

**Біляев Д. В.,***orcid.org/0000-0001-5851-5662**магістр за спеціальністю «Середня освіта (мова і література (англійська))»,  
учитель англійської мови**Миколаївської загальноосвітньої школи І–ІІ ступенів № 64  
Миколаївської міської ради Миколаївської області***Демчук А. І.,***orcid.org/0000-0003-0894-1684**кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри германської філології та методики викладання іноземних мов  
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»*

## ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСУ ДЖ. БАЙДЕНА

**Анотація.** Стаття присвячена аналізу лінгвопрагматичних особливостей електорального дискурсу Дж. Байдена як кандидата в президенти 2020 року, із застосуванням комплексного підходу, який поєднує в собі описовий та критичний підходи. У ситуації президентських виборів 2020 року Дж. Байден – головний кандидат на дебатах від демократичної партії США – спрямовує вектори адресованості прямо чи опосередковано на електорат, який є адресатом. Електоральний дискурс Байдена реалізує головні ідеологічні позиції демократичної партії США, а саме лібералізацію соціал-демократичних орієнтирів у сферах життя людей. З'ясовано, що характерні риси електорального дискурсу Дж. Байдена актуалізуються через використання мови в ситуації інституційного спілкування в діалогічному жанрі президентських дебатів. Метою електоральних дебатів є боротьба за владу між кандидатами, чії ролі виконують Дж. Байден та Д. Трамп через використання певних стратегій та тактик. Деталізовано зв'язок між домінуючими функціями електорального дискурсу Дж. Байдена: інтеграційною, агональною, орієнтаційною, інституційною та використаними стратегіями і тактиками. Виявлено використання в електоральному дискурсі Дж. Байдена стратегій, які реалізовані через певні тактики: 1) стратегія інтеграції з тактиками єднання з адресатом, солідаризації з адресатом, тактики роздратування та тактики врахування ціннісних орієнтирів аудиторії; 2) стратегія переконання з тактиками агітації та аргументації; 3) стратегія самопрезентації з тактикою самоохвалення; 4) конфронтаційна стратегія з тактиками критики, особистих образ та сарказму. Охарактеризовано використання лінгвістичних засобів у дискурсі: лексико-стилістичних (метафор, епітетів, ідіом), фонетичних (асонансів, алітерацій), синтактичних (простих повторів, епіфор, анафор, емоційних протиставлень, речень з однорідними членами).

Доведено, що поєднання певних мовних засобів разом зі стратегіями та тактиками дають змогу реалізувати домінуючі функції електорального дискурсу, сформувати позитивний образ Дж. Байдена та негативний образ його опонента перед виборцями, тим самим наблизити їх до бажаного розуміння мовної особистості Дж. Байдена як майбутнього президента США.

**Ключові слова:** лінгвопрагматика, електоральний дискурс, домінуючі функції, стратегії, тактики, мовні засоби.

**Постановка проблеми.** Електоральний дискурс як різновид політичного дискурсу характеризується динамічністю та вміщує у собі: результат – текстову складову частину та різні екстралінгвістичні фактори, такі як думка, цілі та позиції адресанта, які розкриваються у використанні кандидатом стратегій та тактик. За допомогою них реалізуються функції дискурсу [7, с. 7].

Президентські вибори 2020 року стали однією з найбільш обговорюваних у світових ЗМІ подій за період їх проведення. Перемога Дж. Байдена на президентських виборах 2020 року засвідчила необхідність вивчення використаних в його електоральному дискурсі стратегій й тактик, лексичних, фонетичних та синтаксичних мовних засобів. Тому об'єктом дослідження вибрано електоральний дискурс Дж. Байдена, як кандидата в президенти 2020 року, а предметом аналізу – його прагматичні характеристики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням електорального дискурсу присвячені численні лінгвістичні роботи як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Вітчизняні науковці, зокрема представники харківської лінгвістичної школи О. Горіна, М. Ільченко, О. Кобзєва, які висвітлювали комунікативні стратегії й тактики, політичні концепти, особливості організації електорального дискурсу, його когнітивно-комунікативні характеристики [2; 3; 5]. Автори Т. Гончарова, В. Гуртов, І. Шевченко фокусували увагу на ролі метафор економіки у когнітивній прагматиці американських президентських дебатів, зокрема 2020 року [1]. Зарубіжні науковці О. Шейгал, О. Паршина розглядали природу електорального дискурсу, мову політики, стильові й жанрові особливості політичних текстів, фокусуючись на текстах дебатів, політичній риторичі [11; 6]. Інші представники російської лінгвістичної школи Ю. Суханов, Я. Хлопотунов досліджували мовні тактики і стратегії, лінгвістичні та синтаксичні прийоми, які використовуються в передвиборчому дискурсі [8; 10]. Ж. Павлікова, представниця словенської лінгвістичної школи, дослідила функції простих та концептуальних метафор в електоральному дискурсі кандидатів у президенти 2020 року [14]. Попри це, є потреба в детальнішому дослідженні електорального дискурсу президентських дебатів 2020 року, а саме в аналізі

мовних стратегій та тактик, а також лінгвістичних засобів, які використав Дж. Байден під час своєї передвиборчої кампанії.

**Метою статті** є визначення лінгвопрагматичних особливостей англomовного електорального дискурсу Дж. Байдена як кандидата в президенти 2020 року.

**Виклад основного матеріалу.** Лінгвопрагматика електорального дискурсу Дж. Байдена базується на особливості вживання мови кандидатом в комунікативних ситуаціях президентських виборів 2020 року з урахуванням тісної взаємодії комунікантів, зокрема у такому жанрі, як дебати. У дебатах функції електорального дискурсу Дж. Байдена розкриваються через використання кандидатом стратегій та тактик, досліджуючи які можна встановити реальну мету – отримати більше голосів за свою кандидатуру.

Матеріалом дослідження слугували передвиборчі дебати на посаду президента США 2020 року, які пройшли у два етапи: перші та фінальні дебати. Заплановані другі дебати були відмінені через хворобу опонента Дж. Байдена. Основними темами перших дебатів були: стан справ у Верховному суді США, пандемія коронавірусу, расові протести та насильство в містах, прозорість виборів, політика у сфері економіки, глобальне потепління та попередня діяльність обох кандидатів. Тематами фінальних дебатів були: боротьба з COVID-19, проблеми американських сімей, расові протести, глобальне потепління, національна безпека та керівництво внутрішньою та зовнішньою політикою. За параметром тривалості перші та фінальні дебати загалом велись кожні по півтори години [4; 9].

В електоральному дискурсі Дж. Байдена реалізовані такі домінуючі функції: інтеграційна, агональна, орієнтаційна та інституційна.

*Інтеграційна функція* електорального дискурсу Дж. Байдена утілювалась у стратегії інтеграції. Ця стратегія реалізовувалась через тактику єднання з адресатом:

*"I'm running as a proud Democrat, but I'm going to be an American president. I don't see red states and blue states. What I see is American United States. And folks, every single state out there finds themselves in trouble"* [12].

З'єднання Дж. Байдена з виборцями здійснюється через представлення його як єдиного кандидата всієї Америки та кожного штату за допомогою висловлювань "American president", "red states", "blue states", "American United States", "single state". Вираз "in trouble" має в електоральному дискурсі Дж. Байдена маніпулювати свідомістю виборців, імпліцитно з тим, щоб вони побачили, що саме кандидат Дж. Байден знає всі проблеми штатів. Наведемо ще один приклад: *"And what I'm going to do as President of the United States is call together an entire group of people at the White House, everything from the civil rights groups, to the police officers, to the police chiefs, and we're going to work this out"* [13].

Займенником "I", словами "together", "entire group", "everything", "groups", які за змістом представляють об'єднання, виразом "work this out" щодо підтримання правопорядку здійснюється вплив на виборців. Це викликає відчуття впевненості у Дж. Байдені, його образ збагачується рисами сильного лідера.

Стратегія інтеграції реалізується через тактику солідаризації: *"The only way we're going to bring this country together is bring everybody together. There's nothing we cannot do, if we do it together. We can take this on and we can defeat racism in America"* [13].

Реалізація тактики відбувається за допомогою займенника "we", патріотичної лексики: іменників "country", "America" зі змістовим компонентом державності, використанням слова "everybody", однорідних членів речення з лексичними повторами прислівника "together", що підкреслює близькість позицій кандидата в президенти і позицій свого електорату.

Стратегія інтеграції актуалізується через тактику роздратування: *"So thirdly, we're poor. The billionaires have gotten much more wealthy by a tune of over \$3 – \$400 billion more just since COVID. You in the home, you got less you're in more trouble than you were before"* [13].

Цією тактикою викликаються такі негативні емоції виборців, як невдоволення, гнів, роздратування. У ній є значний імпліцитний потенціал для перетягнення виборців на сторону Дж. Байдена. Контрастивне аргументування емоційно забарвленою лексикою "poor", "much more wealthy", "less", "trouble" сприяє виникненню таких почуттів.

Хоча Дж. Байден звертається з пропозицією обговорити проблеми виборців, які втратили близьких через коронавірус, все ж таки головний ефект риторичних запитань – викликати відчуття страху та змалювати образи того, що може статися з американськими громадянами. Імпліцитно вводиться думка про те, що цього можна буде уникнути, якщо вони виберуть Дж. Байдена, який буде захищати країну від вірусу. Меседж підкріплений дієсловами з негативною конотацією в минулому часі "died", "lost". Повторення особового займенника "you" реалізує ефективний вплив на виборців, до яких звертається Дж. Байден. Використання повтору початкових частин риторичних запитань дає змогу Дж. Байдену акцентувати на думках, що викликають страх, та запевнити аудиторію, що для захисту від коронавірусу Сполученим Штатам потрібен його образ – «сильний лідер».

Проілюструємо використання стратегії інтеграції, яка реалізується через тактику врахування ціннісних орієнтирів аудиторії: *"... look, the vast majority of police officers are good, decent, honorable men and women. They risk their lives every day to take care of us, but there are some bad apples"* [13].

У питанні захисту прав населення ця тактика реалізована через лексику, яка виражає якості, які належить простому народу: вміння захистити себе, відвага, любов до Батьківщини. За допомогою використання лексики з оціночною позитивною конотацією "vast majority", "good", "decent", "honorable", іменників, що виражають різні категорії населення "men and women" формується пафос урочистої промови. Ці риси імпліцитно починають тяжіти до образу Дж. Байдена. Наприкінці своєї промови він звертає увагу на те, що це правило має виняток, вживаючи фразеологізм "bad apples", тим самим він не замовчує проблему, виражає прагнення реформувати систему правопорядку.

*Інституційна функція* електорального дискурсу Дж. Байдена реалізовувалась у стратегії переконання, яка вводилась через тактику агітації: *"Show up and vote. You will determine the outcome of this election. Vote, vote, vote. If you're able to vote early in your state, vote early. If you're able to vote in person, vote in person. Vote whatever way is the best way for you, because you will... He cannot stop you from being able to determine the outcome of this election"* [13].

Переконання через тактику агітації в електоральному дискурсі Дж. Байдена спрямоване на те, щоб спонукати виборців

до дії: прийти і проголосувати достроково або особисто. Це сприяє утвердженню у свідомості виборців думки про необхідність проголосувати за Дж. Байдена як єдиного кандидата переможця. Також у цьому абзаці сформовано образ «чужого» опонента через заперечення. Дж. Байден використовує дієслівну форму майбутнього часу дієслова “to determine”, наказову форму фразеологізму “to show up” та повтори дієслова “to vote” в наказовій формі, які допомагають активізувати виборців, спонукати їх прийняти рішучі дії, запевнити їх у тому, що саме від їхнього голосу залежить результати виборів.

Стратегія переконання вводилась в електоральний дискурс Дж. Байдена також через тактику аргументації: “...if we just wore masks *between now*, if everybody wore a mask and social distanced *between now and January*, we’d probably save up to 100,000 lives. *It matters. It matters*” [13].

Тактика аргументації вживалась Дж. Байденом для висвітлення негативної політики боротьби з епідемією свого опонента. Повтори речень “It matters”, вживання виразів “between now”, “between now and January”, “100,000 lives” імпліцитно впливали на вподобання виборців щодо голосів за Дж. Байдена, актуалізували його позицію.

“200,000 dead. As you said, over seven million infected in the United States. We, in fact, have 4% of the world’s population, 20% of the deaths. 40,000 people a day are contracting COVID. In addition to that, about between 750 and 1000 people a day are dying” [13].

У цьому абзаці, насиченому лексикою, що представляє числові дані та негативно забарвленими дієсловами “infect”, “die”, що стосуються епідемії COVID, тактика аргументації спрямована на формування страху та думки про реальний стан справ у свідомості виборців, імпліцитного впливу голосування за Дж. Байдена.

Орієнтаційна функція дискурсу втілена через стратегію самопрезентації. Стратегія самопрезентації в електоральному дискурсі Дж. Байдена актуалізується за допомогою тактики самосхвалення: “*He’s running against Joe Biden. I beat all those other people because I disagreed with them. Joe Biden, he’s running against*” [12].

За допомогою перехресних повторів речень “He’s running against Joe Biden”, “Joe Biden, he’s running against” та за допомогою дієслів “beat”, “disagreed”, що виражають такі риси, як сміливість та рішучість, Дж. Байден говорить про себе в третій особі та репрезентує себе в позитивному світлі.

Агональна функція електорального дискурсу Дж. Байдена реалізована через конфронтаційну стратегію. Конфронтаційна стратегія вводиться через тактику критики: “*The fact is that everything he’s saying so far is simply a lie. I’m not here to call out his lies. Everybody knows he’s a liar*” [13].

За допомогою повторень дієслівної лексики “to lie” та однокорених слів Дж. Байден у своєму електоральному дискурсі реалізував критику, яка спрямована в опонента на зниження статусу супротивника, надання йому негативних характеристик.

Конфронтаційна стратегія також реалізована в електоральному дискурсі Дж. Байдена через тактику особистих образ. Наприклад: “*He’s the racist*”, “*He’s Putin’s puppy*” [13].

Через особисту образу Дж. Байден формує негативний образ супротивника, через навішування ярлика «расист» маніпулює думкою виборців із метою отримати їхні голоси. Дж. Байден хоче викликати негативну реакцію виборців, змалювати образ «чужого» свого супротивника через вираз Putin’s

puppy, що виражає такі риси, як несамостійність у прийнятті рішень, залежність від впливу президента Росії.

Як складник конфронтаційної стратегії в електоральному дискурсі Дж. Байдена використовується тактика сарказму: “*Abraham Lincoln here is one of the most racist presidents we’ve had in modern history, he pours fuel on every single racist fire, every single one*” [12].

Саркастичний вислів-порівняння Д. Трампа з А. Лінкольном, який боровся проти рабства, створює ефект насмішки, неповаги до опонента, вживання разом з ідіомою “to pour fuel on fire” у цьому абзаці спрямовується на утвердження образу опонента Дж. Байдена як людини, яка говорить неправду та нічого не робить, щоб припинити протести, пов’язані з расизмом, а лише продукує розбрат.

Проаналізуємо лінгвістичні особливості електорального дискурсу Дж. Байдена. Серед лексично-стилістичних засобів було виокремлено метафору, епітет, ідіоми. Метафори функціонують у дискурсі задля спрощеного донесення своїх ідей із перспективами майбутніх обіцянок, імпліцитного оформлення образу Дж. Байдена як єдиного можливого президента, підсилюють образ «чужого» опонента та покладають провину на нього перед виборцями. Епітети з негативними значеннями використані для формування його негативного образу, обвинувачення опонента в подвійній грі з виборцями, підкреслення неспроможності опонента керувати країною. Епітети з позитивним значенням підкреслюють досягнення Дж. Байдена, перспективні рішення в майбутньому. Ідіоми слугують створенню у виборців відчуття ненависті, гніву, агресії, формують образ «чужого» опонента. Наведемо приклад використання метафори: “*We can grow this economy, we can deal with the systemic racism. At the same time, we can make sure that our economy is being run and moved and motivated by clean energy, creating millions of new jobs*” [12].

Використання метафори в електоральному дискурсі Дж. Байдена спрямоване на донесення своїх ідеологічних позицій до виборців спрощено, в напрямі майбутніх обіцянок за допомогою метафоричних виразів “grow this economy”, “economy is being run and moved and motivated” формується образ економічної сфери-живої істоти, а імпліцитно – кандидата Дж. Байдена, який буде піклуватись нею.

З фонетичних засобів Дж. Байден використовує асонанси для спрощеного розуміння реплік та виділення категорії «своїх» виборців, підсилення ефекту від реплік та надання їм більшої ваги. За допомогою алітерації Дж. Байден впливає на виборців, формуючи впевненість у серйозності своїх намірів та підсилює ефект від самопрезентації: “*And I’m going to say, as I said at the beginning, what is on the ballot here is the character of this country*” [12].

Як бачимо, через парні лексеми “beginning” та “ballot”, а також “character” та “country” досягається милозвучність мовлення, а Дж. Байден здійснює маніпулятивний вплив на виборців, щоб вони проголосували за його кандидатуру, а також презентує себе.

Синтаксичні мовні засоби реалізують наведені нижче функції. Повторами в дискурсі Дж. Байден сприяє акцентуванню своїх думок, кращому засвоєнню інформації, маніпулює свідомістю виборців із тим, щоб вони голосували за нього. Епіфорами він наділяє образ «свого» позитивними рисами сильного лідера, підсилює ефект від інтеграції навколо своїх ідей різних категорій виборців. Анафорами Дж. Байден переконує

електорат, що він є бажаним президентом, імпліцитно переко-нує виборців, що є єдиним можливим президентом. Емоційне протиставлення підсилює образ Дж. Байдена як «свого» майбутнього президента, викликає негативні почуття виборців щодо невдоволення іншим кандидатом. Речення з однорідними членами в дискурсі Дж. Байдена підсилюють урочистість через ефекти милозвучності, підкріплюють інспіративність, прославлення цінностей перед виборцями США, вплив пропаганди та агітації, дають змогу акцентувати на певних репліках, інтегрують виборців навколо Дж. Байдена.

Наведемо приклад емоційного протиставлення: *“I could go on, but we began the process, we lost an election, that’s why I’m running to win back that election and change his terrible policy”* [12]. У цьому фрагменті через протиставлення дієслів “lost” та “to win back” формується позитивний образ політика Дж. Байдена та думка про те, що саме він є наступним кандидатом від демократичної партії, який із впевненістю змінить ситуацію на краще.

**Висновки.** Отже, лінгвопрагматичний аналіз електорального дискурсу Дж. Байдена показав, що інтеграційна функція реалізується через стратегію інтеграції за допомогою тактик єднання з адресатом, солідаризації з адресатом, тактики роздратування та тактики врахування ціннісних орієнтирів аудиторії. Інституційна функція реалізовувалась у стратегії переконання через тактики агітації та аргументації. Встановлено, що орієнтаційна функція електорального дискурсу Дж. Байдена втілена через стратегію самопрезентації, яка розкрилась через тактику самохвалення. Агональна функція введена через конфронтаційну стратегію за допомогою тактик критики, а також особистих образ. В електоральному дискурсі Дж. Байдена складовою частиною конфронтаційної стратегії є тактика сарказму. Лінгвістичні засоби (фонетичні, лексичні, синтаксичні), що були використані Дж. Байденом в електоральному дискурсі, спрямовані на реалізацію певних стратегій та тактик.

Перспективи дослідження вбачаємо в порівняльному аналізі електорального дискурсу Дж. Байдена та Д. Трампа на матеріалі передвиборчих дебатів президентської кампанії 2020.

#### Література:

- Гончарова Т., Гуртов В., Шевченко І. Когнітивна прагматика американських президентських дебатів: аналіз метафор економіки. *Когніція, комунікація, дискурс*. 2020. № 21. С. 37–49.
- Горіна О.В. Когнітивно-комунікативні характеристики американського електорального дискурсу республіканців : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2008. 23 с.
- Ільченко О.А. Метафоричні словосполучення політичного дискурсу в мові ЗМІ XXI ст.: аксіологічний аспект. *Українознавчий альманах*. 2012. Вип. 9. С. 83–87. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/UkrAlm\\_2012\\_9\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/UkrAlm_2012_9_20) (дата звернення 29.11.2020).
- «Клоун», «брехун», «цуцик Путіна»: як у США пройшли перші дебати Трампа та Байдена. *Українська правда*. 2020. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2020/09/30/7268190/> (дата звернення: 29.11.2020).
- Кобзева О.О. Особливості організації сучасного електорального дискурсу. *Закарпатські філологічні студії : науковий журнал*. 2019. Т. 1. Вип. 9. С. 93–97.
- Паршина О.Н. Российская политическая речь. Теория и практика. Москва : Издательство ЛКИ, 2007. 232 с.
- Романюк А.Б., Заяць А.В. Аналіз досліджень політичного дискурсу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 743. С. 200–209.
- Суханов Ю.Ю. Семантические и когнитивные особенности предвыборной риторики в политическом дискурсе : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Москва, 2019. 152 с.
- «Ти замовкнеш, чоловіче?» Як пройшли перші дебати Трампа та Байдена. BBC. 2020. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-54351532> (дата звернення: 29.11.2020).
- Хлопотунов Я.Ю. Насмешка как тактика деструктивной речевой коммуникации в американском политическом дискурсе. *Дискурс профессиональной коммуникации*. 2019. Т. 1. № 2. С. 60–70.
- Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Волгоград : Перемена, 2004. 389 с.
- Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript 2020. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020> (last accessed: 29.11.2020).
- Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript 2020. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020> (last accessed: 29.11.2020).
- Pavlikova Ž. Figurative language in political discourse. *Jazyk a politika. Na pomezí lingvistiky a politologie V*. Bratislava: Ekonom, P. 313–318.

#### Bilyaev D., Demchuk A. Linguopragmatic peculiarities of J. Biden’s electoral discourse

**Summary.** The article studies linguopragmatic peculiarities of J. Biden’s (as a 2020 presidential candidate’s) electoral discourse. The research methodology is based on the complex approach, combining descriptive and critical approaches. In the situation of 2020 presidential campaign, J. Biden as a major Democratic party nominee is an addresser who aims directly or indirectly the addressing vectors at the addressee – his electorate. J. Biden’s electoral discourse realizes US Democratic party’s principal ideological positions, to be more precise, liberalization of the social-democratic reference points in the spheres of life. The results of our research prove that the characteristic features of Biden’s electoral discourse are manifested in the situation of institutional communication in the dialogical genre of presidential debates. The aim of the presidential debates is a struggle for power between two candidates: J. Biden and D. Trump. This aim is achieved by definite strategies and tactics. The dominant functions (integrative, agonial, orientational, institutional) of Biden’s electoral discourse as well as the strategies and tactics of their realization are identified. The following strategies realized through definite tactics are distinguished: 1) the strategy of integration with tactics of uniting and consolidating addressees, of taking into consideration the audience’s value reference points, and irritation tactic; 2) the strategy of persuasion with tactics of agitation and argumentation; 3) strategy of self-presentation with tactic of self-approval; 4) the strategy of confrontation with tactics of critics, personal insult and sarcasm. The linguistic means employed in the electoral discourse are highlighted: lexical stylistic (metaphors, epithets, idioms), phonetic (assonance, alliteration), and syntactical (simple repetitions, epiphora, anaphora, antitheses, sentences with homogeneous members) means. The study proves that combination of particular linguistic means with definite strategies and tactics allow to realize dominant functions of the electoral discourse, to create Biden’s positive image and a negative image of his opponent, and thereby to improve electorate’s understanding of Biden’s linguistic personality as a future president of the United States.

**Key words:** linguopragmatics, electoral discourse, dominant functions, strategies, tactics, linguistic means.