292. Sugrue T. J. Not even Past. Barack Obama and the Burden of Race. [Electronic resource] / T. J. Sugrue. – Princeton and Oxford : Princeton University Press, 2010. – 165 p. (Lawrence Stone Lectures). – Mode of access: <http://ejas.revues.org/8639> [Viewed on January 02, 2015]
293. Tannen D. Conversational style / D. Tannen // Psycholinguistic models of production / Dechert H.W., Raupach M. (eds.). – Norwood, 1987. – P. 251–267.
294. Talmy L. Towards a Cognitive Semantics. Vol. 1. Concept Structuring Systems / L. Talmy. – Cambridge, Mass., London, England : A Bradford Book, 2000. – XIII, 565 p.
295. Tarasova Ye.V. Communicative strategies of international business negotiations (IBN) viewed synergistically [Electronic resource] / Ye.V. Tarasova // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2014. – № 9. – С. 125–136. – Mode of access: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse> [Viewed on June 29, 2016]
296. Tomasky M. Can Obama defend America? [Electronic resource] / M. Tomasky // The Guardian UK. – 2008. – 19 June. – Mode of access: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2008/jun/19/usforeignpolicy.us elections2008> [Viewed on January 02, 2015]
297. Uhlenbeck M. Shifting Landscapes: Obama and the Movement (online). [Electronic resource] / M. Uhlenbeck. – 2008. – Zmag.org. Published on 03/12/08. Accessed on 29/01/09. – Mode of access: <http://www.zmag.org/znet/viewArticle/19826> [Viewed on January 03, 2015]
- University Press, 2002. – 285 p.
298. Yule G. Pragmatics. – Oxford, 2000. – 139 p.

## СПИСОК СПРАВОЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

299. Асмолов А.Г. Личностный смысл. Яндекс – словари. 2007. [Электронный ресурс] / А. Г. Асмолов. – Режим доступа: [http://slovari.yandex.ru/книги/социальная психология](http://slovari.yandex.ru/книги/социальная_психология).
300. Большой толковый словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eslovar.ru/dictionary/23/21619/comment/> [Дата доступа 11.03.2015]
301. Всемирная организация здоровья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs220/ru/> [Дата доступа 5.01.2015]
302. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный [Электронный ресурс] / Т. Ф. Ефремова. – М.: Русский язык, 2000. – Режим доступа: <http://www.efremova.info/search> [Дата доступа 8.07.2014]
303. Королькевич В. А. Современный англо-русский страховой словарь [Электронный ресурс] / В. А. Королькевич, Ю. В. Королькевич. – М. : ГИС, 2002. – 429 с. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru/Dictionary/17660/> [Дата доступа 5.01.2015]
304. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / [Е. С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина]. – М. : Изд-во МГУ, 1996. – 248 с.
305. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка (онлайн версия) [Электронный ресурс] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – Режим доступа: <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Ozhegov-htm> [Дата доступа 1.03.2015]
306. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru>. [Дата доступа 8.02.2015]
307. Словарь русского языка : в 4-х т. – М., 1984. – Т.1.
308. Философский словарь / [Под ред. И. Т. Фролова]. – М. : Политиздат, 1986. – 590 с.

309. Энциклопедический словарь по культурологии 1997 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://prepod.nspu.ru/file.php/223/04\\_glossary/glossary\\_index.htm](http://prepod.nspu.ru/file.php/223/04_glossary/glossary_index.htm) [Дата доступа 1.10.2014]
310. Энциклопедический Словарь Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vehi.net/brokgauz/> [Дата доступа 4.03.2015]
311. Энциклопедия эпистемологии и философии науки. 2009. 1248 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://slovarionline.ru/entsiklopediya\\_epistemologii\\_i\\_filosofii\\_nauki/](http://slovarionline.ru/entsiklopediya_epistemologii_i_filosofii_nauki/)
312. Энциклопедия Кругосвет. Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия. Понятие Контент-анализа. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/KONTENT-ANALIZ.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/KONTENT-ANALIZ.html) [Дата доступа 12.07.2015]
313. Энциклопедия практической психологии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.psychologos.ru/articles/view/kritika> [Дата доступа 27.11.2015]
314. Collins American Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/american> [Viewed on January 16, 2016]
315. Merriam-webster Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/American> [Viewed on January 23, 2016]
316. Collins English Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.collinsdictionary.com/> [Viewed on January 13, 2015]
317. Collins English Dictionary. – [5th ed.]. – L. : Harper Collins Publishers Ltd., 2000. – 1785 p.
318. English Synonym Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <http://dico.isc.cnrs.fr/dico/en/search> [Viewed on January 05, 2015]

319. International Dictionary of English (IDE)/ – Cambridge : University Press, 1995. – 1772 p.
320. Longman Dictionary of Contemporary English / A. Gadsby. – L. : Pearson PTR, 2001. – 1754 p .
321. Longman Dictionary Online [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.ldoceonline.com/>. [Viewed on July 05, 2015]
322. New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language. – N.Y. : Lexicon Publications, Inc., 1993. – 1216 p.
323. Online Etymology Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.etymonline.com>. [Viewed on July 07, 2015]
324. Oxford English Dictionary. The definite record of the English language. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.oed.com> [Viewed on March 18, 2016]
325. Sunday Times. Business section [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/business/> [Viewed on March 18, 2016]
326. The Official U.S. Government Site for Medicare [Electronic resource]. – Mode of access: [www.medicare.gov](http://www.medicare.gov) [Viewed on July 05, 2015]
327. Thesaurus.com [Electronic resource]. – Mode of access: <http://thesaurus.com/> [Viewed on April 21, 2015]
328. Study.com [Electronic resource]. – Mode of access : <http://study.com/academy/lesson/economic-systems-definition-types-examples.html> [Viewed on March 16, 2016]
329. Sensagent dictionary [Electronic resource]. – Mode of access : <http://dictionary.sensagent.com/> [Viewed on March 18, 2016]
330. Wikipedia Free Encyclopedia.– [Electronic resource]. – Mode of access: <https://ru.wikipedia.org/wiki> [Viewed on January 09, 2015]
331. WordNet 3.0. A Lexical Database for English. Princeton University. – Last update: March 17, 2015. – [Electronic resource]. – Mode of access: <http://wordnet.princeton.edu/>. [Viewed on February 03, 2015]

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

332. 1st Presidential Debate Barack Obama-John McCain Oxford, MS, September 26, 2008 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.clipsandcomment.com/2008/09/26/full-transcript-first-presidential-debatebarack-obama-john-mccainoxford-ms-september-26-2008/> [Viewed on November 17, 2010]
333. Barack Obama and former gov. Mitt Romney October 3, 2012 Debate Transcript. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.debates.org/index.php?page=october-3-2012-debate-transcript> [Viewed on November 17, 2015]
334. 2nd Transcript of second McCain, Obama debate. October 7, 2008. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://elections.nytimes.com/2008/president/debates/second-presidential-debate.html> [Viewed on November 17, 2010]
335. Barack Obama Arlington National Cemetery, Arlington, Virginia. 11 November 2013. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaveteransday2013.htm> [Viewed on February 02, 2014]
336. Barack Obama Fifth Presidential State of the Union 28 January 2014. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/stateoftheunion2014.htm> [Viewed on February 08, 2014]
337. Barack Obama Final Press Conference of 2013. Delivered 20 December 2013. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamafinal2013presser.htm> [Viewed on February 15, 2014]
338. Barack Obama Memorial Address for Nelson Mandela. December 10, 2013. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamanelsonmandelamemorial.htm> [Viewed on June 08, 2014]

339. Barack Obama on Health Care. 2008 [Electronic resource]. – Mode of access: [http://www.ontheissues.org/Social/Barack\\_Obama\\_Health\\_Care.htm](http://www.ontheissues.org/Social/Barack_Obama_Health_Care.htm) [Viewed on June 03, 2012]
340. Barack Obama On the Affordable Care Act Benefits and Website Logistical Challenges. delivered 21 October 2013, Rose Garden, White House, Washington, D.C. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamaaffordablecareactwebsiteproblems.htm> [Viewed on April 15, 2014]
341. Barack Obama On the Outcome of U.S. Intelligence Programs Review. delivered 17 January 2014. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamasignalsintelreview.htm> [Viewed on February 08, 2014]
342. Barack Obama. Press Conference by the President at the Nuclear Security Summit, 13.04. 2010, – 15p. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/press-conference-president-nuclear-security-summit> [Viewed on July 15, 2011]
343. Barack Obama. Press Conference by the President at the Nuclear Security Summit 13.04. 2010. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.whitehouse.gov/issues> [Viewed on November 20, 2011]
344. Barack Obama. Remarks by President Obama and President Medvedev of Russia at New START. April 08, 2010 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-obama-and-president-medvedev-russia-new-start-treaty-signing-cere> [Viewed on October 05, 2010]
345. Barack Obama. Remarks by the President at Naturalization Ceremony for Active-Duty Service Members April 23, 2010. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.whitehouse.gov/issues> [Viewed on November 05, 2012]
346. Barack Obama. Remarks by the President at the First Meeting of the Fiscal Commission. April 27, 2010, – 4 p. [Electronic resource]. – Mode of

- access: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-first-meeting-fiscal-commission> [Viewed on July 08, 2011]
347. Barack Obama. Remarks by the President in a Discussion on Jobs and the Economy in Charlotte, North Carolina [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.whitehouse.gov/issues> [Viewed on January 25, 2015]
348. Barack Obama. Remarks by the President to the Business Council May 04, 2010. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.whitehouse.gov/issues> [Viewed on October 11, 2010]
349. Barack Obama. Treaty Signing Ceremony and Press Conference April 08, 2010. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.whitehouse.gov/issues> [Viewed on June 09, 2011]
350. Barack Obama's Speech in Berlin. July 24th, 2008. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://my.barackobama.com/page/content/berlinvideo/> [Viewed on December 22, 2012]
351. NATO Will Defend Estonia, Latvia, Lithuania Sep 3, 2014 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://blogs.wsj.com/washwire/2014/09/03/obama-transcript-nato-will-defend-estonia-latvia-lithuania/> [Viewed on January 13, 2015]
352. Obama Health Care Speech [Electronic resource]. – Mode of access: [http://www.huffingtonpost.com/2009/09/09/obama-health-care-speech\\_n\\_281265.html](http://www.huffingtonpost.com/2009/09/09/obama-health-care-speech_n_281265.html) [Viewed on February 08, 2010]
353. Obama says in Newtown speech [Electronic resource]. – Mode of access: <http://politicalticker.blogs.cnn.com/2012/12/16/breaking-we-have-wept-with-you-obama-says-in-newtown-speech/> [Viewed on October 25, 2013]
354. Obama's Health Care Speech to Congress. September 9, 2009. [Electronic resource]. – Mode of access: [http://www.nytimes.com/2009/09/10/us/politics/10obama.text.Html?page-wanted=all&\\_r=0](http://www.nytimes.com/2009/09/10/us/politics/10obama.text.Html?page-wanted=all&_r=0) [Viewed on March 05, 2011]

355. Obama's Speech on National Security May 21, 2009 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.nytimes.com/2009/05/21/us/politics/21-obama.text.html?pagewanted=all> [Viewed on January 08, 2015]
356. President Obama delivered the following remarks on the economy on December 4, 2013. [Electronic resource]. – Mode of access: [http://www.washingtonpost.com/politics/running-transcript-president-obamas-december-4-remarks-on-the-economy/2013/12/04/7cec31ba-5cff-11e3-be07-006c776266ed\\_story.html](http://www.washingtonpost.com/politics/running-transcript-president-obamas-december-4-remarks-on-the-economy/2013/12/04/7cec31ba-5cff-11e3-be07-006c776266ed_story.html) [Viewed on April 24, 2014]
357. President Obama On Poverty In Tonight's Address. February 24, 2009. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.one.org/us/2009/02/24/president-obama-on-poverty-in-tonights-address-to-a-joint-session-congress/> [Viewed on March 08, 2010]
358. Remarks at a Campaign Rally in Milwaukee, Wisconsin September 22, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=102280> [Viewed on May 09, 2015]
359. President Obama's address on health care to the Joint Session of Congress [Electronic resource]. – Mode of access: [http://www.huffingtonpost.com/2009/09/09/obama-health-care\\_speech\\_n\\_281265.html](http://www.huffingtonpost.com/2009/09/09/obama-health-care_speech_n_281265.html) [Viewed on November 22, 2012]
360. President Obama's May 27 speech on Afghanistan [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.isaf.nato.int/article/isaf-news/transcript-president-obamas-may-27-speech-on-afghanistan.html> [Viewed on February 04, 2015]
361. Remarks Announcing Candidacy for President in Springfield, Illinois. February 10, 2007, – 5 p. [Electronic resource]. – Mode of access:<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=76999> [Viewed on February 24, 2010]

362. Remarks at a Campaign Rally in Parma, Ohio July 5, 2012 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=101322> [Viewed on November 08, 2014]
363. Remarks at a Campaign Rally in Pittsburgh, Pennsylvania July 6, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=101330> [Viewed on April 05, 2014]
364. Remarks at Southern New Hampshire University Commencement May 19, 2007, – 5 p. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=76991> [Viewed on December 03, 2010]
365. Remarks by the President at a Campaign Event -- Kissimmee, Florida. September 08, 2012 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/09/08/remarks-president-campaign-event-kissimmee-florida> [Viewed on September 08, 2013]
366. Remarks at a Campaign Rally in Las Vegas, Nevada September 12, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=102256> [Viewed on November 29, 2015]
367. Remarks by the President at a Meeting with the President's Economic Recovery Advisory Board. October 04, 2010 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2010/10/04remarks-president-a-meeting-presidents-economic-recovery-advisory-board> [Viewed on January 03, 2014]
368. Remarks by the President at Sandy Hook Interfaith Prayer Vigil. December 16, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/12/16/remarks-president-sandy-hook-interfaith-prayer-vigil> [Viewed on October 05, 2013]

369. Remarks by the President at the Acceptance of the Nobel Peace Prize. December 10, 2009. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-acceptance-nobel-peace-prize> [Viewed on November 03, 2011]
370. Remarks by the President at the National Defense University May 23, 2013. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/05/23/remarks-president-national-defense-university> [Viewed on November 19, 2013]
371. Remarks by the President at the Pentagon Memorial Service in Remembrance of 9/11. September 11, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/09/11/remarks-president-pentagon-memorial-service-remembrance-911> [Viewed on June 08, 2014]
372. Remarks by the President at U.N. Security Council Summit on Foreign Terrorist Fighters. September 24, 2014 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/09/24/remarks-president-un-security-council-summit-foreign-terrorist-fighters> [Viewed on February 11, 2015]
373. Remarks by the President in Golden, CO. September 13, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/09/13/remarks-president-golden-co> [Viewed on February 05, 2013]
374. Remarks by the President on Fiscal Cliff Negotiations. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/12/31/remarks-president-fiscal-cliff-negotiations> [Viewed on December 27 , 2013]
375. Remarks by the President on Review of Signals Intelligence. January 17, 2014. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/01/17/remarks-president-review-signals-intelligence> [Viewed on February 20, 2014]

376. Remarks by the President on the Deaths of U.S. Embassy Staff in Libya. September 12, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/09/12/remarks-president-deaths-us-embassy-staff-libya> [Viewed on February 14, 2013]
377. Remarks in Des Moines, Iowa: "Our Moment Is Now" December 27, 2007, – 6 p. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=77026> [Viewed on December 27, 2010]
378. Remarks in Hartford, Connecticut: "A Politics of Conscience" June 23, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=76986> [Viewed on November 10, 2012]
379. Remarks in New York City: "Our Common Stake in America's Prosperity" September 17, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=77012> [Viewed on November 05, 2011]
380. Remarks in Spartanburg, South Carolina. June 15, 2007 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=77003> [Viewed on June 05, 2010]
381. Remarks in Washington, DC: "The War We Need to Win" August 1, 2007 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=77040> [Viewed on May 22, 2014]
382. Remarks of President Barack Obama - As Prepared for Delivery. By VOA News 25 February 2009. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.voanews.com/english/2009-02-25-voa3.cfm> [Viewed on February 13, 2012]
383. Remarks on Health Care at the University of Iowa May 29, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access :

- <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=76987> [Viewed on November 28, 2012]
384. Remarks at a Campaign Rally in Davenport, Iowa August 15, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=101731> [Viewed on November 20, 2012]
385. Remarks to the Detroit Economic Club May 7, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=77000> [Viewed on January 09, 2015]
386. Sen. Barack Obama's remarks in Des Moines, Iowa: "Our Moment Is Now" 12/27/07. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.politico.com/news/stories/1207/7577.html> [Viewed on December 22, 2014]
387. Senator Barack Obama. Take Back America 2007 Washington, DC. June 19, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.gwu.edu/~action/2008/cfa2007/obama061907sp.html> [Viewed on November 27, 2014]
388. Statement by the President on the Tax Agreement [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/01/02/statement-president-tax-agreement> [Viewed on November 08, 2014]
389. Statement by the President. December 28, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/12/28/statement-president-0> [Viewed on November 05, 2015]
390. Remarks in Janesville, Wisconsin: "Keeping America's Promise" February 13, 2008. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=77032> [Viewed on November 05, 2014]

391. Senator Barack Obama Campaign Announcement FEBRUARY 10, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.c-span.org/video/?196594-1/senator-barack-obama-campaign-announcement> [Viewed on December 06, 2015]
392. President Obama's year-end press conference. [Electronic resource]. – Mode of access : [http://www.politico.com/story/2013/12/president-obama-2013-press-conference-transcript-101406\\_Page2.html](http://www.politico.com/story/2013/12/president-obama-2013-press-conference-transcript-101406_Page2.html) [Viewed on December 06, 2015]
393. Obama talks about sports, post-White House life in GQ interview. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.reuters.com/article/us-usa-obama-gqidUSKCN0T61SI20151117> [Viewed on December 06, 2015]
394. Transcript: Second presidential debate 16 October 2012. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://politicalticker.blogs.cnn.com/2012/10/16/transcript-secondpresidential-debate/> [Viewed on December 02, 2015]
395. 3rd Debate Transcript October 22, 2012. – Mode of access : <http://debates.org/index.php?page=october-22-2012-the-third-obama-romney-presidential-debate> [Viewed on December 02, 2015]
396. Remarks at a Campaign Rally in Colorado Springs, Colorado August 9, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=101706> [Viewed on November 05, 2015]
397. The President's opening remarks at the press conference. April 13, 2010. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.whitehouse.gov/blog/2010/04/13/enormously-productive-day> [Viewed on March 08, 2010]
398. Remarks at a Campaign Rally in Grand Junction, Colorado August 8, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=101703> [Viewed on November 05, 2015]

399. The situation room. April 13, 2010, – 12 p. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://edition.cnn.com/TRANSCRIPTS/1004/13/sitroom.01.html> [Viewed on May 25, 2011]
400. Remarks at a Campaign Rally in Los Angeles, California October 7, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=102324> [Viewed on November 30, 2015]
401. Remarks by the President in State of the Union Address January 24, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/01/24/remarks-president-state-union-address> [Viewed on December 7, 2015]
402. The White House, Office of the Press Secretary. Remarks of President Barack Obama at the New START Treaty Signing Ceremony. April 8, 2010. [Electronic resource]. – Mode of access: [http://prague.usembassy.gov/new\\_start\\_treaty\\_remarks.html](http://prague.usembassy.gov/new_start_treaty_remarks.html) [Viewed on June 19, 2010]
403. Transcript of President Obama's Remarks at the National Conference on Mental Health. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://psychcentral.com/blog/archives/2013/06/04/transcript-of-president-obamas-remarks-at-the-national-conference-on-mental-health/> [Viewed on July 25, 2014]
404. Remarks in Charleston, West Virginia: "The Cost of War" March 20, 2008. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=76994> [Viewed on July 7, 2009]
405. President Barack Obama's Inaugural Address January 21, 2009 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/president-barack-obamas-inaugural-address> Viewed on March 17, 2016]

406. Transcript: President Obama's Convention Speech/ SEPTEMBER 06. 2012. [Electronic resource]. – Mode of access: [HTTP://WWW.NPR.ORG/2012/09/06/160713941/TRANSCRIPT-PRESIDENT-OBAMAS-CONVENTION-SPEECH](http://www.npr.org/2012/09/06/160713941/transcript-president-obamas-convention-speech) [Viewed on March 12, 2013]
407. Weekly Address: Congress Must Protect the Middle Class from Income Tax Hike. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/12/28/weekly-address-congress-must-protect-middle-class-income-tax-hike> [Viewed on May 26, 2013]
408. Barack Obama Quates [Electronic resource]. – Mode of access : [http://www.brainyquote.com/quotes/authors/b/barack\\_obama.html](http://www.brainyquote.com/quotes/authors/b/barack_obama.html) [Viewed on September 4, 2015]
409. Barack Obama: Yes We Can. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.youtube.com/watch?v=Fe751kMBwms> [Viewed on September 5, 2015]
410. Barack Obama: South Carolina Victory Speech. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.youtube.com/watch?v=i8mG5qfDXL4> [Viewed on September 5, 2015]
411. Primary Night in Raleigh, NC. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.youtube.com/watch?v=Ki-oMjmwUA> [Viewed on September 5, 2015]
412. Remarks by President Obama at Meeting with Business Leaders. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/05/04/remarks-president-obama-meeting-business-leaders> [Viewed on September 7, 2015]
413. Transcript Of Part 1 Of Steve Kroft's Interview With Sen. Barack Obama September 17, 2008. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.cbsnews.com/news/transcript-sen-obama-part-1/> [Viewed on February 24, 2016]

414. Remarks by the President after signing farm bill [Electronic resource].  
– Mode of access : <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/02/07/remarks-president-signing-farm-bill-mi> <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/02/07/remarks-president-signing-farm-bill-mi> [Viewed on March 12, 2016]
415. Remarks by the President after meeting with agriculture and business leaders. 2015.10.06 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2015/10/06/remarks-president-after-meeting-agriculture-and-business-leaders-trans> [Viewed on March 12, 2016]
416. Remarks in El Dorado, Kansas: Reclaiming the American Dream January 29, 2008 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=77030> [Viewed on March 18, 2016]
417. Remarks by the President on the Education To Innovate Campaign November 23, 2009 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-education-innovate-campaign> [Viewed on March 18, 2016]
418. Remarks by the President on Fiscal Policy April 13, 2011 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2011/04/13/remarks-president-fiscal-policy> [Viewed on March 16, 2016]
419. A more perfect union 2008. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://constitutioncenter.org/amoreperfectunion/> [Viewed on March 16, 2016]
420. Barack Obama talks to Rachel Maddow 5 days before election October 30, 2008 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.nbcnews.com/id/27464980> [Viewed on March 19, 2016]

421. Obama Warns Russia on Ukraine. [Electronic resource]. – Mode of access : [http://www.nytimes.com/2014/03/01/us/politics/transcript-of-obamas-remarks-on-ukraine.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2014/03/01/us/politics/transcript-of-obamas-remarks-on-ukraine.html?_r=0) [Viewed on March 31, 2016]
422. Remarks by the President on Women and the Economy, Providence, RI. October 31, 2014. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2014/10/31/remarks-president-women-and-economy-providence-ri> [Viewed on April 12, 2016]
423. Barack Obama Vows To Protect Religious Minorities At Home And Abroad. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.ndtv.com/world-news/barack-obama-vows-to-protect-religious-minorities-at-home-and-abroad-1266535> [Viewed on April 12, 2016]
424. The White House Council on Women and Girls. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.whitehouse.gov/administration/eop/cwg> [Viewed on April 12, 2016]
425. Nobel Lecture by Barack H. Obama, Oslo, 10 December 2009. [Electronic resource]. – Mode of access : [http://www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/peace/laureates/2009/obama-lecture\\_en.html](http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2009/obama-lecture_en.html) [Viewed on April 12, 2016]
426. Remarks by the President Campaign Event. 30 September 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2012/09/30/remarks-president-campaign-event> [Viewed on May 8, 2016]
427. Video on the Remarks by the President in State of the Union Address January 24, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : [https://www.youtube.com/watch?v=LD\\_wUNb0cw8](https://www.youtube.com/watch?v=LD_wUNb0cw8) [Viewed on May 8, 2012]
428. Video on the 1st Presidential Debate Barack Obama-John McCain Oxford, MS, September 26, 2008. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.youtube.com/watch?v=F-nNIEduEOw> [Viewed on December 28, 2015]

429. Video on the Remarks to the Detroit Economic Club May 7, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access : [https://www.barackobama.com/2007/05/07/remarks\\_of\\_senator\\_barack\\_obama\\_12.php/](https://www.barackobama.com/2007/05/07/remarks_of_senator_barack_obama_12.php/) [Viewed on December 12, 2015]
430. Video on the Remarks in Spartanburg, South Carolina June 15, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access : [http://talklikebarack.blogspot.com/2007\\_06\\_01\\_archive.html](http://talklikebarack.blogspot.com/2007_06_01_archive.html) [Viewed on December 22, 2015]
431. Video. Senator Barack Obama Take Back America 2007. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.youtube.com/watch?v=pHVq7ycYtRw> [Viewed on June 02, 2015]
432. Video on the Remarks in Washington, DC: "The War We Need to Win" August 1, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.youtube.com/watch?v=Q67o02QOUC8> [Viewed on June 04, 2015]
433. Video on the Announcing Candidacy for President in Springfield. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.youtube.com/watch?v=gdJ7Ad15WCA> [Viewed on June 14, 2015]
434. Video on the Remarks by the President Obama's year-end press conference. [Electronic resource]. – Mode of access : [https://www.youtube.com/watch?v=Tn0D4zru-\\_E](https://www.youtube.com/watch?v=Tn0D4zru-_E) [Viewed on September 16, 2015]
435. Video on the Remarks in Janesville, Wisconsin: "Keeping America's Promise". [Electronic resource]. – Mode of access : <http://talklikebarack.blogspot.com/2009/01/keeping-americas-promise.html> [Viewed on September 11, 2015]
436. Video on the Remarks at Southern New Hampshire University Commencement May 19, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access :

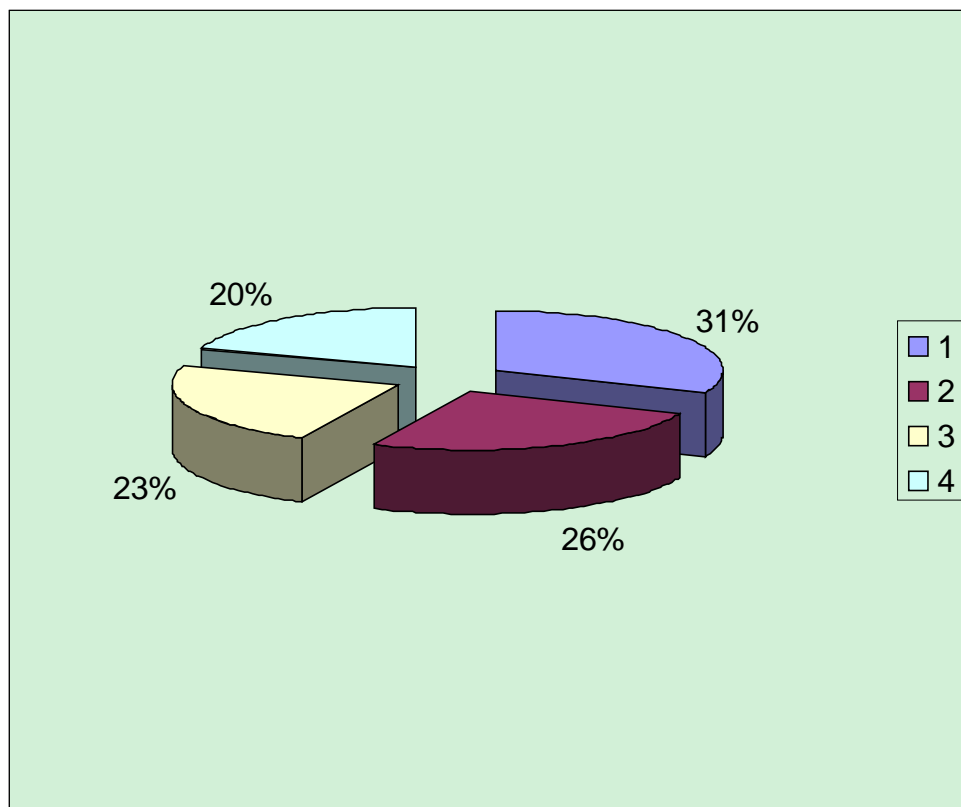
- <https://www.youtube.com/watch?v=BOKW5-7Qh8M> [Viewed on September 13, 2015]
437. Video on the Remarks in Des Moines, Iowa: "Our Moment Is Now" December 27, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.youtube.com/watch?v=jPtg-gvgWhE> [Viewed on September 14, 2015]
438. Video on the Remarks on Health Care at the University of Iowa May 29, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.c-span.org/video/?198357-1/health-care-proposals> [Viewed on September 17, 2015]
439. Video on the Remarks at a Campaign Rally in Pittsburgh, Pennsylvania. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.c-span.org/video/?204995-1/obama-campaign-event-pittsburgh> [Viewed on October 01, 2015]
440. Video on the Remarks at a Campaign Rally in Parma, Ohio July 5, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.youtube.com/watch?v=oU880ESSvwE> [Viewed on October 04, 2015]
441. Video on the Remarks in Charleston, West Virginia: "The Cost of War". [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.youtube.com/watch?v=6ztgD1d4fL8> [Viewed on October 04, 2015]
442. Video on the Remarks at a Campaign Rally in Grand Junction, Colorado August 8, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.youtube.com/watch?v=vLTF6oYNZ8Q> [Viewed on October 16, 2015]
443. Video on the Remarks at a Campaign Rally in Los Angeles, California October 7, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.c-span.org/video/?204995-1/obama-campaign-event-pittsburgh> [Viewed on November 16, 2015]

444. Video on the Remarks in New York City: "Our Common Stake in America's Prosperity" September 17, 2007. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://talklikebarack.blogspot.com/2009/01/our-common-stake-in-americas-prosperity.html> [Viewed on November 21, 2015]
445. Video on the 2nd McCain, Obama debate. [Electronic resource]. – Mode of access : [\[https://www.youtube.com/watch?v=VkBqLBSu-o4](https://www.youtube.com/watch?v=VkBqLBSu-o4) [Viewed on November 24, 2015]
446. Video on the 3rd Debate Transcript October 22, 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.youtube.com/watch?v=tecohezczA78> [Viewed on November 27, 2015]
447. Video on the 2nd presidential debate 16 October 2012. [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.youtube.com/watch?v=QEpCrcMF5Ps> [Viewed on November 27, 2015]
448. Video on Barack Obama and former gov. Mitt Romney October 3, 2012 Debate Transcript. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.youtube.com/watch?v=aYKKsRxhcro>
449. President Obama Signs Healthy, Hunger-Free Kids Act of 2010 Into Law. December 13, 2010. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2010/12/13/president-obama-signs-healthy-hunger-free-kids-act-2010-law> [Viewed on May 26, 2016]
450. Remarks at a Campaign Rally in Cincinnati, Ohio November 4, 2012 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/index.php?pid=102616>

## Приложение А

Таблица А.1

Ключевые концепты в дискурсе президента Барака Обамы



1. Концепт ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

2. Концепт ЭКОНОМИКА

3. Концепт БЕЗОПАСНОСТЬ

4. Концепт НАЦИЯ

## Приложение Б

Таблица Б. 1

### ЛСП «Healthcare» в идиодискурсе Б. обамы и американской ЯКМ

Микрополя и расширения	Идиодискурс Б. Обамы	Американская ЯКМ
<b>MEDICINE (traditional medicine)</b>		
<b>Therapy</b>	+	+
surgery/medication	+	+
<b>Rehabilitation</b>		
therapeutic exercises	–	+
massage	–	+
<b>Alternative medicine</b>		
naturopathic medicine	–	+
acupuncture	–	+
hypnosis	–	+
herbal remedies	–	+
chiropractic	–	+
<b>Preventive medicine</b>		
vaccination	+	+
check-up	+	+
hygiene	–	+
diet	+	+
<b>MEDICAL INSURANCE</b>		
term of insurance	–	+
<b>State medical programs</b>		
Medicare/Medicaid	+	+
health maintenance organizations	–	+
<b>Health</b>		
physical health	+	+
mental health	+	+
social health	–	+

Таблица Б. 2

## ЛСП «Economy» в идиодискурсе Б. обамы и американской ЯКМ

Микрополя расширения	Идиодискурс Обамы	Американская ЯКМ
<b>ECONOMIC SYSTEM</b>		
branch	+	+
type	+	+
market economy	+	+
state capitalism	+	+
industrialism	+	+
free enterprise	+	+
organization	+	+
mixed economy	–	+
non-market economy	–	+
state socialism	+	+
black economy	–	+
<b>FRUGALITY</b>		
thrift	+	+
saver	+	+
prosperity	+	+
<b>retrenchment</b>	+	
achievement	+	+
<b>MANAGEMENT</b>		
regulation	+	+
economic doctrine	+	+
skillfulness	+	+
efficiency	+	+

Таблица Б. 3

## ЛСП «Security» в идиодискурсе Б. обамы и американской ЯКМ

Микрополя и расширения	Идиодискурс Б. Обамы	Американская ЯКМ
<b>PHYSICAL SECURITY</b>		
safety	+	+
shelter	+	+
protection	+	+
peace	+	+
public security	–	+
<b>FINANCIAL SECURITY</b>		
insurance	+	+
assets	–	+
possessions	+	+
<b>MENTAL SECURITY</b>		
confidence	+	+
calmness	+	+
lack of fear	–	+

Таблица Б. 4

## ЛСП «Nation» в идиодискурсе Б. обамы и американской ЯКМ

Микрополя расширения	и	Идиодискурс Б. Обамы	Американская ЯКМ
STATE			
Power		+	+
Federation		+	+
Assembly		+	+
social unit		–	+
political unit		–	+
COUNTRY			
Land		+	+
People		+	+
Tribe		+	+
Group		+	+
Community		–	+

Маркеры дискурсивных стратегий президентского дискурса Б. Обамы

Глобальные стратегии	Кооперативные стратегии								Конфронтационные стратегии	
Локальные стратегии	Агитационные стратегии		Аргументационные стратегии			Манипулятивно-кооперативные стратегии			Манипулятивно-конфронтационные стратегии	
									Стратегии дискредитации	
Тактики	Обещания	Призыва/побуждения	Самопрезентации	Отождествления	Иллюстрации	Ценностной ориентации	Воодушевления	Умиротворения оппонента	Прогнозирования негативных последствий	Критики/обвинения
<b>Вербальные маркеры</b>	-promise - if - when	- let's - it's time to	- I stand for - I'm best suited for - I accepted/ introduced	- I - we - America	- детали - числительные	- события - факты - цели	- события - факты - словосочетания со словами hope / inspire	- smb is right - I agree that	- события - факты	- события - факты - числительные

<b>Невербальные маркеры</b>	<b>кинесика</b>	- движение обеих рук - кивок - кулак - указательный палец	- положение взгляда - руки в покое - раскрытые ладони	- рукопожатие - указательный палец - руки в покое - руки в замке - большое и указательные пальцы вместе	- указательный палец - положение взгляда	- жесты ладони - «метание дротика» - положение взгляда	- движение ладоней - кулак - указательный палец - вертикальное движение рук	- указательный палец - руки в замке - большие пальцы подняты - жесты ладоней - «метание дротика»	- указательный палец - раскрытые ладони	- жесты правой руки - большой палец	- указательный палец - жесты ладони
	<b>просодика</b>	- понижение тона - замедление темпа	- понижение тона - замедление темпа	- замедление темпа	- понижение тона - замедление темпа	- понижение тона	- ускорение темпа	- понижение тона - интенсификация ключевых слов	- понижение тона	- понижение тона - интенсификация ключевых слов	- ускорение темпа
<b>Концепты-идеологемы</b>	Все 4 концепта	Все 4 концепта	- НАЦИЯ - ЗДРАВООХРАНЕНИЕ - ЭКОНОМИКА	Все 4 концепта	- НАЦИЯ - ЭКОНОМИКА - ЗДРАВООХРАНЕНИЕ	Все 4 концепта	- НАЦИЯ - ЭКОНОМИКА - БЕЗОПАСНОСТЬ	- НАЦИЯ - ЭКОНОМИКА	- НАЦИЯ - ЭКОНОМИКА	Все 4 концепта	

