

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Кафедра английского языка и методики преподавания

**ВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА АКТУАЛИЗАЦИИ ПОПУЛЯРНЫХ КЛИШЕ В
АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ КОНЦА XX - НАЧАЛА XXI
ВЕКОВ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
44.03.05 Педагогическое образование,
профиль Иностранный язык (первый, второй)
очной формы обучения, группы 02051206
Денисовой Елены Сергеевны

Научный руководитель:
к.ф.н., профессор
Аматов А.М.

БЕЛГОРОД 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. Теоретические основы изучения клише в политическом дискурсе	7
1.1. Понятие дискурса. Политический дискурс и его особенности...	7
1.2. Идеологический нарратив в современном американском политическом дискурсе.....	15
1.3. Речевые клише, штампы и мифы в политическом дискурсе.....	18
Выводы по ГЛАВЕ I	20
ГЛАВА II. Функционирование мифов-клише в американском политическом дискурсе	22
2.1. Репрезентация мифа-клише «Американская мечта».....	22
2.2. Репрезентация мифа-клише «Американские ценности».....	28
2.3. Репрезентация мифа-клише «Американская исключительность».....	37
Выводы по ГЛАВЕ II	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	45
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	49
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ	55
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА	56

ВВЕДЕНИЕ

Одна из главных задач политической коммуникации заключается в формировании образа определенного политика, направленного на создание как положительного, привлекательного для общества политического имиджа, который является ключевым средством воздействия на массовое сознание и способствует продвижению его целей, так и отрицательного, что используется политическим деятелем для дискредитации личности своего оппонента в условиях жесткой конкуренции в современных политических реалиях.

В современном информационном обществе главная функция средств массовой коммуникации – информативная – изменяет характер воздействия и преобразуется в манипулятивную функцию. Одним из инструментов манипулятивного воздействия на аудиторию являются устойчивые, повторяющиеся ментальные модели, преподносимые в готовом виде и по тем или иным причинам не подвергаемые критическому осмыслению – мифы. Репрезентантами мифов часто служат также устойчивые и воспроизводимые речевые конструкции – клише. Активное употребление клишированных моделей в политическом дискурсе обусловлено их способностью оказывать влияние на каждый из этапов решения проблем в политической сфере: осмысление проблемной ситуации, поиск вариантов ее разрешения, оценка альтернатив, выбор варианта.

Теоретическое изучение и последовательное описание политических мифов и клише представляется одним из наиболее перспективных и динамично развивающихся течений в современной политической лингвистике и исследованиях в области дискурс-анализа. Ряд клише отражают специфику национального сознания и способов мышления, свойственных тому или иному периоду политической жизни государства. Настоящее исследование посвящено изучению особенностей

функционирования наиболее популярных клише в современном американском политическом дискурсе, выявлению языковых средств их репрезентации.

Актуальность данной работы обусловлена вниманием современного языкознания, развивающего и дополняющего теорию метафорического моделирования, к исследованию различных аспектов англоязычной политической коммуникации, определению ее языковой и дискурсивной организации, установлению вербальных инструментов управления общественным мнением со стороны институтов государственной власти США, среди которых концептуальные клише, применяемые североамериканской политической элитой в манипулятивных целях, оказываются одним из главных и лингвокультурно значимых феноменов политического дискурса. Кроме того, актуальность исследования диктуется целесообразностью комплексного рассмотрения анализируемого материала с учетом влияния политической ситуации на продуктивность тех или иных устоявшихся представлений, в том числе политических мифов.

Объект исследования – популярные лингвокультурологические клише, актуализированные в политическом дискурсе США периода 1997-2017 гг.

Предмет исследования – языковые (лексические и метафорические) средства актуализации данных клише в публичных выступлениях американских политиков.

Целью настоящей работы является определение основных средств и механизмов актуализации популярных клише в современном американском политическом дискурсе.

Двигаясь к достижению нашей цели, мы последовательно решали ряд ключевых **задач**, обусловленных предметом и объектом нашей исследовательской работы:

- рассмотреть основные существующие подходы к исследованию политического дискурса, выявить его характерные черты и методологические установки;

- установить общетеоретические предпосылки выделения клише как средства концептуализации и переконцептуализации действительности и способа речевого воздействия в политическом дискурсе;

- проанализировать тексты публичных речей, интервью и пресс-релизов представителей политической элиты США и выявить случаи апелляции политиков к устойчивым ментальным моделям;

- дать описание основных ментальных моделей политического дискурса США и выявить лексемы, преобладающие для актуализации указанных моделей в американском политическом дискурсе;

- изучить специфику функционирования политических клише как средства репрезентации действительности и манипуляции общественным мнением в рамках основных риторических стратегий, используемых американскими политическими лидерами.

Теоретическая база данной работы сложилась на основе теории критического дискурс-анализа (Т. ван Дейк, Ю.Н. Караулов, А.П. Чудинов и др.) и метафорического моделирования (А.Н. Баранов, И.М. Кобозева, Е.С. Кубрякова и др.). Проведенное исследование также опирается на результаты научных работ в области политической лингвистики (А.М. Амагов, Д. Бойл, В.И. Карасик, Е.И. Шейгал и др.), прагмалингвистики (Н.Д. Арутюнова и др.), лингвокультурологии (В.А. Маслова и др.) и достижения в области важнейших слагаемых структуры коммуникативных стратегий и тактик, использование которых ориентировано на решение определенной коммуникативной задачи (А.В. Олянич и др.).

Материалом для анализа послужила картотека, составленная методом сплошной выборки из 100 политических текстов различной жанровой направленности (стенограмм публичных речей и обращений к избирателям, записей интервью, пресс-релизов), опубликованных в период с 1997 по 2017 гг. в США на различных интернет-ресурсах (веб-сайтах правительственных учреждений США, видеохостингах, специализированных форумах). В

результате была составлена база из более чем 200 апелляций к распространенным американским клише.

В ходе исследования применялись различные **методы**: критический дискурс-анализ, контекстуальный анализ, интерпретативный анализ текстов политического дискурса.

Цели и задачи, поставленные в работе, предопределили ее **структуру**. Работа включает введение, две главы, заключение, библиографический список и список источников фактического материала исследования.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ КЛИШЕ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

1.1. Понятие дискурса. Политический дискурс и его особенности

На сегодняшний день учеными не разработано четкого и однозначного определения термина «дискурс», которое бы охватывало все случаи его использования. Понятие «дискурс» весьма распространено не только в языкознании, но и в других областях научного знания и характеризуется предельной неоднозначностью.

Как отмечает Ю.С. Степанов, этот термин получил широкое распространение в начале 70-х годов, а его изначальная трактовка была близка к понятию «функциональный стиль», причиной чему служила специфика национальных лингвистических школ. Русская лингвистическая школа трактовала функциональный стиль как отдельный вид текстов, в частности, разговорный, бюрократический, газетный и т. д., и характерную для каждого вида лексическую систему и определенные особенности грамматики, которые исследуются в рамках стилистики. В англосаксонской традиции стилистика как отдельная область языкознания в то время еще не была разработана. По этой причине изначальное англосаксонские лингвисты рассматривали «дискурс» как тексты в их текстовой данности и с присущими им специфическими чертами. Существенно позднее они пришли к выводу, что «дискурс – это не один лишь текст, но и определенная система, которая стоит за ним» (Степанов 1995: 36).

Таким образом, понимание дискурса не ограничивалось более рамками текста и стало учитывать условия, сопутствующие реализации и актуализации текста. Такой трактовки дискурса придерживался Т.А. Ван Дейк, давший следующее его определение: «сложное единство языковой

формы, значения и действия, которое соответствует понятию «коммуникативное событие» (Ван Дейк 1989: 46). Преимуществом данного подхода считается то, что дискурс не лимитирован границами собственно текста, а содержит также социальный контекст коммуникации, служащий для описания ее участников, процессов производства и восприятия речи с учетом фоновых знаний. Т.А. Ван Дейк в своем понимании дискурса выделяет его материальность, функциональность и его фокусировку на событийном аспекте. Его идеи удалось удачно сформулировать в дальнейшем Ю.Н. Караулову и В.В. Петрову в следующем определении: дискурс – это «сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» (Караулов, Петров 1989: 8).

Сходная позиция по отношению к трактовке дискурса наблюдается и у А.Н. Баранова: «дискурс – это сложное коммуникативное явление, не только включающее акт создания определенного текста, но и отражающее зависимость речевого произведения от значительного количества экстралингвистических факторов – знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего как создателя текста» (Баранов 2001: 29).

У Н.Д. Арутюновой мы находим следующее определение дискурса: «дискурс представляет собой связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте... Дискурс – это речь, “погруженная в жизнь”» (Арутюнова 1990: 136-137).

В свою очередь В.И. Карасик трактует дискурс как «текст, погруженный в ситуацию реального общения» (Карасик 2002: 271). Согласно его мнению, необходимо разделение подходов к описанию дискурса, принимая во внимание то, за какой областью социальной коммуникации закреплено это понятие. Ученый анализирует дискурс, основываясь на достижениях прагмалингвистики, психолингвистики, лингвостилистики, структурной лингвистики, лингвокультурологии, социолингвистики.

Основываясь на представленных выше определениях, можно сделать вывод, что текст представляет собой ядерный элемент дискурса и исследование дискурса так или иначе подразумевает анализ текста (статика). При этом, центральным элементом для осмысления дискурса служит понятие «речь», что свидетельствует о его динамическом характере. Е.С. Кубрякова и О.В. Александрова проводят черту между терминами «дискурс» и «текст», где первое является «когнитивным процессом, имеющим отношение к производству речи», а второе – «итоговым результатом процесса речевой деятельности (зафиксированной формой)» (Кубрякова, Александрова 1997: 19-20). Тем не менее, речь не идет о четком разделении этих двух понятий в отечественном и зарубежном языкознании. Зачастую текст представляется как динамически развертывающийся. Судя по всему, к настоящему времени в лингвистике процесс разделения объемов этих двух терминов еще не подошел к концу, что и способствует многообразию существующих подходов к их трактовке.

Из всего приведенного выше можно заключить, что дискурс является многомерным феноменом и включает, с одной стороны, сам текст как обособленный вербализованный результат речи, а с другой – контекст его функционирования – ситуативный и культурный.

О.В. Эпштейн подчеркивает: «Дискурс интегрирует в себе и выражает уникальное стечение обстоятельств, которые способствовали его созданию и являлись его целью. Принимая во внимание данные факторы и обстоятельства, сопровождающие высказывания, а также при их объединении с определенными лингвистическими средствами выделяются определенные типы дискурса» (Эпштейн 2008: 151).

Она отмечает, что многие ученые разделяют дискурсы по национальному признаку (например, английский, немецкий, итальянский и т.д.), а с другой стороны выделяют различные виды дискурса, такие как поэтический, научный, политический, экономический, дискурс СМИ.

При этом, большая часть лингвистов предпочитает классифицировать дискурсы, не принимая во внимание их национальную принадлежность. Ими изучаются виды дискурса практической направленности, используемые в широко понимаемых идеологических, культурологических, исторических и коммуникативных ситуациях. Соответственно, «это виды дискурса могут быть изучены и разграничены с применением общей теории коммуникации: научный, политический, педагогический, критический, юридический, общий, частный и т.д.» (Эпштейн 2008: 151).

Современные обзоры и труды, посвященные изучению сущности дискурса, предлагают две тенденции в установлении онтологического статуса описываемого феномена. Первая заключается в том, что дискурс рассматривается учеными как некое объективно существующее явление действительности, при изучении которого допустим лишь один способ наиболее точного его описания. В этом случае ученые сопоставляют существующие толкования и, отмечая их «логические несоответствия», выдвигают свою, «наиболее верную» точку зрения. При альтернативном варианте разные трактовки дискурса считаются равновозможными, что не влияет на корреляцию индивидуального осмысления исследователем дискурса и особенностей его работы. В этом случае толкование дискурса соответствует задачам, материалам, исследовательским традициям и прочим конститутивным аспектам научной деятельности.

Причины эволюции и изменчивости термина «дискурс» описала Е.С. Кубрякова, отмечая, что «интуитивное апеллирование к новому термину было определено не только модой и не одним содержанием лексемы дискурс, которой в литературном языке могли соответствовать и речь, и беседа, и разговоры, и лекции, и связное выражение мысли, и обсуждения с меняющейся тематикой. Оно было вызвано необходимостью формирования такого концепта, который объединил бы имеющиеся разрозненные и смутные воззрения в единый гештальт» (Кубрякова 2004: 524). Разные понимания дискурса группируются по принципу фамильного сходства:

исследователи фокусируют внимание на различных особенностях условий возникновения дискурса с учетом исследовательских традиций, целей и задач работы.

Вместе с тем нет необходимости использовать дефиницию «дискурс» для выражения понятий, за которыми в языкознании закрепились устойчивые термины (Чудинов 2003: 18). Мы разделяем взгляды тех исследователей, которые понимают дискурс как «комплексный коммуникативный феномен, в который помимо текста входят еще и экстралингвистические средства (фоновые знания, суждения, установки, цели адресата), необходимые для правильной интерпретации текста» (Караулов, Петров 1989: 8). Н.Д. Арутюнова также понимает дискурс как «текст вместе с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами» (Арутюнова 1990: 136–137). По замечанию А.П. Чудинова, «сильная сторона подобного подхода заключается в том, что дискурс не лимитирован собственно текстом, а охватывает и социальный контекст общения, описывающий его участников и их знания о мире, а также процессы производства и восприятия речи» (Чудинов 2001: 196).

Типология видов дискурса по В.И. Карасику основывается на критерии ориентирования. Им выделяется два основных вида дискурса:

- 1) персональный (лично-ориентированный), имеющий целью отражение состоятельности внутреннего мира говорящего как личности;
- 2) институциональный (статусно-ориентированный), изображающий говорящего в качестве представителя того или иного социального статуса (Карасик 2000: 5).

На сегодняшний день политический дискурс является одним из самых исследуемых видов институционального дискурса, однако прежде чем перейти к рассмотрению его специфики, представляется необходимым провести обзор основных современных подходов к трактовке самого понятия политического дискурса.

Приведем несколько высказываний лингвистов касательно трактовки политического дискурса, под которым понимается «дискурс в политической сфере» (Базылев 1998: 7), «совокупность дискурсивных практик, обозначающих участников политического дискурса как таковых или способствующих формированию конкретной тематики политического общения» (Баранов 2001: 246); «совокупность речевых произведений в заданном паралингвистическом контексте – контексте политической деятельности, политических взглядов и убеждений, в том числе негативных ее проявлений (уклонение от осуществления политической деятельности, отсутствие политических убеждений)» (Герасименко 1998: 22).

Вместе с термином «политический дискурс» используются также понятия «общественно-политическая речь» (Юдина 2001), «агитационно-политическая речь» (Чудинов 2001), «политический язык» (Воробьева 2000).

На сегодняшний день наиболее многогранный анализ современного языка политической коммуникации проведен в монографии Е.И. Шейгал «Семиотика политического дискурса» (Шейгал 2000). Эта работа имеет общетеоретический характер, в ней раскрывается суть ключевых дефиниций политической лингвистики, представлено общее описание политического языка и политического дискурса, исследованы проблемы категоризации мира политики в знаках политического дискурса, проведен анализ некоторых политических жанров.

Е.И. Шейгал употребляет понятия политический дискурс и политическая коммуникация как эквивалентные, а язык политики, по ее мнению, представляет собой структурированную сумму знаков, которые формируют семиотическое пространство политического дискурса. Из работы можно также сделать вывод, что ее автор придерживается широкой трактовки политического дискурса и относит к нему любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых соприкасаются с политической сферой. Такой подход к области распространения политического дискурса способствует выявлению его корреляции с

различными видами институционального дискурса (рекламным, научным, педагогическим, юридическим, дискурсом СМИ, спортивным, военным), а также видами коммуникации, не относящимися к институтам общества (художественный и бытовой дискурс). Отдельного упоминания в функционировании политического дискурса заслуживает роль дискурса СМИ, который на сегодняшний день представляет собой ключевой канал для ведения политической коммуникации, что свидетельствует об обоснованности выделения тенденции к слиянию политической коммуникации с дискурсом СМИ.

Автор считает, что языку политики присуща, прежде всего, смысловая неопределенность (политики зачастую формулируют свои взгляды обобщенно), фантомность (у значительного количества знаков политического языка отсутствует реальный денотат), фидеистичность (иррациональность, основанная на подсознательном), эзотеричность (истинное значение существенной части политических текстов доступно для понимания лишь ограниченного круга лиц), дистанцированность и театральность.

Освещение политического дискурса как предмета политологической филологии является темой статьи В.З. Демьянкова. Автор приходит к выводу, что политическому дискурсу присущи, прежде всего, такие черты как «оценочность, агрессивность и эффективность» (Демьянков 2002: 37).

Социальная цель политического дискурса заключается в том, чтобы утвердить в сознании реципиентов – граждан общества – необходимость «политически правильных» действий и/или оценок. Другими словами, предназначение политического дискурса – не объяснить (то есть, не референция), а убедить, воззвав в сознании адресата к необходимым интенциям, создать основу для убеждения и способствовать действиям. Следовательно, результативность политического дискурса может быть оценена в соответствии с этой целью.

Согласно В.З. Демьянкову, политический текст (за некоторыми исключениями) использует символы, а успешность того или иного текста

зависит от того, в какой степени эти символы «соответствуют массовому сознанию: политику необходимо обладать умением воздействовать на нужную струну в этом сознании; его высказывания должны находить свое место во «вселенной» мнений и оценок (то есть, во всей совокупности внутренних миров) его реципиентов, «потребителей» политического дискурса» (Демьянков 2002: 40).

Любой дискурс, не только политический, изначально ориентированный на внушение, воздействует на систему воззрений потенциального реципиента с целью изменить интенции, мнения и мотивацию действий аудитории.

Для правильного осмысления политического дискурса требуется знание фона, ожиданий автора и аудитории, скрытой мотивации, сюжетных схем и излюбленных логических переходов, существующих в ту или иную эпоху.

Следовательно, исследуя политический дискурс в его единстве, нельзя останавливаться на чисто лингвистических моментах, иначе его сущность и цели останутся нераскрытыми полностью.

По этой причине в структуру политического дискурса необходимо добавить все существующие в сознании говорящего и слушающего (пишущего и читающего) элементы, оказывающие влияние на процессы речепроизводства и восприятия речи: другие тексты, суть которых релевантна для автора и адресата данного текста, система политических воззрений автора и его цели при формировании текста, политическая ситуация, в условиях которой порождается и «живет» этот текст, репутация издания, послужившего местом его публикации.

Необходимо еще раз подчеркнуть, что основная цель текстов политического дискурса – влияние на сознание реципиента. По этой причине мифы и клише в политическом общении играют совершенно особую роль.

Упомянутые выше свойства политического языка, такие как смысловая неопределенность и эзотеричность, способствуют широкому применению мифов и клише в этом виде институционального дискурса. Это способствует

не только приданию тексту эмоциональности и выразительности и, следовательно, привлечению внимания адресата. Клише выступают мощным инструментом воздействия на систему взглядов и оценок адресата и изменения его политической картины мира – в этом заключается ее когнитивно-прагматическая функция. Помимо этого, употребление клише и различные способы их актуализации в тексте способствуют сохранению его смысловой и эмоциональной целостности.

1.2 Идеологический нарратив в современном американском политическом дискурсе

Для политического дискурса характерно наличие смысловых доминант, выступающих в роли центров притяжения, вокруг которых разворачивается дискурс (дискурс конкретного политика, дискурс политической проблемы, дискурс политического события и т.п.). Эти доминанты обладают порождающей силой, генерируют дискурс определенной идеологической модальности, определяют направления его развертывания. Для обозначения способа экспликации смысловых доминант в последнее время часто прибегают к термину «*нарратив*» (*narrative*).

Данный термин очень активно фигурирует в американском политическом дискурсе последних лет, причем содержание понятия «нарратив» в современном политическом дискурсе значительно расширилось. Б. Робертс отмечает, что *нарратив* используется в связи с политической биографией и автобиографией, рассказам о политических репрессиях и преследованиях, повествованием из области политической истории, политической аналитикой, системой политических взглядов и др. (Roberts 2002).

Противопоставляя нарратив слогану, Д. Бойл характеризует его как «модное словечко» политического маркетинга (a marketing buzzword), которое в силу своей новизны еще не успело утратить воздействующую силу. Оно возникло в ответ на возрастающее неприятие публикой политического пиара. Хотя политики уделяют много внимания поиску сильных, воздействующих слоганов, но народ выработал против них иммунитет, слоганы утратили свою силу убеждения, стали семантической пустышкой. Люди не доверяют рекламе и слоганам, но к историям они все еще прислушиваются (Boyle 2005).

Д. Бойл справедливо полагает, что важным свойством нарратива является его «объяснительность». Значимость «объяснительной силы» как конститутивного признака нарратива отмечает также и Дж. Веллеман, который полагает, что его можно в принципе охарактеризовать как жанр объяснения. «Нарратив не просто излагает события, но делает их доступными для понимания, систематизирует причинно-следственные связи» (Velleman 2003).

Доступность для понимания обеспечивается тем, что нарратив в каком-то смысле упрощает реальность. Придумывается история, под которую подгоняются реальные факты и события: “We seek to understand the struggle in Iraq by constructing narratives and fitting events into them” (Barone 2006). Благодаря этому нарратив дает возможность осмысления сложных и запутанных политических ситуаций.

Успех того или иного политического лидера объясняется наличием у него внятной и убедительной истории, понятно и приемлемо для избирателей объясняющей его основные цели. Политическое противоборство, особенно в рамках избирательной кампании, это, прежде всего, соперничество историй. Так, «каждый кандидат на участие в президентской гонке 2008 фигурирует в качестве героя хотя бы одного нарратива, завязанного на одну из ключевых проблем нации: Мак-Кейн и сага о благородном воине, Эдвардс и борьба с бедностью, Ромни и права религиозных меньшинств, Джулиани и 11

сентября, Хиллари Клинтон и история американской женщины, Обама и повесть о двух расах» (Carroll 2007).

Для политической партии нарратив – это, прежде всего, некая идея или комплекс идей, доктрина, лежащая в основе партийной идеологии. Можно сказать, что данный тип нарратива есть партийный манифест. Партии, перед которыми стоит задача прихода к власти, осознают, что их проблемы в значительной степени связаны с отсутствием внятного нарратива. Так, в аналитике, посвященной Демократической партии США, нередко констатируется потребность в «сильном», впечатляющем нарративе.

“The Democrats need a compelling narrative of their own, in particular a populist narrative” (Nunberg 2006: 116).

К числу подобных идеологических нарративов, вошедших в фонд прецедентных текстов американской политической культуры, относятся «Утро в Америке» (*Morning in America: Prouder, Stronger, Better*) Р. Рейгана и «Сострадательный консерватор» (*Compassionate Conservative*) Дж.У. Буша.

Рейгановский нарратив родился как предвыборная телереклама его второго президентского срока. Реклама под названием “Prouder, Stronger, Better” открывалась словами «И снова в Америке утро»; видеоряд (кадры американцев, идущих на работу) сопровождался рассказом в спокойной оптимистической тональности о подъеме в экономике, связанном с политикой республиканцев.

Нарратив Буша возник вследствие стремления республиканцев привлечь демократически настроенных избирателей. Он представляет собой попытку соединить традиционно консервативный подход к экономике (принцип индивидуальной ответственности) и нацеленность на улучшение социального обеспечения, помощи нуждающимся гражданам:

For two centuries, America has served the world as an inspiring example of freedom and democracy. For generations, America has led the struggle to preserve and extend the blessings of liberty. And today, in a rapidly changing world,

American leadership is indispensable. Americans know that leadership brings burdens, and requires sacrifice. (G.H. Bush)

К идеологическому нарративу тесно примыкают (а иногда и непосредственно вплетаются в него, из него вырастают или же его формируют) разного рода политические мифы. Некоторые из этих мифов, а также языковые средства их репрезентации, мы рассмотрим в следующих разделах.

1.3 Речевые клише, штампы и мифы в политическом дискурсе

В лингвистике под понятием «речевое клише» обычно понимается достаточно широкий круг явлений. Так, словарь «Культура русской речи» (2003) определяет «клише или речевой стереотип как готовый, легко воспроизводимый в определенных ситуациях и сферах общения оборот». В аналогичном значении используются и такие термины, как «шаблон», «стереотипизированный оборот», «штамп». К разновидностям клишированных образований относят также разного рода воспроизводимые единицы, такие как формулы речевого этикета, штампы, афоризмы, фразеологизмы, идиомы, крылатые слова, некоторые лозунги, цитаты.

Все перечисленные здесь термины составляют своего рода терминологическое поле и относятся к единицам, обладающим свойством воспроизводимости в определенных видах дискурса.

Тем не менее, следует отметить и различие между клише и штампом, несмотря на несомненную общность значений этих терминов. Можно сказать, что штампы имеют ту же коммуникативную природу, что и клише (высокая употребительность, готовая универсальная единица, блок). Однако, по мнению З.Л. Новоженовой, штамп «отличаются от последних стилистической («окрашенное речевое средство») и стилевой («основная

сфера, в которой рождается и меняется речевой штамп – это язык средств массовой информации») маркированностью» (Новоженова 2012: 13).

Помимо этого следует упомянуть и различную аксиологическую наполненность данных терминов. Так, если клише являются действенными элементами той или иной коммуникативной стратегии, то штампами обычно называют обороты, в значительной степени утратившие свою иллокутивную силу. Другими словами, штамп – это клише, переставшее быть актуальным и в связи с этим нередко вызывающее эффект, обратный ожидаемому.

В отличие от штампа или клише, миф является не речевой, а ментальной конструкцией. «В традиционном понимании миф – это возникающее на ранних этапах повествование, в котором явление природы или культуры предстает в одухотворенной и олицетворенной форме. В более поздней трактовке это исторически обусловленная разновидность общественного сознания. В новейших толкованиях под мифом подразумевается некритически воспринятое воззрение» (Гуревич 1992: 43). Однако в силу общих свойств – таких, как устойчивость и повторяемость – клише нередко увязываются с определенными мифами и служат их репрезентантами. В силу укорененности различных мифов и стереотипов в общественном сознании, нередко одного только употребления клише бывает достаточно, чтобы вызвать у аудитории определенные образы и ассоциации, без необходимости снова и снова передавать само содержание мифа.

Разумеется, не каждое речевое клише обязательно репрезентирует тот или иной миф – например, этикетные речевые формулы тоже представляют собой клише, но никаких мифов за ними не стоит. Однако можно с уверенностью утверждать, что любой оформившийся миф неизбежно вызывает к жизни как минимум одно клише, а чаще – целый их букет. Более того, многие мифы часто называют по наиболее часто употребляемым в связи с ними клише. Несколько таких мифов-клише будут рассмотрены нами в следующей главе, а именно: «Американская мечта», «Американские ценности» и «Американская исключительность».

Выводы по ГЛАВЕ I

Анализ современных тенденций изучения политического дискурса применительно к объекту нашего исследования позволяет сделать следующие выводы:

1. Четкого и однозначного определения термина «дискурс», включающего все ситуации его использования, на сегодняшний день не разработано. Это понятие весьма широко применяется не только в языкознании, но и в других отраслях знания и обладает определенной многозначностью. Дискурс – это многомерный феномен, объединяющий сам текст как изолированный вербализованный результат речи и контекст, в котором он реализуется – ситуативный и культурный. Понятие политического дискурса также является предметом дискуссий современных лингвистов. Цель данного вида институционального дискурса заключается, прежде всего, во внушении адресатам – гражданам государства – мысли о необходимости принятия «верных» решений и/или оценок. Осмысление политического дискурса требует фоновых знаний, осведомленности в ожиданиях автора и адресатов, скрытых побуждениях, сюжетных схемах и характерных логических переходах, существующих в определенную эпоху.

2. Поскольку основная цель текстов политического дискурса заключается во влиянии на мышление адресата, значение клише в политической риторике существенно возрастает. В политической коммуникации клише выполняют две главные функции:

1) представление и осмысление политической действительности: трудные и зачастую недоступные для понимания рядового гражданина события в политической жизни (а также прочих областях человеческой деятельности, имеющих отношение к политике) познаются через призму уже готовых и предварительно внедренных в массовое сознание стереотипов;

2) убеждение: клише является действенным инструментом воздействия на адресата – принимая представленную тем или иным политиком ментальную модель, репрезентируемую посредством клише, мы одновременно признаем и все выводы, следующие из этой модели.

3. Идеологический нарратив как жанр политического дискурса не только активно использует клишированные фразы и обращается к устоявшимся в общественном мнении стереотипам, но и сам активно их порождает.

4. Дискурс-анализ позволяет установить, каким образом экстралингвистические факторы оказывают влияние на функционирование фраз-клише и их референтов – ментальных моделей. При анализе политических клише следует принимать во внимание концепции функционирования метафор в кризисный период (Х. де Ландтшер) и критического дискурс-анализа (Т. ван Дейк).

ГЛАВА II. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МИФОВ-КЛИШЕ В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

2.1 Репрезентация мифа-клише «Американская мечта»

Клише «Американская мечта», как и репрезентируемый им образ, возникло в тяжелые для Америки времена. Данное словосочетание впервые зафиксировано в 1931 году. В разгар Великой депрессии писатель и историк Джеймс Траслоу Адамс опубликовал трактат, в котором, с целью подбодрить своих соотечественников перед лицом беспрецедентного экономического кризиса, сформулировал понятие «американской мечты» следующим образом:

But there has been also the American dream, that dream of a land in which life should be better and richer and fuller for every man, with opportunity for each according to his ability or achievement. It is a difficult dream for the European upper classes to interpret adequately, and too many of us ourselves have grown weary and mistrustful of it. It is not a dream of motor cars and high wages merely, but a dream of social order in which each man and each woman shall be able to attain to the fullest stature of which they are innately capable, and be recognized by others for what they are, regardless of the fortuitous circumstances of birth or position. – Но есть и американская мечта, мечта о стране, где жизнь каждого человека будет лучше, богаче и полнее, где у каждого будут возможности, соответствующие его способностям и достижениям. Эту мечту трудно адекватно воспринять высшим классам Европы, да и слишком многие из нас устали и разочаровались в ней. Это мечта не только об автомобилях и высоких зарплатах, но мечта о социальном порядке, который позволит каждому мужчине и каждой женщине достичь того, к чему они от рождения

способны, и быть признанными другими людьми, невзирая на превратности обстоятельств рождения или положения (Adams 2012: 214-215).

В данной формулировка Адамса прослеживается связь вновь созданного клише с текстом американской Декларации независимости 1776 года:

We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain unalienable Rights, that among these are Life, Liberty and the pursuit of Happiness. – Мы считаем самоочевидной те истины, что все люди созданы равными и наделены своим Творцом определенными неотчуждаемыми Правами, среди которых Жизнь, Свобода и стремление к Счастью.

Фактически, эти два источника – Декларация независимости и трактат Адамса – и формируют классическое содержание понятия «американская мечта».

В этой связи следует отметить, что во время своего появления «американская мечта» не была оценена по достоинству: издатель отказался публиковать книгу под таким названием, резонно заявив, что в такое трудное время никто не станет платить за мечту три доллара пятьдесят центов. В итоге работа вышла под названием «Эпос Америки» (The Epic of America).

Однако очень скоро, уже с середины XX века, «американская мечта» превращается в мощное средство как внутренней, так и внешней политики, активно функционируя в этом качестве вплоть до наших дней. Не случайно одним из ключевых тезисов своей предвыборной программы 2007 года Барак Обама сделал вопрос о возрождении «американской мечты». Он часто говорил о тяжелом положении многих американцев, о том, что миллионы граждан США не могут оплатить медицинскую страховку, не могут дать детям образование. Пожалуй, наиболее отчетливо эта позиция прозвучала в его знаменитой предвыборной речи «Более совершенный союз» (A More Perfect Union), произнесенной в Филадельфии 18 марта 2008 года. Охарактеризовав свою политическую карьеру как наглядный пример

сбывшейся американской мечты и заявив, что «подобное не могло произойти ни в одной другой стране мира» ('in no other country on earth is my story even possible'), Обама сразу же посетовал о тех соотечественниках (прежде всего темнокожих), у которых «Американская мечта» не сложилась:

*But for all those who scratched and clawed their way to get a piece of the American Dream, there were many who didn't make it – those who **were ultimately defeated**, in one way or another, by discrimination.* (B. Obama)

Примечательно, что у Обамы «Американская мечта» не сбывается сама по себе – те, кто ее достиг, «цеплялись за нее когтями» ('scratched and clawed').

Также в данном примере интересно употребление клише-метафоры *were ultimately defeated* – «потерпели сокрушительное поражение». Рассмотрим, какие импликации и импликатуры в принципе могут быть вызваны при помощи этого клише. Во-первых, сама военная метафора в подобных случаях обычно призвана подчеркнуть серьезность события: некто терпит не просто неудачу, но «сокрушительное поражение». Во-вторых, в поражении, тем более сокрушительном, всегда кто-то виноват. Кто же это? Здесь, по обстоятельствам, возможны несколько вариантов. Виноватым может оказаться сам побежденный – например, потому что не слушал полезных советов, которые ему давал употребляющий такие клише политик. Также разгром может быть представлен как результат коварных происков каких-то оппонентов политика. В других случаях ситуация представляется так, что оппоненты просто ведут себя бесчестно и низко, используя данную ситуацию в свою пользу. Наконец, все указанное может присутствовать в ситуации в тех или иных пропорциях.

В данном конкретном примере виновника «сокрушительного поражения» Обама называет тут же – это дискриминация. Однако в контексте это звучит слишком общо, поэтому дальше Обама пускается в пространные рассуждения об ужасах дискриминации (которые мы опустим из-за их пространности), а уже по ходу этого описания несколько раз

указывает на действительного виновника, снова прибегая к клишированным моделям. Настоящие виновники – корыстные, коррумпированные и безответственные политики (*crooked politicians, irresponsible politicians*), которые ищут в этой сложной ситуации выгоды для себя и/или своих партий. Разумеется, себя Барак Обама к таким политикам не относит, причем ему даже не надо ничего для этого говорить: его принадлежность к темнокожему населению Америки говорит о его непричастности к дискриминации красноречивее всяких слов. Таким образом, употребляя ряд клише, Барак Обама умело вплетает их в коммуникативную тактику положительной самопрезентации, не упуская возможности использовать с этой целью свою этническую принадлежность.

«Американская мечта» в понимании Обамы – это возможность иметь свой дом, получать медицинскую помощь и дать детям образование. По его мнению, при той политике, которую проводит республиканская администрация, эти простые желания становятся недостижимыми, растет пропасть между богатыми и бедными, средний класс – основа общества – живет все хуже и хуже. Основная цель создания данной оппозиции в дискурсе Обамы – убедить электорат в том, что за время нахождения у власти республиканская администрация ничего не сделала для решения ключевых социальных проблем, и преодолеть их предстоит теперь Обаме, его команде и, конечно же, его избирателям.

...the choice you make is not just between two candidates or parties. It's a choice between two different visions of America – who we are; what we believe; what we care about. It's a choice between going back to the top-down policies that caused the mess we've been fighting our way out of for four years – or moving forward to a future that's built on a strong and growing middle class. (B. Obama)

В этом примере Барак Обама прибегает к речевому манипулированию с использованием пресуппозиции, предлагая адресату поделить мир на черное и белое с очевидным выбором ответа. Голосуя за него и его партию, американцы выбирают «движение вперед к будущему, построенному на

сильном и процветающем среднем классе». Голосуя же против, они выбирают политику навязывания интересов, которая «привела к беспорядку, с которым Обама и его сторонники боролись 4 года».

Чтобы возродить «американскую мечту», которую выстрадали предки нынешних жителей США, Обама намеревается поддержать средний класс и сократить разрыв между богатыми и бедными. Он собирается сделать образование более доступным для большинства американцев, а профессию учителя – более престижной. Заявления о необходимости поддержки малоимущих слоев населения, для которых он выступает в роли лидера и защитника, являются неотъемлемой частью выступлений Обамы:

I'll recruit an army of new teachers, and pay them higher salaries and give them more support. (В. Обама)

В любой войне обычно (а в дихотомической репрезентации, которая наиболее свойственна политическому дискурсу – всегда) какая-либо из сторон терпит поражение. Обама признает, что путь каждого человека к своей мечте, путь всего общества в целом к высшим целям сложен и полон препятствий – пример о тех, кто не смог достичь «американской мечты», приведен выше.

Несмотря на это, Обама, как настоящий военачальник, призывает своих сторонников не сдаваться и не отступать, так как пришло время перемен, и какой бы сложной ни казалась задача, объединенными силами ее можно решить. Отличительная черта риторики Барака Обамы – подчеркивание трудностей, которые предстоит пройти. Оратор обращает внимание на то, что никогда не обещал легкости пути к успеху. Такое акцентирование несколько не вредит его имиджу, зато позволяет представить себя человеком честным и правдивым. Более того, в случае неудачи всегда можно будет напомнить, что «я предупреждал» - то есть подобная тактика позволяет политику заранее подготовить «путь к отступлению»:

*And if we walk away now, if we simply **retreat into our respective corners**, we will never be able to come together and solve challenges like health care, or education, or the need to find good jobs for every American.”* (B. Obama)

В одной из речей Обама высказывает предположение, что различия во взглядах двух основных политических сил в стране слишком велики, а попытки наладить взаимодействие обречены на провал, сравнивая противостояние политических взглядов со столкновением двух армий:

*Maybe the critics are right. Maybe there's no escaping our great political divide, an endless **clash of armies**, and any attempts to alter the rules of engagement are futile.* (B. Obama)

Как видно из приведенных примеров, одним из главных средств актуализации клише «Американская мечта» выступает метафора. Метафорами в значительном большинстве являются сами клишированные фразы. Кроме того, их метафорический характер нередко вынуждает политика использовать их в одном контексте с другими метафорами, чтобы сохранить цельность изложения и в то же время усилить эмоциональное воздействие на аудиторию. Следует также отметить, что несмотря на «мирный» характер самого клише, оно часто репрезентируется в сочетании с метафорами военными и вообще такими, которые имплицитно агрессивно: *firing line, clash of armies, fight back, ultimately defeated, recruit an army, clench fists, scratch and claw* и тому подобные. По нашим наблюдениям, таких метафор в выражении идеи «Американской мечты» более половины из всех задействованных.

На наш взгляд, подобный перекоп в сторону военных и вообще агрессивных метафор обусловлен самим характером американского (да и не только американского) политического дискурса: крайняя степень поляризации, жесткое деление участников дискурса и третьих лиц на «своих» и «чужих», наконец, общая стратегия борьбы за власть. Эта стратегия, неизбежно находящая свое выражение в речевой коммуникации, пронизывает политический дискурс на всех без исключения уровнях – от

официальных выступлений и публикаций до полуофициальных бесед и «встреч без галстуков».

2.2 Репрезентация мифа-клише «Американские ценности»

Анализ речей политических лидеров США подтверждает, что семантический и риторический компоненты аргументации взаимосвязаны, т.к. активизируя ту или иную ментальную модель у адресата, говорящий может воздействовать как на интерпретацию сообщения, так и на последующие действия адресата. Автор как создатель сообщения акцентирует внимание реципиента на смысловых центрах политической речи с помощью риторических средств.

Сопоставление текстов речей американских политиков позволяет выявить, с одной стороны, центральное положение таких ценностей, как *freedom, peace, leadership, democracy, security, health* в американском политическом дискурсе, а с другой стороны, подтвердить их устойчивость на основании частотности употребления в корпусе исследуемых текстов. Более того, как и в случае с предыдущим рассмотренным нами клише, в американском политическом дискурсе эксплицитно и имплицитно подчеркивается необходимость защиты этих основополагающих ценностей, что опять же обуславливает частое обращение к метафорам, среди которых особенно выделяются метафоры военные. На наш взгляд, это нельзя считать простой случайностью: как и в предыдущем рассмотренном нами случае, использование военной лексики выглядит закономерным на фоне того, что одной из наиболее важных функций самого политического дискурса является борьба за власть, следовательно, в нем первоначально заложена богатая основа для метафорического использования военной лексики.

В результате анализа текстов речей были выявлены используемые в риторических стратегиях модели, одним из компонентов которых является ценностно-значимое понятие. Принцип создания риторического эффекта заключается в устранении логической оппозиции «часть-целое», когда говорящий, актуализируя какую-либо из частей фрейма, скажем, с положительной коннотацией, распространяет положительную оценку на всю данную модель. Например, чаще всего понятие *freedom* воспринимается в качестве объекта защиты в рамках ментальной модели «defense», которая активизируется посредством глагола *defend* в таких фразах-клише, как *defend freedom*, и существительного *defense* в *the defense of freedom*. Согласно электронной базе данных FrameNet, составленной Ч. Филлмором, во фрейме «defense» присутствует три основных компонента (слота): субъект нападения, жертва и защитник. Субъект нападения может конкретизироваться в зависимости от исторического периода, защитником, как правило, выступают США, а жертвой эксплицитно выступает ценность *freedom*. В соответствии с таким распределением ролей действия США по защите ценности *freedom* оцениваются положительно.

Критический дискурс-анализ ряда политических речей позволил заключить, что в такие формулировки как *the defense of freedom*, *fight for freedom*, *to meet freedom's challenge*, а также *search for peace*, *pursuit of peace* способны носить эвфемистический характер и использоваться оратором для создания положительной оценочности:

... *they are meeting freedom's challenge on the firing line.* (J. Kennedy)

Политический эвфемизм, использованный Джоном Кеннеди, служит переходом к новому видению ситуации, позволяя заменить эксплицитное упоминание смерти словосочетанием с более общим, маркированным положительным оценочным знаком «*freedom's challenge*». Использование подобной коммуникативной стратегии позволяет политику увеличить экспрессивность высказывания за счет представления политической

ситуации в свете ценностей общества и снятия потенциально негативной реакции аудитории.

Обращение к ценностно-значимым понятиям в текстах политических речей позволяет не только усилить пафос выступления и сохранить преемственность системы ценностей, но и создать новые смыслы за счет «рефрейминга» – перехода от старого видения ситуации к новому, предлагаемому оратором, по сути, переноса уже известной ментальной модели (фрейма) в новый, еще непривычный контекст. Принцип действия этого механизма как процесса формирования нового смысла заключается в использовании новых языковых средств описания, приводящего к созданию новых смыслов и изменению существующего понимания положения вещей. Барак Обама выразил свое ироническое отношение к любимому лозунгу Джорджа Буша *war on terror* («война с терроризмом») в одной из своих речей, где он назвал войну с терроризмом «политическим футболом»:

*And now, after three long years of watching the same back and forth in Washington, the American people have sent a clear message that the days of using the **war on terror** as a political football are over. That policy-by-slogan will no longer pass as an acceptable form of debate in this country.* (B. Obama)

Помещая метафору в другую контекстную модель, Б. Обама меняет созданную Дж. Бушем положительную оценку выражения *war on terror* на отрицательную за счет интерпретации последней через, казалось бы, несовместимое с военной ситуацией понятие спортивной игры. Анализ короткой истории ценностной структуры *war on terror*, показывает, что оценка может вторгаться в систему ценностей и менять ее, однако такие изменения могут оказаться временными и зависеть от политического курса страны. Таким образом, введение новых именованных явлений действительности оказывается проявлением языка как деятельности, направленной на изменение мира.

Анализ текстов американских политических выступлений показал, что рефрейминг главных тем речи того или иного оратора связан с

риторическими стратегиями, которые преследуют своей целью убедить, информировать, оказать эмоциональное воздействие, вызвать доверие, привлечь внимание адресата.

При исследовании риторического потенциала стратегий было отмечено, что неумелое использование последних может обратить политическое выступление против его создателя. В одной из своих речей Дж. Буш-младший использует риторический прием персонификации и высказывание о ценностях с прагматической целью привлечь внимание к работе волонтерской организации с военным названием «Корпус мира»:

And then we've got the Peace Corps, and the Peace Corps is a way for Americans to help teach the world about the universal values that we hold dear, the true nature of America, which sometimes is distorted around the world. (G. W. Bush)

Глагол *teach* здесь выступает в качестве триггера, активизирующего ментальную модель «teaching process». Обычно данная модель предполагает учителя, который так или иначе делится знаниями и опытом с учеником. Однако, персонифицируя понятие *world*, Дж. Буш создает тем самым определенный перекоп в распределении ролей: в роли «учителя» выступают американцы, а в роли ученика – весь мир. Имплицитно это воспринимается как ситуация, когда весь мир недостаточно образован и нуждается в помощи со стороны учителя. Здесь также можно отметить и определенную парадоксальность между ментальной моделью «учитель – ученик» и характеристикой ценностей с помощью прилагательного *universal*: вряд ли есть смысл учить тому, что и так общеизвестно (см., напр., Вашталова 2009, 16).

Тема реформирования системы здравоохранения США является одной из ключевых в политическом дискурсе Барака Обамы и его сторонников, где понятия *healthcare*, *healthcare reform* выступают в роли субъекта нападения или жертвы, оппозиция имплицитно репрезентируется как агрессор, а защитником эксплицитно представлены Барак Обама или Демократическая

партия. Годы дебатов по поводу этой реформы в Конгрессе США создали богатую почву для метафоризации.

Во время президентской кампании 2008 года Обама неоднократно подчеркивал, что нынешняя администрация растрчивает свои силы попусту вместо того, чтобы заниматься более серьезными проблемами:

And instead of fighting for health care or jobs, Washington ends up fighting over the latest distraction of the week. (B. Obama)

В некоторых случаях Обама прибегает к генерализации, представляя усилия по совершенствованию системы здравоохранения как часть более глобальной цели – улучшение уровня жизни обычных американцев, что распространяет положительную оценку на всех, кто принимал участие в этих «сражениях»:

*...what sent her (Hillary Clinton) to work at the Children's Defense Fund and made her **fight for health care** as First Lady; what led her to the United States Senate and **fueled her barrier-breaking campaign** for the presidency – an unyielding desire to improve the lives of ordinary Americans, no matter how difficult the fight may be.* (B. Obama)

Уверенность в победе и воинственная риторика призваны привлечь внимание электората и повысить рейтинг самого Обамы, а не Хилари Клинтон, который сначала использует местоимение *we* (Обама и его сторонники), а лишь затем *she* (Хилари Клинтон), что объясняется обострением внутривнутрипартийной борьбы на фоне грядущих президентских выборов:

*And you can rest assured that when we finally **win the battle** for universal health care in this country, she will be central to that victory.* (B. Obama)

Одним из ключевых ценностно-значимых понятий американского политического дискурса является человеческие права, свободы и достоинство. Бывший директор информационного агентства США Л.Р. Коульс в работе «Ценности, которыми живут американцы» (Kohls 1994) в ряду основных ценностей выделяет равенство и эгалитаризм (концепция, в основе

которой лежит идея, предполагающая создание общества с равными политическими, экономическими и правовыми возможностями всех членов этого общества). Защите этих ключевых демократических принципов уделяется значительное внимание в речах политических лидеров США.

Однако некоторым слоям общества нужно сначала завоевать эти права, чтобы получить возможность их защищать:

*“They march to remember, but they also march because they know our journey isn't complete - they know we have **fights left to win**; that we have dreams still unfulfilled.”* (В. Обама)

Речь здесь идет о забастовке чернокожих работников санитарно-гигиенической службы 1968 года в Мемфисе, штат Теннесси. Каждый год 4 апреля работники санитарной службы проходят тем же маршрутом, который, по словам Обамы, «привел их к справедливости».

На любой войне не обходится без жертв, однако любые жертвы в борьбе за общечеловеческие ценности, в частности, *fight for freedom*, считаются оправданными:

*But to me, the most striking evidence of our progress can be found right across this building, in my dear friend, Congressman John Lewis, who was on the **front lines** of the civil rights movement, **risking life and limb** for freedom.* (В. Обама)

Готовность к самопожертвованию, выраженная идиомой *to risk life and limb*, активизирует ментальную модель «подвиг», что еще больше придает вес сказанному.

Солдаты, погребенные на Арлингтонском национальном кладбище, заслуживают особого уважения, так как их жертва является ценой за свободу и образ жизни американского народа:

*...the fallen heroes who lie in Arlington whisper through the ages. We honor them not only because they are **guardians of our liberty**...* (В. Обама)

Многие американцы так и не смогли проложить свой путь к достойной жизни, и одним из главных препятствий этому была дискриминация по

каким бы то ни было признакам – пример такого высказывания Б. Обамы мы рассматривали в предыдущем параграфе. Теперь же проанализируем его с точки зрения защиты традиционных американских ценностей.

Ценностью, условно разделяемой всеми американцами, в данном случае выступает ориентация на успех. Сущность данной ценности заключается в идее о том, что американское общество является страной неограниченных возможностей, открытым обществом, в котором каждый человек, независимо от социального статуса и происхождения, может добиться успеха, опираясь лишь на собственные силы. В упомянутой цитате эта ценность стала жертвой «дискриминации», так как на то время для нее не нашлось средства защиты, однако это, по мнению Обамы, осталось в прошлом, на что указывает используемое им прошедшее время. То есть здесь мы имеем дело с еще одной стороной положительной самопрезентации: Обама имплицитно дает понять, что несмотря на все трудности и перипетии, в деле защиты традиционных ценностей достигнут немалый прогресс.

США во всем мире известны как главные апологеты демократии и права, имеющие своей целью распространение этих принципов во всем мире. Демократия для американцев – это не просто тип общественно-политического устройства, а его непосредственное воплощение в США, совокупность государственных институтов, режимов и практик. Бывший президент США Джордж Буш в своем обращении к Конгрессу заявил: «Наши вооруженные силы проводят политику, понятную каждому врагу Соединенных Штатов: даже за семь тысяч миль, за океанами и континентами, на вершинах гор и в пещерах вы не укроетесь от справедливости».

Защите ценности «национальная безопасность» уделяется значительное внимание в политическом дискурсе бывшего госсекретаря США Джона Керри. Согласно Керри, противостоять глобальным угрозам нужно только совместно с другими странами, не воюя в одиночку:

*When we join with other nations to reduce the nuclear threat, we build partnerships that mean we don't have to **fight those battles** alone. (J. Kerry)*

При этом следует отметить, что одним из основных различий метафорического осмысления «войны» в американском политическом дискурсе является то, что Соединенные Штаты репрезентируются как ключевая фигура на поле боя, самостоятельно предпринимающая все решающие шаги и за которой должны следовать союзники.

Преимущественно защитный характер военной метафорики Джона Керри можно наблюдать на ярком примере из следующей цитаты:

*Allowing those weapons to be used with impunity would be an enormous **chink in our armor** that we have built up over years against proliferation. (John Kerry)*

Использованная таким образом метафора «брешь в броне», усиленная лексемой «enormous», призывает к всеобщему осуждению режима Башара Асада как представляющего серьезную и реальную угрозу не только ценности «национальная безопасность», но и «глобальная безопасность», что требует решительных мер со стороны мирового сообщества.

Военные метафоры в дискурсе Джона Керри являются не только средством защиты интересов страны на международной арене, противостояния внешним воздействиям, освобождения от давления противника, но и способом консолидации общественного сознания для преодоления внутренних проблем, вызванных посягательствами на основополагающие ценности «freedom», «dignity», «human rights».

Взывая к молодому поколению абстрактным примером одинокого борца за права человека, Керри пытается привить идею о том, что даже один человек способен противостоять несправедливости, обладая достаточной силой воли.

Керри призывает сограждан не забывать, что о ценностях недостаточно просто говорить. В мире достаточно мест, где их положение еще шаткое, и Америка должна помочь делом:

Values are not just words; values are what we live by. They're about the causes that we champion and the people we fight for. (J. Kerry)

Также следует упомянуть и о том, что политики могут апеллировать к идее защиты традиционных ценностей (например религиозных) в рамках фрейма «война» по схеме «традиционные ценности подверглись нападению по вине оппонентов, а мы встанем на их защиту». Приведем пример подобного употребления метафоры Д. Трампом в одной из своих предвыборных речей в ходе последней президентской гонки, которую он, как известно, выиграл:

I always say, we're gonna have a time very soon, when I get elected, when people are going to say "Merry Christmas" again. They [department stores] have "Happy Holidays," and now even that is coming under assault. You can't say "Happy Holidays." We're becoming so politically correct that we can't function as a country anymore. (D. Trump)

Как видим, в данной тираде кандидат в президенты от Республиканской партии подвергает нападкам, хотя и в мягкой форме, еще одно политическое клише, которое также считается ценностью – политкорректность (political correctness), проивопоставляя ее другой, более традиционной ценности – празднованию Рождества. И конечно, Дональд Трамп не упускает случая подчеркнуть, что это счастливое время, когда будут восстановлены в правах традиционные американские ценности (в частности Рождество), наступит в том случае, если изберут именно его.

То обстоятельство, что в населении США достаточно высок процент верующих людей (например, по сравнению с Западной Европой), дает Д. Трампу прекрасную возможность сыграть на религиозных чувствах значительной части американцев, употребив метафору с семантикой нападения, агрессии.

2.3 Репрезентация мифа-клише «Американская исключительность»

Примером идеологического нарратива применительно к современному американскому политическому дискурсу является концепция американской исключительности (*Exceptional America*). Существует точка зрения, что для того, чтобы иметь успех у избирателей, демократы должны вернуть себе этот нарратив – самый важный в американской политической истории (Kurlantzick 2006). Суть данного нарратива в том, что Америка является не одним среди многих мировых лидеров, но лидером из лидеров – исключительной, высоконравственной и великодушной страной, которая может воодушевлять другие нации. «Европейцы могут приводить примеры аморальных и меркантильных действий во внешней политике США. Однако нарратив исключительности, восходящий к утопической доктрине основателей нации, всегда находит отклик у американцев» (Kurlantzick 2006). Функция стереотипа об Америке как обетованной земле свободы и стереотипа об американской исключительности заключаются в формировании и регулировании политического сознания общества.

В риторике двух основных представителей Демократической партии в последнее десятилетие – Барака Обамы и Джона Керри – нарратив полифункционален: он играет роль и в самопрезентации, и в мифотворчестве. Среди мифов центральное место занимает миф об американском превосходстве, регулярное воспроизведение которого помогает поддерживать имидж патриота, а использование метафор позволяет укрепить суггестивный эффект политического текста.

Анализ контекстов употребления метафор демонстрирует, что политика моделируется оратором как средство защиты традиционных ценностей американского общества (*freedom, peace, leadership, democracy, security, health*), о которых речь шла в предыдущем параграфе, что питает в сознании общества миф об американской исключительности. В этих

контекстах метафоры направлены, как правило, не на моделирование демократической политической системы, а на воздействие: они захватывают аудиторию, показывают солидарность оратора с ней и побуждают народ вступать в диалог с властью, спрашивать с нее, не бояться, чувствовать свое единство и историческую преемственность общего дела, вместе строить будущее. Концептуальная метафора оказывается эффективной нарративной техникой, действенным способом перехода от языка к сознанию.

Так, американская исключительность нередко оказывалась ключевым пунктом публичных выступлений бывшего госсекретаря США Джона Керри, который видит эту исключительность, прежде всего, в том, что США берут на себя бремя лидерства в преодолении любых вызовов, с какими бы опасностями это ни было связано:

As I've said many times before, America is not exceptional simply because we say we are. We are exceptional because we do exceptional things, both where there are problems as well as where there is promise, both where there is danger as well as where there is democracy. I am optimistic that we will continue to do these exceptional things. I know we have the capacity. I know that's who we are, and it's who we've always been. (J. Kerry)

При этом политические лидеры США напоминают, что всегда найдутся несогласные с такой исключительностью, что представляет угрозу не только национальным интересам, но и самому образу жизни американцев. Концептуальная метафора позволяет моделировать традиционные ценности и американскую исключительность в общественном сознании как объект нападения, жертву, а действия, предпринимаемые руководством США для их защиты, получают положительную оценку:

We will not apologize for our way of life, nor will we waver in its defense, and for those who seek to advance their aims by inducing terror and slaughtering innocents, we say to you now that our spirit is stronger and cannot be broken; you cannot outlast us, and we will defeat you. (B. Obama)

*Let's remember that our leadership is defined not just by our **defense against threats**, but by the **enormous opportunities** to do good and promote understanding **around the globe** – to forge greater cooperation, to expand new markets, to free people from fear and want. (B. Obama)*

Во времена потрясений, когда американская исключительность и ценности вновь ставятся под сомнение, Барак Обама призывает сограждан к сплоченности в борьбе за свои идеалы:

*We lose ourselves when we compromise the very ideals that we **fight to defend**. And we **honor those ideals** by upholding them not when it's easy, but when it is hard. (B. Obama)*

Обама в то же время подчеркивает, что, обладая значительной мощью и решительностью для отстаивания своих ценностей, Америка не намерена «навязывать» их остальному миру с позиции силы. Это имплицитно указывает на внешнеполитические просчеты администрации Дж. Буша и способствует созданию положительного имиджа нового политического руководства США:

*...wherever we can, it's in our interest to help **foster democracy** through the diplomatic and economic resources at our disposal. But even as we provide such help, we should be clear that the institutions of democracy – **free markets, a free press, a strong civil society** – cannot be **built overnight**, and they cannot be built **at the end of a barrel of a gun**. (B. Obama)*

В этих примерах мы видим целый букет клишированных коллокаций: непоколебимый дух и громадные возможности, свободный рынок и гражданское общество, протянутые руки и дуло пистолета, и т.д. Все они в принципе служат одной цели: путем метафоризации усилить пафос высказывания и в то же время представить докладчика с положительной стороны – как ответственного политика, болеющего душой за будущее такой исключительной нации, как американская.

Экстремизм представляется Обамой одной из главных угроз американским ценностям и образу жизни американцев, поэтому военные

действия, в том числе реальные, не метафорические, направленные на их защиту, воспринимаются положительно. Право на подобные действия подкрепляется очередным обращением к мифу об американской исключительности:

*To overcome extremism, we must also be vigilant in upholding the **values our troops defend** – because there is no force in the world more powerful than the example of America.”* (В. Обама)

В последнем примере интересно своеобразное «полуметафорическое» употребление глагола *defend* – «оборонять, защищать». Дело в том, что Б. Обама ведет здесь речь об американских войсках, а войска действительно используют в том числе для обороны. Однако в прямом смысле слова войска обороняют не духовные, а более конкретные, материальные ценности: территорию, население, правящий класс и т.д. Метафоричность высказывания и в том, что американские войска, о которых ведет речь президент, «обороняются» не в своей стране и даже не на подступах к ней, а далеко за ее пределами – в Афганистане, на Ближнем Востоке, странах Азиатско-Тихоокеанского региона и т.д.

Апелляция к историческим событиям и американской исключительности является неотъемлемой частью идеологического нарратива Обамы, а обращение к рассказам о своих родственниках имеет целью сближение двух различных понятийных областей – политики и обыденной жизни простых американцев, что положительно влияет на создаваемый им образ «народного президента». В непростой для страны период Обама, приводя примеры из прошлого, требует от своих соотечественников такой же сплоченности и самоотверженности в отстаивании ценностей американской нации, так как именно они являются ключом к процветанию страны:

*Ours is a fight to **restore the values that built the largest middle class and the strongest economy the world has ever known, the values my grandfather***

defended as a soldier in Patton's army, the values that drove my grandmother to work on a bomber assembly line while he was gone. (B. Obama)

В политическом дискурсе госсекретаря Джона Керри тема американской исключительности также находит отражение. В метафорической войне с пандемией ВИЧ Керри отводит США роль лидера, главнокомандующего, объединяющего под своим знаменем остальные страны:

*The United States is proud of its **longstanding leadership role** in these efforts. Through research, funding, direct support for HIV services, we have always led by example in this fight, and asked others to join us.* (J. Kerry)

Разумеется, соратница Б. Обамы и Дж. Керри по партии Хилари Клинтон также высказывается на тему американской исключительности в ходе текущей предвыборной кампании. Примечательно, что она совмещает данный миф с рассуждениями о вполне повседневных проблемах – нехваткой рабочих мест, трудностями в образовании и здравоохранении или, как в приведенном ниже примере, с проблемами «бесперспективных» городов:

*And ease the transition for **distressed communities** to a more diverse and sustainable economic future from coal country to Indian country, from small towns in the Mississippi Delta to the Rio Grande Valley to our inner cities, we have to help our fellow Americans.*

*Now, this will **create millions of jobs** and countless new businesses, and enable America to **lead the global fight** against climate change.* (H. Clinton)

И разумеется, в риторике Клинтон Америка – лидер во всем, включая защиту окружающей среды. В таком контексте миф об американской исключительности выглядит настоящим издевательством, поскольку на долю США приходится, по разным данным, от 30 до 60 процентов всех выбросов парниковых газов в атмосферу при населении всего около 5% от населения Земли. Это, конечно, тоже исключительность, но только с отрицательным знаком.

Конечно же, от идеи распространения и поддержания того же мифа, но уже в свою пользу, не отказываются и республиканцы. Как и Барак Обама, Митт Ромни поддерживает представление о превосходстве США над другими странами. Во фразах *Мы американцы, мы можем все / We're Americans, we can do anything* или *Вы американец, вы не сдаётесь / You're an American and you don't quit* можно увидеть и гипнотизирование, и создание оппозиции «Мы» – «Они», где «Мы» – это Америка, а «Они» – остальной мир. Он отводит США роль центра в новой системе глобальной безопасности и незаменимого помощника в борьбе с общими угрозами:

*We can't solve every problem, certainly not on our own, but we remain the indispensable partner, the anchor of global security, and a catalyst for global prosperity. We will help the Muslim world combat the spread of extremism; we will dissuade Iran from building a nuclear bomb; we will **build enduring relationships** throughout Latin America; and we will partner with China and other great nations to build a more stable and peaceful world.* (M. Romney)

В целом можно констатировать, что для репрезентации мифа-клише «Американская исключительность» политики в основном прибегают к тем же языковым средствам, что и в случае с другими популярными клише. Это, прежде всего, чрезвычайно высокая степень метафоризации, причем метафоры со значением войны и агрессии явно перевешивают все остальные вместе взятые, а на метафоры со значением созидания, строительства приходится совсем уж незначительная роль: их объем в общем числе метафор, употребляемых для актуализации этих клише, не превышает 10%. При этом набор метафор со значением созидания также крайне скуден: политики обычно «строят» отношения – обычно те самые, которые они же и разрушили своими «боевыми действиями».

Выводы по ГЛАВЕ II

Анализ языковых средств репрезентации основных клише в политическом дискурсе США позволяет сделать следующие выводы:

1. Фразы-клише широко востребованы в политическом дискурсе США для концептуализации и в значительной степени – мифологизации американской действительности. Входящие состав распространенных политических мифов частные ментальные (более статичные) и контекстуальные (более динамичные) модели актуализируются в различных риторических тактиках и стратегиях и могут варьироваться под влиянием различных факторов дискурса. Наиболее продуктивным языковым средством актуализации рассмотренных мифов-клише является метафора. Наиболее распространенная метафорическая модель – «военные действия» (в частности, слоты «атака» (35%) и «защита» (17%), что отражает суть политической жизни США: правящие круги находятся в постоянных «столкновениях» с оппозиционными силами страны; стороны поочередно «переходят в наступление» и «держат оборону», «воюют» за голоса избирателей и «борются» за власть. Двукратное преобладание модели «атака» над «защитой» также указывает и на то, что данные метафоры чаще применяются для негативной презентации противника: агрессивность значительно чаще приписывается не себе, а оппонентам.

2. Манипулятивный потенциал речевых клише в оппозиции «Мы – Они» как основе риторической стратегии нападения и дискредитации оппонента направлен на создание метафорического образа врага, прямо или косвенно являющегося причиной существующих проблем рядовых граждан Америки, и на консолидацию общественного мнения для борьбы с этим противником. Закономерным результатом этой «войны» станет поддержка и избрание другой, «своей» силы, которая способна решить задачи, оставшиеся после капитуляции «чужих». Кроме того, клишированные речевые модели

содержат оценочный компонент, который присваивает положительную оценку «своему» и отрицательную – «чужому», при этом сила воздействия направлена на формирование аналогичной оценочности в отношении того или иного объекта у адресата.

3. Важнейшей составляющей внешнеполитического менталитета американцев является концепция «американской исключительности» (*American Exceptionalism*), т.е. уверенность американцев в абсолютном превосходстве «американской модели», вера в то, что США во всех отношениях «лучше» любой другой страны. Эта идея, зародившаяся более 200 лет назад, превратилась из общего постулата в глобальную концепцию, используемую не только для объяснения истории США, но и для обслуживания текущих запросов правящих кругов страны в сфере внешней политики. Фразы-клише, используемые политиками в рамках этой концепции, способствуют особому восприятию места, роли и политики, которые присущи в настоящее время в международных отношениях Соединенным Штатам Америки..

4. В сознании американского общества и индивида семантический и аксиологический компоненты неразрывно связаны между собой. Общественные и культурные ценности закреплены в виде ценностно-значимых понятий, составляющих основу политического дискурса США. Ценностно-значимые лексемы-понятия, наряду с фразами-клише, участвуют в реализации риторических стратегий оратора, направленных на достижение прагматических целей информирования, убеждения, эмоционального воздействия, пробуждения доверия к идеям, содержащимся в выступлении, и к личности оратора. Использование метафоры и разнообразные способы ее выделения в тексте обеспечивают его смысловую и эмоциональную целостность, а также служат средством убеждения в необходимости защиты традиционных ценностей американского общества – национальная безопасность, здравоохранение, свобода, равенство, достоинство, демократия, американская мечта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ текстов выступлений американских политиков позволяет доказать, что политический дискурс как специфическая разновидность дискурса обладает набором системообразующих признаков, которые определяют его природу и обуславливают его манипулятивный потенциал. Интенция борьбы за власть как основная цель политического дискурса соответствующим образом структурирует анализируемый текст и проявляется через избираемый способ общения (осуществляемый говорящим выбор стратегий и тактик). Использование метода дискурс-анализа позволяет проследить влияние ментальных установок говорящего на выбор применяемых им в политическом дискурсе языковых средств для достижения коммуникативных целей.

Проведенный анализ подтверждает, что фраза-клише в политическом дискурсе, с одной стороны, обращена к национальному сознанию, когнитивным структурам, ценностно-значимым понятиям, обусловлена национальной концептосферой, с другой – к экстралингвистической реальности, которая добавляет существенную вариативность в функционирование тех или иных моделей в политической коммуникации, с третьей – выполняет некоторые прагматические функции.

Клише-мифы «Американская мечта», «Американские ценности» и «Американская исключительность» востребована в политическом дискурсе США для концептуализации американской действительности. Входящие в их состав ментальные модели актуализируются в различных риторических стратегиях и могут варьироваться под влиянием различных факторов дискурса. Описанные нами модели и проанализированный фактический материал указывают на наличие жестокой конкуренции, имеющей место не только среди «первых лиц» страны, но и в обществе в целом. Политическая система пронизана духом милитаризма и осмысливается терминами войны.

Одной важнейших функций самого политического дискурса является борьба за власть, следовательно, в нем изначально заложена богатая основа для использования военной метафоры. Однако потенциал рассматриваемых клише применяется в политическом дискурсе в зависимости от сферы метафорической экспансии.

Так, милитарная метафора является доминирующей в семантических оппозициях «Мы – Они», к созданию которой прибегают политики в рамках стратегии нападения и дискредитации оппонента. В политической коммуникации данная оппозиция является основой стратегии дискредитации оппонента, а концептуальные метафоры в качестве коммуникативного фильтра «свои» – «чужие» направлены на разделение сфер интересов, репрезентацию «своих» в выгодном свете с целью привлечения голосов избирателей, формирование негативных образов репрезентации «чужих», воспитание среди избирателей активной группы сторонников, воспринимающих окружающую действительность в соответствии с предлагаемыми политическими клише.

Моделируя острые политические, социальные, экономические и другого рода проблемы жизни государства в терминах войны, американские политики навязывают обществу конфликтный путь их решения, при этом в роли «врага» или «чужих» представлены политические деятели из оппозиции, лоббисты в правительстве, внешнеполитические соперники США, террористические организации и т.д.

В политическом дискурсе американских политиков, как и любых крупных политических деятелей, встречается нарратив – система взаимосвязанных историй, переходящих одна в другую от речи к речи. Идеологический нарратив в политическом дискурсе играет важную роль в мифотворчестве, в частности, в поддержании концепции «американской исключительности» (*Exceptional America*). Здесь потенциал милитарных метафор уже ограничен и заключается в защите традиционных ценностей, права Америки на исключительность и продвижение своих национальных

интересов. Анализ контекстов употребления данных метафор демонстрирует, что политика моделируется оратором как средство защиты ценностно-значимых понятий (*freedom, peace, leadership, democracy, security, health, dream*), что питает в общественном сознании миф об американской исключительности. Таким образом, клише оказывается эффективной нарративной техникой, действенным способом перехода от языка к сознанию. Моделирование действий государства, направленных на защиту основополагающих ценностей американского общества, активизирует в сознании адресата ту или иную ментальную модель (фрейм), что способствует более образному и доступному представлению действительности. Например, модель *defense* по отношению к лексеме *freedom* апеллирует к двум понятиям: жертва и защитник. Жертвой выступает ценностно-значимая дефиниция *freedom*, а защитником – США и имплицитно сам оратор. Подобное моделирование служит также целям оправдания действий США, направленных на защиту ценностей западного мира и национальных интересов страны. Прибегая к речевому манипулированию с использованием пресуппозиции, политик предлагает поделить мир на черное и белое с очевидным выбором ответа.

Стратегический репертуар американских политических деятелей разнообразен, однако универсальной стратегией, к которой прибегают все политики без исключения, является стратегия самопрезентации. Важную роль в создании имиджа политического лидера играют роли, с которыми тот или иной политик ассоциируется у аудитории, а фразы-клише являются одним из ключевых средств актуализации этих ролей в рамках доминантной коммуникативной.

Проведенное исследование не исчерпывает всего содержания рассматриваемого феномена. Представляется, что полученные результаты открывают перспективы для дальнейшего исследования функционирования речевых клише в рамках сопоставительного лингвокультурологического

анализа, критического дискурс-анализа, работ по изучению языковой личности политика.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ааматов А.М. Политический дискурс и апология непопулярного решения // Политическая лингвистика. – 2011. – № 2(36). – С. 11-18.
2. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры: сборник. – М.: Прогресс, 1990. – С. 5-32.
3. Базылев В.Н. К изучению политического дискурса в России и российского политического дискурса // Политический дискурс в России: Материалы раб. совещ. (Москва, 29 марта 1998 года) / Под ред. Ю.А. Сорокина и В.Н. Базылева. – М.: Диалог-МГУ, 1998. – С. 6–8.
4. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Русская политическая метафора. Материалы к словарю . – М.: Институт русского языка АН СССР, 1991. – 193 с.
5. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
6. Вашталова Ю.С. Риторические особенности американского политического дискурса: когнитивно-семантический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – СПб, 2009. – 24 с.
7. Воробьева, О. И. Политическая лексика. Ее функции в современной устной и письменной речи. – Архангельск: ПГУ, 2000. – 120 с.
8. Гаврилова М.В. Критический дискурс-анализ в современной зарубежной лингвистике. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2002. – 42 с.
9. Гуревич П.С. Мифология наших дней // Свободная мысль. – 1992. – №11. – С. 43 – 53.
10. Демьянков В.З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века // Язык и наука конца 20 века. – М.: Институт языкознания РАН, 1995. – С. 239– 320.

11. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – М.: ИНИОН РАН, 2002. – №3. – С. 32-43.

12. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

13. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5-20.

14. Караулов Ю.Н., Петров В.В. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 5-11.

15. Кобозева И.М. Семантические проблемы анализа политической метафоры // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. – 2001. – № 6. – С. 132–149.

16. Крючкова Т.Б. Общественно-политическая лексика и терминология: основные свойства и тенденции развития: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. – М., 1991. – 32 с.

17. Кубрякова Е.С., Александрова О. В. Виды пространства, текста и дискурса // Категоризация мира: пространство и время: материалы научной конференции. – М.: Диалог-МГУ, 1997. – С. 19-20.

18. Кубрякова Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.

19. Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева и др. – М., 2003, С. 574-575.

20. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ. / Под. ред. и с предисл. А.Н. Баранова. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.

21. Макаров М.М. Основы теории дискурса. – М.: ИТДК «Гнозис», 2003. – 280 с.
22. МакКормак Э. Когнитивная теория метафоры // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 358–386.
23. Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Академия, 2001. – 208 с.
24. Новоженова З.Л. Клише и штампы в публицистическом тексте как проблема перевода // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. – 2012. - № 3, т. 12. – С. 13 – 19.
25. Петрова Н.В. Текст и дискурс // Вопросы языкознания. – 2003. – № 6. – С. 123–131.
26. Плисецкая А.Д. Барак Обама: риторическая стратегия успеха // Эффективные стратегии и тактики в современных коммуникационных процессах. Сб. науч. статей. Вып. 10. – 2012. – С. 114.
27. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Истоки, 2002. – 192 с.
28. Степанов Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века: Сб. статей. – М.: РГГУ. – 1995. – 432 с.
29. Цурикова Л.В. Проблема естественности дискурса в межкультурной коммуникации. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2002. – 257 с.
30. Чернявская В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: Сб. науч. тр. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та экономики и финансов, 2001. – С.11–22.
31. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2003. – 248 с.
32. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): монография. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2001. – 238 с.

33. Чудинов А. П. Современная политическая коммуникация: учеб. пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2009. – с. 141.

34. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.

35. Эпштейн О.В. Семантико-прагматические и коммуникативно-функциональные категории политического дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2008. – №2(2). – С. 150-156.

36. Юдина Т.В. Теория общественно-политической речи. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2001. – 158 с.

37. Anderson R.D., Jr. The Causal Power of Metaphor in Politics. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/anderson/MetaphorsCauses.htm (дата обращения: 19.04.2017).

38. Anderson R.D., Jr. The Discursive Origins of Russian Democratic Politics. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/Anderson/AFHRChapter.htm> (дата обращения: 19.04.2017).

39. Barone M. A New Narrative // U.S. News & World Report. – New York, 2006. – P. 59.

40. Boyle D. In search of a political narrative. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://david-boyle.co.uk/politics/narrative.html>. (дата обращения: 19.04.2017).

41. Carroll C. Candidates' stories tell us what we've become // The Boston Globe. – Boston, 2007. – P. 23.

42. Chilton P. Missing Links in Mainstream CDA: Modules, Blends and the Critical Instinct // A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis. Theory, Methodology and Interdisciplinarity / Ed. by R. Wodak, P. Chilton. – Amsterdam: Benjamins, 2005. – P. 19–51.

43. Chilton P., Lakoff G. Foreign policy by metaphor // *Language and Peace* / Ed. Ch. Schäffner, A. Wenden. – Aldershot: Dartmouth, 1995. – P. 37–59.
44. Cienki A. Bush's and Gore's language and gestures in 2000 US presidential debates: A test case for two models of metaphors // *Journal of Language and Politics*. – 2004. – Vol. 3. – № 3. – P. 409–440.
45. Dijk T.A. van. *Communicating racism*. – Newbury Park, CA: Sage, 1987. – 439 p.
46. Dijk T.A. van. *Principles of Critical Discourse Analysis* // *Discourse and Society*. – 1993. – Vol. 4. – № 2. – P. 249–283.
47. Dijk T.A. van. *Discourse, Ideology and Context* // *Folia Linguistica* XXXV/1-2. – Berlin: Mouton de Gruyter, 2001. – P. 11-40.
48. Fairclough N.L. *Critical and Descriptive Goals in Discourse Analysis* // *Journal of Pragmatics*. – 1985. – Vol. 9. – P. 739-763.
49. Fairclough N.L. *Language and Power*. – London: Longman, 1989. – 259 p.
50. Fairclough N. *Critical discourse analysis and the marketization of public discourse: the universities* // *Discourse and Society*. – 1993. – № 4 (2). – P. 133-134.
51. Goatly A. *Green grammar and grammatical metaphor, or Language and the myth of power, Metaphors we die by* // *Journal of Pragmatics*. – 1996. – Vol. 25. – № 4. – P. 537–560.
52. Heisey D.R. *The Strategy of Narrative and Metaphor in Interventionist Rhetoric: International Case Studies* // *Rhetorical Movement: Essays in Honor of Leland M. Griffin*. – Evanston: Northwestern University Press, 1993. – P. 186-209.
53. Kohls L. R. *The Values Americans Live By*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uri.edu/mind/VALUES2.pdf>. (дата обращения: 19.04.2017).
54. Lakoff G. *The Contemporary Theory of Metaphor* // *Metaphor and Thought*. / ed. A. Ortony. – Cambridge: Cambridge University Press, 1993. – P. 202-251.

55. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live by*. – Chicago: University of Chicago Press, 1980. – 237 p.

56. Landtsheer Ch. de. *Function and the Language of Politics. A Linguistics Uses and Gratification Approach // Communication and Cognition*. – 1991. – Vol. 24. – № 3/4. – P. 299–342.

57. Leeuwen T van. *Genre and field in critical discourse analysis // Discourse and society*. – 1993. – № 4(2). – P. 193.

58. Lorenz C. *Can histories be true? Narrativism, positivism, and the “metaphorical turn” // History and Theory*. – 1998. – Vol. 37. – № 3. – P. 309-329.

59. Nunberg G. *Talking right: how conservatives turned liberalism into a tax-raising, latte-drinking, sushi-eating, Volvo-driving, New York times-reading, body-piercing, Hollywood-loving, left-wing freak show*. – New York: PublicAffairs. – 2006. – 264 p.

60. Roberts B. *Political Activism and Narrative Analysis: The Biographical Template and The Meat Pot*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-04/04-3-10-e.htm#g3> (дата обращения: 19.04.2017).

61. Schiffrin D. *Approaches to Discourse*. – Oxford: Oxford University Press, 1994. – 314 p.

62. Velleman J.D. *Narrative Explanation // The Philosophical Review*. – 2003. – Vol. 112. – No. 1. – P. 1-25.

63. Wodak R., Ludwig C. *Challenges in a Changing World*. – Vienna: Passagen Verlag, 1999. – 241 p.

64. Yule G. *Pragmatics*. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – 138 p.

65. Zinken J. *Ideological Imagination: Intertextual and Correlational Metaphors in Political Discourse // Discourse and Society*. – 2003. – Vol. 14. – № 4. – P. 507-523.

66. Zinken J. *Metaphors, stereotypes, and the linguistic picture of the world: Impulses from the Ethnolinguistic School of Lublin // Metaphorik.de*. – 2004. – № 07. – P. 115-136.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Изд-во «Советская энциклопедия», 1990. – С. 136-137.
2. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Словарь русских политических метафор. – М.: «Помовский и партнеры», 1994. – 351 с.
3. Коновалов В.Н. Политология. Словарь. – М: РГУ, 2010. – С. 49.
4. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: Изд-во МГУ, 1996. – 245 с.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

1. Adams, J.T. The Epic of America. – N.Y.: Transaction Publishers, 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://books.google.ru/books?id=paIpt-vBVR8C&printsec=frontcover&dq = %2522American+Dream%2522+James+Truslow+Adams&hl=en&sa=X&redir](https://books.google.ru/books?id=paIpt-vBVR8C&printsec=frontcover&dq=%2522American+Dream%2522+James+Truslow+Adams&hl=en&sa=X&redir) (дата обращения: 16.04.2017)
2. American Rhetoric: Barack Obama – Announcement of Presidential Candidacy. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobamacandidacyforpresident.htm> (дата обращения: 19.04.2017).
3. American President Speech Archive – Miller Centerю – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://millercenter.org/president/speeches> (дата обращения: 16.04.2017).
4. Declaration of Independence. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.archives.gov/founding-docs/declaration-transcript> (дата обращения: 20.04.2017).
5. Kurlantzick, J. Exceptional America // Prospect, 2007. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.prospectmagazine.co.uk/magazine/exceptionalamerica> (дата обращения: 19.04.2017).
6. Mottier V. Meaning, Identity, Power: Metaphors, Mini-Narratives and Foucauldian Discourse-Theory. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.essex.ac.uk/ecpr/events/jointsessions/paperarchive/granada/ws14/Mottier.pdf (дата обращения: 19.04.2017).
7. PresidentialRhetoric.com – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.presidentialrhetoric.com/index.html> (дата обращения: 20.04.2017).

8. The complete text transcripts of over 100 Barack Obama Speeches. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://obamaspeeches.com> (дата обращения: 17.04.2017).

9. The White House. President George W. Bush. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://georgewbush-whitehouse.archives.gov> (дата обращения: 19.04.2017).

10. U.S. Department of State / Secretary Kerry's Remarks. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.state.gov/secretary/remarks/index.htm> (дата обращения: 18.04.2017).

11. Видеохостинг Youtube. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.youtube.com>. (дата обращения: 19.04.2017).

12. Интернет-портал LiveLeak. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.liveleak.com>. (дата обращения: 19.04.2017).