

*Четайкіна В. В.,  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри іноземних мов  
Львівського національного університету імені Івана Франка,  
Guest Scholar  
The University of Basel, Switzerland  
ORCID ID: 0000-0003-0332-7925*

## РЕЛІГІЙНА ЛЕКСИКА В АГОНАЛЬНИХ ЖАНРАХ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню семантичних та функціональних особливостей релігійної лексики в агональних жанрах англomовного політичного дискурсу на матеріалі американського президентського дискурсу. Релевантність запропонованого дослідження зумовлена пріоритетом у сучасній лінгвістиці комунікативно-прагматичного підходу до вивчення дискурсивних утворень різних жанрів і форматів. Релігійна лексика функціонує як у побутовому, так і в інституційному спілкуванні у трьох основних різновидах, а саме: загальна релігійна лексика, біблеїзми (сталі вирази, фразеологізми) та цитати зі Святого Письма. Подібна тенденція спостерігається і в політичному дискурсі у цілому, та у президентському дискурсі зокрема. Матеріалом аналізу слугували наступні різновиди агонального дискурсу: передвиборчі теледебати (*Presidential Election Debates*) і передвиборчі звернення (*Election Speeches*). Спостерігаємо найнижчі показники частотності вжитку релігійної лексики саме в агональних жанрах президентського дискурсу, що особливо чітко прослідковується в дебатах. На наш погляд, така низька частотність вжитку пояснюється спонтанністю, непередбачуваністю деяких жанрів, особливо дебатів. Як і у випадку з орієнтаційними жанрами президентського дискурсу, фіксуємо невелику кількість вживань власне біблеїзмів в досліджених агональних текстах порівняно із загальною релігійною лексикою та прямими цитатами Святого Письма. Першість за представленістю в агональних жанрах президентського дискурсу США зберігає стратегія формування емоційного настрою адресата через тактику врахування його ціннісних орієнтирів. Серед стратегій, які не було виявлено в ритуальному та орієнтаційному видах дискурсу, відзначимо стратегію дискредитації й нападу, яка є досить характерною для передвиборчих перегонів, що знаходить своє відображення навіть у використанні релігійної лексики.

**Ключові слова:** біблеїзм, агональний жанр, президентський дискурс, релігійна лексика.

**Постановка проблеми.** Вивчення англomовного політичного дискурсу допомагає розуміти, як політичні лідери та організації використовують мову для впливу на громадську думку, формування політичних переконань та мобілізації громадськості. Це має важливе значення для розуміння політичних процесів та їх впливу на суспільство. Дослідження політичного дискурсу допомагає розкрити мовні стратегії та комунікативні прийоми, що використовуються політиками для досягнення своїх цілей. Це дозволяє краще розуміти механізми маніпуляції та переконування в політичному процесі. Крім цього, вивчення

англomовного політичного дискурсу допомагає краще розуміти культурні та ідентичні аспекти політичних процесів в англomовних країнах. Мова є важливим інструментом для вираження та конструювання політичних ідентичностей, а отже, аналіз політичного дискурсу допомагає краще розуміти ці процеси. Отже, дослідження англomовного політичного дискурсу має велику актуальність для розуміння політичних процесів, мовних стратегій та культурних аспектів у сучасному світі.

Роль релігії в суспільному житті є дуже важливою і багатогранною. Вона впливає на різні аспекти суспільства, такі як культура, моральність, етика, політика, економіка та соціальні відносини. Релігія може мати великий вплив на політичні процеси та владу. Вона може визначати політичні цінності, впливати на політичні рішення та ставлення до певних соціальних питань. Релігійна організація може бути впливовим політичним суб'єктом та здійснювати політичну мобілізацію.

Тож не дивно, що релігійна лексика функціонує як у побутовому, так і в інституційному спілкуванні у трьох основних різновидах, а саме: загальна релігійна лексика, біблеїзми (сталі вирази, фразеологізми) та цитати зі Святого Письма. Ця тенденція спостерігається і в політичному дискурсі у цілому, та у президентському дискурсі зокрема.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Інституційний дискурс відноситься до специфічного типу дискурсу, який використовується в рамках різних інституцій, таких як уряди, організації, школи, медичні заклади та інші. Цей тип дискурсу характеризується особливими мовними, комунікативними та соціальними характеристиками. Інституційний дискурс включає в себе специфічні мовленнєві практики та норми, які використовуються в межах конкретної інституції. Наприклад, урядовий дискурс може використовувати формальну мову, законодавчі терміни та вживати специфічні комунікативні стратегії для передачі політичних повідомлень та регулювання громадського життя. У шкільному дискурсі можуть використовуватися особливі мовленнєві форми та стилі, спрямовані на навчання та виховання учнів. Інституційний дискурс також відображає соціальні структури та владні відносини [1; 2].

Основними функціями політичного дискурсу є затвердження політичної влади, переконання, інтерпретація та маніпуляція. До додаткових функцій відносяться інформативна, спонукальна, емотивна та естетична. Зіткнення різних точок зору, необхідність відстояти свою позицію визначають застосування різноманітних комунікативних стратегій і тактик у політичному дискурсі.

Стосовно жанрового простору президентського дискурсу як різновиду політичного дискурсу зазначимо, що він зумовлений державним загально-політичним устроєм країни, історичними та політичними традиціями інституту президентства, соціокультурними умовами існування політичного дискурсу. Беручи за основу характер основної інтенції, дотримуємось такої класифікації жанрів політичного дискурсу:

1) ритуальні жанри (або епідейктичні), у яких домінує фатика інтеграції (інавгураційна промова, ювілейна промова, традиційне радіозвернення);

2) орієнтаційні жанри, які представлені текстами прескриптивного характеру (партійна програма, послання президента про стан у країні, конституція, указ, угода, звітна доповідь);

3) агональні жанри (або змагальні), які є способом прояву вербальної агресії і відрізняються високою ступінню емотивності та експресивності (передвиборчі дебати, парламентські дебати, лозунги, рекламні промови) [3].

**Мета статті** полягає у дослідженні семантичних та функціональних особливостей релігійної лексики в американському президентському дискурсі. Такі жанри, як передвиборчі теледебати (*Presidential Election Debates*) і передвиборчі звернення (*Election Speeches*), слугували матеріалом для дослідження функціонування релігійної лексики в агональному різновиді американського президентського дискурсу. Кількісні дані вибірки в зазначених промовах представлено у наступній таблиці.

Таблиця 1

**Представленість релігійної лексики в агональних жанрах американського президентського дискурсу XXI ст.**

N	Різновиди промов	Загальна кількість слововживань	%	Релігійна лексика (слововживань)	%
1	<i>Presidential Election Debates</i>	36 000	100	30	0,1
2	<i>Election Speeches</i>	33 000	100	75	0,2

Якщо порівнювати отримані кількісні дані, то спостерігаємо найнижчі показники частотності вжитку релігійної лексики саме в агональних жанрах президентського дискурсу, що особливо чітко прослідковується у дебатах. На наш погляд, така низька частотність вжитку пояснюється спонтанністю, непередбачуваністю деяких жанрів, особливо дебатів.

Опонент Барака Обами у виборах 2012 року республіканець Міт Ромні під час дебатів використав релігійну лексику (номінативну одиницю *Creator*) в алюзії на Декларацію незалежності США, таким чином апелюючи до фундаментальних основ американського суспільства: надані Богом права, свободу і прагнення щастя:

“The role of government – look behind us: the Constitution and the Declaration of Independence... we are endowed by our **Creator** with our rights – I believe we must maintain our commitment to religious tolerance and freedom in this country. That statement also says that we are endowed by our **Creator** with the right to pursue happiness as we choose. I interpret that as, one, making sure that those people who are less fortunate and can't care for themselves are cared by – by one another” [4].

У даному випадку реалізується *стратегія самопрезентації* через *тактику солідаризації*.

Надалі кандидат у президенти наголошує, що всі американці є дітьми одного Бога, які піклуються один про одного:

“We're a nation that believes **we're all children of the same God**. And we care for those that have difficulties – those that are elderly and have problems and challenges, those that disabled, we care for them. And we look for discovery and innovation, all these things desired out of the American heart to provide the pursuit of happiness for our citizens” [4].

Тут спостерігаємо реалізацію *стратегії формування емоційного настрою адресата* через *тактику єднання*.

Деякі тези одного з виступів Гіларі Клінтон перекликаються із словами про те, що будь-який християнин веде постійну розмову з вищими силами про своє покликання:

“I am a Christian... I think that any of us who are Christian have a constant conversation in our own heads about what we are called to do and how we are asked to do it, and I think it is absolutely appropriate for people to have very strong convictions and also, though, to discuss those with other people of faith... My study of the Bible, my many conversations with people of faith, has led me to believe the most important commandment is **to love the Lord with all your might and to love your neighbour as yourself**, and that is what I think we are commanded by Christ to do, and there is so much more in the Bible about taking care of the poor, visiting the prisoners, taking in the stranger, creating opportunities for others to be lifted up, to find faith themselves that I think there are many different ways of exercising your faith” [4].

Розвиваючи цю тезу, Клінтон зазначає, що її самостійне вивчення Біблії і розмови з віруючими людьми допомогли їй визначитися з найвищавішою заповіддю – любити Бога й ближнього свого. Саме в турботі про інших Хіларі Клінтон бачить призначення істинного християнина. Виділений біблеїзм є трансформованим і зустрічається в Біблії, зокрема, в наступному контексті:

<sup>30</sup> *Love the Lord your God with all your heart and with all your soul and with all your mind and with all your strength.* <sup>31</sup> *The second is this: 'Love your neighbor as yourself.' There is no commandment greater than these.*” (Mark 12:30-31 New International Version).

На наш погляд, тезу про те, що зазначений принцип є найважливішою заповіддю, Гіларі Клінтон також запозичила із Євангелія (*There is no commandment greater than these*). У цьому випадку реалізується *стратегія формування емоційного настрою адресата* через *тактику врахування його ціннісних орієнтирів*.

Ще один приклад трансформованого біблеїзму зустрічаємо у виступі демократа Тіма Кейна, у якому він різко висловився про слова Дональда Трампа з приводу необхідності покарання жінок, які роблять аборти. І хоча Трамп пізніше вибачився за ці різкі слова, Кейн поставив під сумнів його щирість, використавши трансформований біблеїзм:

“The Democrat, who claims to be both pro-life and supportive of a woman's right to choose, took a different tack. He condemned Trump's comment earlier in the campaign (March 30, 2016) that women who have abortions should be punished. Although Trump subsequently disavowed this remark, Kaine raised doubts about the sincerity of the retraction by paraphrasing a New Testament passage: “Great line from the – great line from the gospel of Matthew. **From the fullness of the heart, the mouth speaks**” [4].

У Біблії цей вислів зустрічається в наступному контексті: чи можуть люди, які не є добродіями, говорити правильні речі:

<sup>34</sup> *You brood of vipers, how can you who are evil say anything good? For the mouth speaks what the heart is full of* (Matthew 12:34 New International Version).

У даному випадку спостерігаємо реалізацію *стратегії дискредитації й нападу* через *тактику звинувачення*. Слід зазначити, що саме подібні стратегії боротьби за владу є характерними для передвиборчих перегонів, проте в їх реалізації рідко використовуються саме релігійна лексика.

Серед цікавих прикладів використання релігійної лексики в агональному різновиді президентського дискурсу розглянемо цитату Дональда Трампа в його передвиборчій промові в Університеті ліберті (штат Вірджінія). Звертаючись до студентів цього університету, Трамп процитував рядки з другого послання до Коринтян апостола Павла *Where the spirit of the Lord is, there is liberty*. Очевидним задумом тодішнього кандидата в президенти було обіграти назву університету (Liberty University) та створити певний емоційний настрій аудиторії, проте він невірньо прочитав назву послання, чим викликав неоднозначну реакцію:

*“Then, he turned to quote Scripture. “Two Corinthians, 3:17,” Mr. Trump said. The many students in attendance on Monday chuckled, as the standard reference to that chapter of Scripture is “Second Corinthians.” But Mr. Trump was undeterred. “That’s the whole ballgame. ‘Where the spirit of the Lord is, there is liberty,’” he said, quoting the Bible. “And here there is liberty” [5].*

За задумом мовця тут мала реалізуватися стратегія *формування емоційного настрою адресата* через *тактику звернення до його емоцій*.

Цей випадок ще раз підкреслює, що використання релігійної лексики, особливо біблейзмів та цитат зі Святого писання є підготовленими елементами президентського дискурсу.

У своєму виступі перед Національною баптистською конвенцією США (*National Baptist Convention*) – одним із найбільших об’єднань баптистів, кандидат в президенти Хіларі Клінтон використовує три цитати з Біблії, завдяки яким вона розкрила своє розуміння призначення президента – не просто вірити, а працювати, не тільки слухати Божі заповіді, а й виконувати їх, та бути справедливим, добрим правителем, який смиренно йде за Господом:

*“To use the gift of grace wisely, to reflect the love of God and follow the example of Jesus Christ to the greater good of God’s beloved community.” In support of this “social gospel,” she turned to the Bible: “The scripture tells us that faith without works is dead [James 2:20, 26]. The Epistle of James tells us we cannot just be hearers of the Word, we must be doers [James 1:22-23].” The application of this admonition to her political agenda found expression in the words of the Prophet Micah: “Yes, we need a President who will do justice, love kindness, and walk humbly with our God [Micah 6:8]” [4].*

Подібне досить розлоге й частотне використання біблейських цитат зумовлене в даному випадку цільовою аудиторією задля досягнення реалізації *стратегії формування емоційного настрою адресата* через *тактику врахування його ціннісних орієнтирів*.

**Висновки.** Такі жанри, як передвиборчі теледебати (*Presidential Election Debates*) і передвиборчі звернення (*Election Speeches*), слугували матеріалом для дослідження функціо-

нування релігійної лексики в **агональному** різновиді американського президентського дискурсу. Загалом у цих текстах виокремлено 75 слововживань й випадків цитування. Якщо порівнювати отримані кількісні дані, то спостерігаємо найнижчі показники частотності вжитку релігійної лексики саме в агональних жанрах президентського дискурсу, що особливо чітко прослідковується в дебатах. На наш погляд, така низька частотність вжитку пояснюється спонтанністю, непередбачуваністю деяких жанрів, особливо дебатів. Як і у випадку з орієнтаційними жанрами президентського дискурсу, фіксуємо невелику кількість вживань власне біблейзмів в досліджених агональних текстах порівняно із загальною релігійною лексикою та прямими цитатами Святого Письма. Першість за представленістю в агональних жанрах президентського дискурсу США зберігає стратегія формування емоційного настрою адресата через тактику врахування його ціннісних орієнтирів. Серед стратегій, які не було виявлено в ритуальному та орієнтаційному видах дискурсу, відзначимо стратегію дискредитації й нападу, яка є досить характерною для передвиборчих перегонів, що знаходить своє відображення навіть у використанні релігійної лексики.

Використання релігійної лексики в політичному дискурсі може мати різні впливи на громадську думку та формування політичних переконань. Використання релігійних термінів та виразів може допомогти політикам підкреслити свою моральну авторитетність та відповідність до релігійних цінностей. Це може сприйматися як позитивна рекомендація для виборців, які вірять у релігійні принципи та бажають бачити їх втілення у політиці. Використання релігійної лексики може сприяти мобілізації релігійних спільнот та отриманню їх підтримки. Вирази, що активізують релігійні ідентичності та цінності, можуть створювати спільність інтересів та мотивувати людей до дії. Залучення релігійних виразів може допомогти політикам аргументувати свої позиції з використанням релігійних авторитетів та текстів. Це може бути ефективним засобом переконання в релігійно орієнтованих громадах. Використання релігійної лексики може створювати спільний мовний простір між політиком та його аудиторією, особливо якщо вони мають спільні релігійні уявлення. Це може сприяти розумінню та спілкуванню між сторонами.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо в аналізі особливостей функціонування релігійної лексики в ритуальних жанрах американського президентського дискурсу.

#### Література:

1. Славова Л. Л. Комунікативні стратегії та тактики у сучасному масмедійному політичному дискурсі: зіставний аспект (на матеріалі українських та американських Інтернет-джерел). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2006. № 27. С. 116–117.
2. Сологуб Л.В. Методологія дослідження інституційних дискурсів. *Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2016. Випуск 63. С. 187–189.
3. Четайкіна В.В. Функціонування біблейзмів в американському президентському дискурсі ХХ століття. *Записки з романо-германської філології. – Одеський національний університет імені І.І. Мечникова: ф-т романо-германської філології*. Одеса : КП «Одеська міська друкарня». 2018. № 1 (40). С. 200–205.
4. American Rhetoric. URL: <http://www.americanrhetoric.com> (дата звернення 10.06.2023).
5. Presidential Speeches. URL: <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches> (дата звернення 10.06.2023).

**Chetaykina V. Religious vocabulary in the agonal genres of the English political discourse**

**Summary.** The article is devoted to the study of semantic and functional features of religious vocabulary in the English political discourse on the material of American presidential discourse. The relevance of the proposed study is due to the priority of communicative-pragmatic approach to the study of discourse formations of different genres and formats in modern linguistics. Religious vocabulary functions in both domestic and institutional communication in three main forms, namely: general religious vocabulary, biblical expressions (fixed expressions, phraseology) and quotations from the Scriptures. This tendency is observed both in the political discourse in general and in the presidential discourse in particular. The analysis was based on the following types of agonal discourse: presidential election debates and election speeches. We observe the lowest indicators of the frequency of the use of religious vocabulary precisely in the agonal genres of the presidential

discourse, which is especially clearly observed in the debates. In our opinion, such a low frequency of use is explained by the spontaneity and unpreparedness of some genres, especially debates. As in the case of orientational genres of the presidential discourse, we record a small number of uses of Biblical expressions in the studied agonal texts compared to general religious vocabulary and direct quotations of the Holy Scriptures. The strategy of forming the emotional mood of the addressee through the tactics of taking into account his value orientations retains the primacy in terms of representation in the agonal genres of the US presidential discourse. Among the strategies that were not found in the ritual and orientational types of discourse, we note the strategy of discrediting and attack, which is quite typical for election campaigns, which is reflected even in the use of religious vocabulary.

**Key words:** biblical expression, agonal genre, presidential discourse, religious vocabulary.