

УДК 81'42

DOI <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2024-20-2>

Вадим БОГУЦЬКИЙ

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри правничої лінгвістики, Національна академія внутрішніх справ, пл. Солом'янська, 1, м. Київ, Україна, 03035

ORCID: 0000-0003-2179-9037

Ігор РОМАНОВ

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри правничої лінгвістики, Національна академія внутрішніх справ, пл. Солом'янська, 1, м. Київ, Україна, 03035

ORCID: 0000-0003-3511-5230

Бібліографічний опис статті: Богуцький, В., Романов, І. (2024). Метафора, метонімія та оцінка як політичні засоби демократів в американському політичному дискурсі. *Актуальні питання іноземної філології*, 20, 9–16, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2024-20-2>

**МЕТАФОРА, МЕТОНІМІЯ ТА ОЦІНКА ЯК ПОЛІТИЧНІ ЗАСОБИ ДЕМОКРАТІВ
В АМЕРИКАНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**

У статті досліджується взаємодія метафори, метонімії та оцінки в американському політичному дискурсі на прикладах публічних виступів представників Демократичної партії США, де вони намагаються переконати громадськість в економічних перемогах через позитивну самооцінку та знецінення інших. Головне завдання полягає в тому, щоб дослідити, чи існує зв'язок між ідеологічними позиціями доповідачів та суб'єктами, які оцінюються. Також у статті було проаналізовано та встановлено теоретичну базу попередніх досліджень, що охоплюють особливості політичного дискурсу та проаналізовано вплив метафори й метонімії на формування оцінних суджень адресатів. Проаналізовані публічні промови свідчать про той факт, що метафори та метонімії рясніють у цьому типі політичного дискурсу та що здебільшого такі мовні явища збігаються з оцінкою. Уважливіше вивчення відносних частот вказує на те, що політики-кандидати повсякчас покладаються на різні способи формування вигідного для них ставлення при створенні досить різних образів, які допоможуть їм отримати голоси виборців на майбутніх виборах, водночас зменшуючи шанси кандидатів-супротивників на перемогу. Зосереджуючись на судженнях, політики складають думку про нормальність (тобто, наскільки особливим/(не) звичайним є стан поведінки людини), про здатність (тобто, оцінку компетентності та/або здібностей) оцінюваних елементів. Позитивне оцінювання людської поведінки з етичної точки зору сприяє в цілому оптимістичному сприйняттю промови. Результати показують, що політичні діячі використовують оцінку у своїх виступах зокрема як інструмент для виправдання та переконання аудиторії у правильності своїх економічних рішень. Водночас політики використовують оцінку не лише як вираження власних ідеологічних поглядів, а й як ідеологічний інструмент, що сприяє би їхнім намірам прийти до влади у майбутньому.

Ключові слова: публічний виступ, метафора, метонімія, оцінка, ставлення, переконання.

Vadym BOHUTSKYI

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Legal Linguistics, National Academy of Internal Affairs, 1 Solomianska Sq., Kyiv, Ukraine, 03035

ORCID: 0000-0003-2179-9037

Ihor ROMANOV

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor at the Department of Legal Linguistics, National Academy of Internal Affairs, 1 Solomianska Sq., Kyiv, Ukraine, 03035

ORCID: 0000-0003-3511-5230

To cite this article: Bohutskyi, V., Romanov, I. (2024). Metafora, metonimiia ta otsinka yak politychni zasoby demokrativ v amerykanskomu politychnomu dyskursi [Metaphor, metonymy and evaluation as political tools of democrats in American political discourse]. *Current Issues of Foreign Philology*, 20, 9–16, doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2024-20-2>

METAPHOR, METONYMY AND EVALUATION AS POLITICAL TOOLS OF DEMOCRATS IN AMERICAN POLITICAL DISCOURSE

The article explores the interaction of metaphor, metonymy, and evaluation in American political discourse using examples of public speeches by representatives of the US Democratic Party, where they try to persuade the public of economic victories through positive self-evaluation and devaluation of others. The main task is to examine whether there is a relationship between the ideological positions of the speakers and the subjects being evaluated. The article also analyzed and established the theoretical basis of previous studies covering the peculiarities of political discourse and analyzed the influence of metaphor and metonymy on the formation of evaluative judgments of addressees. The analyzed public speeches testify to the fact that metaphors and metonymies abound in this type of political discourse and that mostly such linguistic phenomena coincide with evaluation. A closer look at the relative frequencies indicates that political candidates consistently rely on different ways of generating favorable attitudes to create quite different images that will help them win votes in future elections while reducing the chances of opposing candidates to win. Focusing on judgments, politicians form an opinion about the normality (that is, how special/(un)ordinary is the state of human behavior), about the ability (that is, an assessment of competence and/or abilities) of the evaluated elements. A positive evaluation of human behavior from an ethical point of view contributes to optimistic perception of the speech in general. The results show that political figures use evaluation in their speeches in particular as a tool to justify and persuade the audience of the correctness of their economic decisions. At the same time, politicians use evaluation not only as an expression of their own ideological views, but also as an ideological tool that would contribute to their intentions to come to power in the future.

Key words: public speech, metaphor, metonymy, evaluation, attitude, persuasion.

Постановка проблеми. Численні лінгвістичні дослідження показують, що політики мають у своєму розпорядженні широкий вибір лінгвістичних стратегій для отримання голосів (політичні імплікації, риторичні фігури, оцінна лексика, лексичний вибір тощо), водночас вони створюють позитивний образ для себе та виставляють інших (зазвичай своїх політичних опонентів) у негативному світлі. Двома з таких засобів є метафора та метонімія, які використовуються як потужні інструменти завдяки їхній переконливій силі, їхній важливій ролі в ідеологічному позиціонуванні та їхній беззаперечній здатності підкреслювати позитивні характеристики «в своїй групі» та висвітлювати негативні риси «поза своєю групою» (van Dijk, 1998).

Парламентський дискурс вважається «специфічним жанром політичного дискурсу» (van Dijk, 2005: 67), який слугує політикам в досягненні їхнього домінування над кандидатом-супротивником та створенні умов для появи нових своїх прихильників. З цією метою вони виголошують політичні промови, дебатують з іншими політиками, ставлять запитання та дають відповіді. Безумовно метафори й метонімії є одним із ефективних способів як це робити ефективно.

Аналіз досліджень. Те, що політична мова рясніє метафорами та метоніміями, було продемонстровано багатьма дослідженнями, вивчали лише метафори (Дж. Лакофф і М. Джонсон,

О. Семіно, А. Мусолфф, М. Негу, М. Діес-Прадос) або лише метонімії (Ж. Літлмор), або обидві ці фігури мови (Б. Медоус, Т. Каталано і Л. Во. Дж. Лакофф і М. Джонсон та А. Мусолфф аналізують роль метафори як когнітивної евристики для поглядів на соціальні проблеми (імміграція, безробіття, расизм). О. Семіно і М. Діес-Прадос досліджують зв'язок між метафорою та ідеологією. Крім того, М. Негу і М. Діес-Прадос вказують на оціночний потенціал метафор у політичному дискурсі, тоді як Ж. Літлмор також наводить докази оціночної функції метонімії.

Аналіз наукової літератури свідчить, що мова політики особливо підходить для використання метафори й метонімії, оскільки обидві вони «відіграють ключову роль у розвитку моделей міркування. Вони створюються оратором або автором тексту із явною метою формування моделей мислення слухача або читача» (Littlemore, 2015: 101). Оцінка також є ключовим аспектом метафори та метонімії, хоча з точки зору мовця, метонімія забезпечує тонші способи передачі нюансів і оцінки, ніж метафора (Littlemore, 2015: 18). Таким чином, доповнення аналізу оцінки аналізом метафори та метонімії може допомогти розкрити, до яких мовних засобів вдаються політики, звертаючись до «внутрішньої групи», водночас засуджуючи «зовнішню групу» (van Dijk, 1998).

Однак, наскільки нам відомо, наразі є недостатніми спроби проаналізувати використання

метафори й метонімії та їхню взаємодію з оцінкою в американських політичних промовах, щоб з'ясувати їхню роль щодо позитивної самооцінки та знецінення інших (van Dijk, 2005; Littlemore, 2015), для переконання (Lakoff, Turner, 1989) та для ідеологічного вираження.

Мета статті полягає у вивченні взаємодії між метафорою, метонімією та оцінкою в політичних промовах, спрямованих на переконання електорату в правильності прийнятих політичних рішень, взаємозв'язок оцінки із метафорою і метонімією та відмінності у використовуваних оціночних прийомах залежно від ідеологічної позиції оратора.

Виклад основного матеріалу. У своїх промовах політики зазвичай намагаються переконати аудиторію в досягненні ними певної економічної перемоги після якоїсь серйозної економічної кризи, яка вразила їхню країну і світ. Крім того, вони намагалися створити позитивний імідж для себе, а опонентів показати в поганому світлі.

На думку М. Дієс-Прадос (Díez-Prados, 2016: 217), метафору «можна розглядати як своєрідну призму, через яку представлені кандидати». Завантажені позитивною чи негативною оцінкою, вони «ймовірно, матимуть потужну переконливу силу», оскільки вони володіють «владною оцінкою» (тобто ми не лише імпортуємо сутності з вихідного домену в цільовий домен, але й передаємо спосіб, яким ми оцінюємо сутності у вихідному домені) (Lakoff, Turner, 1989: 65). Подібним чином ми вважаємо, що оцінка може посилити переконливу роль метонімії, оскільки, використовуючи метонімію, ми також передаємо спосіб оцінки сутностей, хоча метонімічне відображення відбувається в межах однієї сфери (Lakoff, Turner, 1989: 103).

Метафори можна визначити як відображення концептуальних структур із відносно знайомої початкової сфери (наприклад, подорожі) на більш абстрактну цільову сферу (наприклад, кохання), таким чином створюючи метафори, такі як *Love is a journey* – «Любов – це подорож», яка має форму «концептуальна сфера А – концептуальна сфера В» (Kövecses, 2010: 4). Концептуальні метафори слід відрізнити від «лінгвістичних метафор», які стосуються мовних виразів, що використовуються в певній мові (наприклад, *This relationship is going nowhere* – «Ці стосунки йдуть в нікуди» (лінг-

вістична метафора), де концептуальною метафорою є *Love is a journey* – «Любов – це подорож»). У концептуальних метафорах «існує систематичний набір відповідностей або відображень», які характеризують метафору (наприклад, у вихідній сфері «мандрівники» відповідають «коханцям» у цільовій сфері) (Kövecses, 2010: 9). Саме ці відображення «забезпечують більшу частину значення метафоричних лінгвістичних виразів [...], які роблять певну концептуальну метафору маніфестною» (Kövecses, 2010: 14).

Метонімії визначаються як відображення, у якому джерело (наприклад, Конгрес) забезпечує ментальний доступ до цілі (наприклад, членів Конгресу), яка є «менш легкою або менш доступною» (Lakoff, Johnson, 2003: 176), як у *I'm sending this Congress a bold new plan* – «Я надсилаю цьому Конгресу новий сміливий план» (Cabrejas-Peñuelas, 2018) (установа означає її членів). Однак, на відміну від метафор, ціль розуміється з точки зору джерела (Barcelona, 2002: 215). Це відбувається тому, що «метонімічне джерело проектує свою концептуальну структуру на структуру мішені не за допомогою систематичного зіставлення відповідників (як у метафорі), а шляхом висунення джерела на передній план і розміщення цілі на задньому фоні» (Barcelona, 2002: 226). Дж. Лакофф і М. Джонсон відрізняють метафору від метонімії в термінах відмінності «спрямування уваги у порівнянні з розумінням» серед інших критеріїв. Саме це поняття «спрямування уваги» використовується в метонімії, щоб приховати менш сприятливі аспекти цілі, підкреслюючи важливість інших.

Політична сфера особливо підходить для метафор і метонімії, оскільки політики можуть використовувати їх, щоб підкреслити позитивні характеристики своєї групи, висвітлюючи при цьому негативні риси зовнішньої групи (van Dijk, 1998). Наприклад, використання метафори *floods* – «повені» стосовно імміграції може викликати негативні емоції в аудиторії та створити привабливе ставлення до внутрішньої групи («ми») на відміну від чужої групи («іммігранти»). У той же час метафори «запрошують слухачів уявити одне питання чи явище у світлі іншого питання чи явища» і, таким чином, вони «формують спосіб, у який люди сприймають і реагують на конкретну проблему

чи подію» (Paris, 2002: 427). Це свідчить про те, що метафори є потенційно маніпулятивними (Díez-Prados, 2016; Paris, 2002), що робить їх особливо придатними для політичного дискурсу.

Метафора і метонімія (та їхня взаємодія) також можуть бути використані для ідеологічного позиціонування завдяки їхній здатності висвітлювати одні аспекти певного явища, применшуючи інші (Semino, 2008; Littlemore, 2015). Наприклад, метонімія *simplified events for complex sub-event* – «спрощені заходи для складної події» («заворушення» та «битва») взаємодіє з метафорою *government investigations/operations are war* – «урядові розслідування/операції є війною» («боротьба» та «перевірка»), сприяючи зображенню впливових керівників як слабких жертв влади: *Now Mr. Dimon's tenure is engulfed in turmoil, the consequence of fighting a multifront battle with federal authorities scrutinizing everything ...* – «Зараз правління пана Даймона охоплене смутою, внаслідок ведення масштабної битви з федеральними органами влади, які все ретельно перевіряють...» (Catalano, Waugh, 2016: 807).

У наведеному прикладі через віктимізацію та інші техніки позитивної самопрезентації, у яких метафори та метонімії використовуються як у зображенні, так і в тексті, газети «сприяють панівній ідеології, яка підтримує соціальну нерівність» (Catalano, Waugh, 2016: 813). Це свідчить про те, що метафори та метонімії (та їхня взаємодія) є «дуже корисним засобом, коли хтось прагне, свідомо чи підсвідомо, позитивно представити власну точку зору або вплинути на погляди інших» (Littlemore, 2015: 99). Однак метонімія може бути навіть більш маніпулятивною, ніж метафора, тому що вона не так просто сприймається та обробляється, як буквальна мова (Littlemore, 2015: 103).

Як відзначають численні дослідники (Ferrari, 2007; Neagu, 2013; Littlemore, 2015; Díez-Prados, 2016), оцінна функція метафори та метонімії є особливо важливою в політичному дискурсі, оскільки політичні кандидати захищають свою особисту точку зору та погляди своєї партії з метою переконати аудиторію і в той же час вони атакують своїх опонентів. Концептуальна метафора *governing is caring (for the people)* – «державне управління – це турбота (про людей)» в політичній дискусії вічна-

віч слугує для позитивного представлення себе та власних дій. Метафора реалізується оціночними елементами «стурбованості» і «занепокоєння».

Подібним чином метонімія *part for whole* – «частина за ціле» у наведеному нижче прикладі слугує як гамбіт для позначення минулих ворогів у метонімічних термінах: *And like fascism and communism before, the hateful ideologies that use terror will be defeated by the unstoppable power of freedom.* – «І як раніше фашизм і комунізм [Судження: Негативне], ненависні ідеології [Оцінювання: Негативне], які використовують терор, будуть переможені нестримною силою свободи [Оплески]» (Meadows, 2006: 7).

У цьому прикладі мається на увазі наявність зв'язку між фашизмом і комунізмом у минулому та терористами в сьогоденні. Термін «фашизм» використовується метонімічно для позначення всього німецького нацистського істеблішменту, тоді як «комунізм» стосується політичного істеблішменту Радянського Союзу (Meadows, 2006: 7), і обидва оцінюються негативно. Тут також негативно оцінюється термін «ненависні ідеології», який використовується для метонімічного позначення людей, які дотримуються цих ідеологій, і їхніх терористичних дій. Таким чином має місце намагання «сформуванню моделі мислення [аудиторії]» (Meadows, 2006: 7) і демонстрація того, що метонімія є потужним інструментом, аби схилити чиюсь думку на свій бік.

Оскільки наш інтерес зосереджений на вираженні самої оцінки, тому ми зосереджуємось на основній категорії – *Ставленні*. *Ставлення* поділяється на три типи, що стосуються судження та емоційних реакцій: Вплив, який охоплює поле емоцій (радість, сум, гнів, неприязнь); Судження, яке охоплює етику (природний, досвідчений, аморальний, хоробрий); і Оцінка, яка пов'язана зі сферою естетики (нудний, виважений).

Ми вирішили проаналізувати *Ставлення* в цьому дослідженні, тому що нам було цікаво з'ясувати, якою мірою метафори та метонімії, використовувані політиками-демократами виражають значення ставлення, намагаючись «представити власну точку зору або вплинути на погляди інші» (Littlemore, 2015: 99). *Ставлення* проливає світло на те, як учасники дебатів засуджують або хвалять, атакують або

захищають, негативно чи позитивно описують політику партії опонента (van Dijk, 2005: 68). Завдяки оцінці кожен політик сподівається отримати голоси на майбутніх загальних виборах, які допоможуть йому залишитися при владі, одночасно зменшуючи шанси кандидата-супротивника, і, отже, на карту поставлено багато.

Для дослідження ми провели контент-аналіз тексту, у більшості випадків увагу привертали окремі слова (іменники, дієслова, прикметники, прислівники), але в деяких випадках одиниця оцінки охоплювала фрази або навіть частини чи цілі речення. Прикладом останнього може бути: *Fifteen years into this new century, we have picked ourselves up, dusted ourselves off, and begun again the work of remaking America.* – «Через п'ятнадцять років цього нового століття ми взяли себе в руки, стерли з себе пил і знову почали роботу з перетворення Америки» [Судження: Наполегливість: Позитивне ставлення].

Якщо порівнювати три типи *Ставлення*, то Оцінка (тобто естетична оцінка речей, процесів або стану речей, або соціальної цінності, яка надається об'єкту) найчастіше використовується політиками; Вплив (тобто оцінка суб'єкта, процесу або стану емоційно) використовується найменше; Судження (тобто оцінка людської поведінки з етичної точки зору, критика чи похвала дій, вчинків, висловлювань, переконань, мотивації тощо) здебільшого властиве всім. Політичні промови використовуються для оцінки речей, процесів і людської поведінки, а не для емоцій, що пояснює відмінності між типами *Ставлення*.

У межах Оцінки всі підтипи – Реакція (тобто те, що вражає або змушує вас якось реагувати), Композиція (тобто наскільки добре частини сутності поєднуються одна з одною) і Соціальна Оцінка (тобто, чи є щось суспільно цінним за його корисність, гідність, ефективність чи оздоровчі властивості) – показують достовірні відмінності: *At every step, we were told our goals were misguided or too ambitious [...]. Instead, we've seen the fastest economic growth in over a decade.* – «На кожному кроці нам казали, що наші цілі неправильні або занадто амбітні [...]. Натомість ми спостерігали найшвидше економічне зростання за останні десять років [Вдячність: Реакція: Позитивне Ставлення].

Результати аналізу метафор та метонімії показують, що політики використовують їх, щоб переконати аудиторію в своїй економічній перемозі, і, таким чином, використовують їх ідеологічно. Крім того, вони намагаються заручитися підтримкою та виправдати свої економічні рішення зображуючи країну, яка оговталася від серйозної фінансової кризи: *a growing economy* – «економіку, що розвивається» (ДІЯ НА РЕЗУЛЬТАТУ/ЕКОНОМІКА – ЦЕ ЖИВИЙ ОРГАНІЗМ), *deficits cut* – «скорочення дефіциту» (ДІЯ НА РЕЗУЛЬТАТ/ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ – ЦЕ ЗЦІЛЕННЯ/УРЯД – ЦЕ ХІРУРГ), *recovery* – «відновлення» (ДІЯ НА РЕЗУЛЬТАТ/ЕКОНОМІЧНА КРИЗА – ЦЕ ХВОРОБА) тощо. Часто політики розглядають економічну кризу як природне явище і, отже, використовують дискурс природної трагедії (*spiral of debt* – «спіраль боргу», *darkest months* – «найтемніші місяці», *shadow* – «тінь»). У той же час вони покладаються на пару стосунків Ми/Вони, щоб приписати позитивні характеристики Собі та своїм групам і негативні риси Їм (своїм опонентам).

Наведемо деякі приклади взаємодії між метафорою/метонімією та оцінкою (мовну реалізацію метафори/метонімії вказано підкресленням, а Оцінку жирним шрифтом): *So the verdict is clear. **Middle class economy works. Expanding opportunity works.*** – «Отже, вердикт очевидний (ЕКОНОМІКА – ЦЕ ВИРОК) [Вдячність: Реакція: Позитивне Ставлення]. **Економіка середнього класу працює** [Вдячність: Соціальна Оцінка: Позитивне Ставлення]. **Розширення** можливостей працює [Вдячність: Реакція: Позитивне Ставлення] (ЕКОНОМІКА – ЦЕ МЕХАНІЗМ)».

У цьому прикладі мовне вираження метафори та оцінного елемента близькі одне до одного, але не збігаються, на відміну від наступного прикладу, де вони уніфіковані (Diez-Prados, 2016): *We wanted to take the country out of the trap it was in, restore the production, stop the disappearance of jobs, recover trust.* – «Ми хотіли **вивести країну з пастки**, в якій вона опинилася (ФІНАНСОВА КРИЗА — ЦЕ КОНТЕЙНЕР), **відновити виробництво** (ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ — ЦЕ ЗЦІЛЕННЯ) [Судження: Соціальна Оцінка: Позитивне Ставлення], **зупинити зникнення робочих місць** [Судження: Соціальна Оцінка: Позитивне

Ставлення], **відновити довіру** (ДОСЯГНЕННЯ МЕТИ – ЦЕ ДОСЯГНЕННЯ БАЖАНОЇ ЦІЛІ) [Судження: Спроможність: Позитивне Ставлення]».

Так само мовне вираження метафори/метонімії збігається з деякими оціночними пунктами в: *At this moment, with a **growing** economy, **shrinking** deficits, **bustling** industry, **booming** energy production – we **have risen** from **recession** freer to write our own future than any other nation on Earth.* – «У цей момент (ВИЗНАЧЕНИЙ ЧАС ДЛЯ ПЕРІОДУ), з економікою, **що зростає, скороченням** дефіциту, **жвавою** промисловістю (ЕКОНОМІКА – ЦЕ ЖИВИЙ ОРГАНІЗМ), **бурхливим** виробництвом енергії (ДІЯ ДЛЯ РЕЗУЛЬТАТУ) [Вдячність: Реакція: Позитивне Ставлення] – ми **піднялися** (ЕКОНОМІКА – ЦЕ РУХ) [Судження: Спроможність: Позитивне Ставлення] з **рецепсії** (НАСЛІДОК ПРИЧИНИ) (РЕЦЕСІЯ ЗНИЖЕНА) [Вдячність: Соціальна Оцінка: Негативне Ставлення] **вільніше** [Судження: Звичайний Стан: Позитивне Ставлення], аніж будь-яка інша нація на Землі, аби **писати наше власне майбутнє** (ЕКОНОМІКА – ЦЕ ОПОВІДЬ).

Дійсно, у метафорах «зростання», «скорочення», «пожвавлення» та «процвітання» ЕКОНОМІКА Є ЖИВИМ ОРГАНІЗМОМ, метонімія ДІЯ ДЛЯ РЕЗУЛЬТАТУ та позитивна оцінка збігаються в спробі запропонувати яскраву картину економіки теперішнього часу. Однак це не повністю відповідає повільному економічному розвитку та низькій якості робочих місць у сучасній економіці США. Отже, слова американських політиків мають ідеологічну мету, оскільки вони прагнуть нав'язати власне бачення реальності. Крім того, лінгвістичне вираження метафори ЕКОНОМІКА – ЦЕ РУХ (що означає «рух угору від чогось негативного за своєю суттю») і позитивне оцінювання спроможності американських громадян. У «рецепсії», у свою чергу, негативна Оцінка взаємодіє з метафорою РЕЦЕСІЯ ЗНИЖЕНА і метонімією НАСЛІДОК ПРИЧИНИ, яка вказує на невідоме походження кризи, оскільки справжні винуватці не згадуються. Кінцева мета – переконати аудиторію в отриманих хороших результатах.

Але, окрім того, щоб насолодитися економічним відродженням, політики-демократи також мають звернутися до громадськості з конкретними пропозиціями для середнього класу, щоб

політично чинити тиск на республіканців, аби вони створили нові коаліції з демократами. У прикладі нижче бачимо спробу зробити так, щоб сказане перегукувалось з громадськістю, використовуючи метафору ЕКОНОМІЯ – ЦЕ МЕХАНІЗМ та позитивну оцінку. Поєднання метафори та оцінки допомагає тут підкреслити потребу у високооплачуваній роботі та позитивну роль уряду в досягненні цієї мети. Це частина уявлення демократів про мораль, дотримуючись метафори МОРАЛЬНА ДІЯ – ЦЕ СПРАВЕДЛИВИЙ РОЗПОДІЛ, типової для батьківської сім'ї, де турбота реалізується через дотримання рівності (Lakoff, 2002): *As we better train our workers, we need the **new economy to keep churning out high-wage jobs** for our workers to fill. Since 2010, **America** has put more people back to work than **Europe, Japan** and all **advanced economies** combined.* – «Оскільки ми краще навчаємо наших працівників, нам потрібна **нова економіка, щоб продовжувати створювати високооплачувані робочі місця** [ЕКОНОМІКА – ЦЕ МЕХАНІЗМ] (Вдячність: Соціальна Оцінка: Позитивне Ставлення), щоб вони **працевлаштувалися** [РОБОЧІ МІСЦЯ – ЦЕ КОНТЕЙНЕР]. З 2010 року, **Америка** [МІСЦЕ ДЛЯ ІНСТИТУЦІЇ] повернула на роботу більше людей, ніж **Європа, Японія** [МІСЦЕ ДЛЯ ІНСТИТУЦІЇ] та всі **країни з розвинутою економікою** [ЧАСТИНА ЦІЛОГО] разом узяті.

Політичні промови демократів мають ідеологічний відтінок. Їхня ідеологія проявляється в причинах прийняття економічних рішень: вони мають соціальний характер, включаючи підвищення податків для багатих, зниження податків для громадян середнього класу, безкоштовне навчання в коледжах і оплачувані відпустки для робітників і сімей. Звісно вони позитивно оцінюють свої економічні заходи, які полягають в оподаткуванні багатих американців і великих корпорацій для виплати пільг сім'ям, що працюють, водночас ці заходи, на їхню думку, також приносять користь компаніям, які інвестують в Америку: *Let's close the loopholes that lead to inequality by allowing the top one percent to avoid paying taxes on their accumulated wealth. We can use that money to help more families pay for childcare and send their kids to college.* – «Закриємо [Судження: Соціальна Оцінка: Позитивне Ставлення] лазівки, які призводять до нерівності, дозволяючи одному від-

сотку верхнього прошарку населення уникати сплати податків [Судження: Соціальна Оцінка: Негативне Ставлення] на свої накопичені статки. Ми можемо використати ці гроші, щоб допомогти більшій кількості сімей оплачувати догляд за дітьми та відправляти своїх дітей до коледжу [Судження: Соціальна Оцінка: Позитивне Ставлення].

Позиція демократів щодо податків, їхня підтримка рівності та підвищення мінімальної заробітної плати працівників і їхній інтерес до інших економічних рішень, які допомагають зберегти систему соціального забезпечення, демонструють ліберальну ідеологію. Економічні заходи політиків-демократів також використовуються в оціночній манері, щоб підкріпити ідею про те, що вони глибоко турбуються про людей і, таким чином, є відповідальними майбутніми кандидатами. У той же час вони звинувачують протилежну сторону в різноманітних бідах шляхом використання негативної оцінки. Наприклад, демократи звинувачують республіканців у тому, що вони не підвищують мінімальну заробітну плату, оскільки ідеологічна позиція консервативного крила проводить антисоціальну політику через її економічні витрати: *To everyone in this Congress who still refuses to raise the minimum wage, I say this: If you truly believe you could work full-time and support a family on less than \$15,000 a year, go try it. If not, vote to give millions of the hardest-working people in America a raise.* – «Усім у цьому Конгресі, хто досі відмовляється підвищити мінімальну заробітну плату [Судження: Нормальне Ставлення: Негативне Ставлення], я кажу наступне: якщо ви справді вірите, що можете

працювати повний робочий день і утримувати сім'ю менш ніж на 15 000 доларів на рік, ідіть спробуй це. Якщо ні, проголосуйте за підвищення зарплати мільйонам найпрацьовитіших людей Америки».

Висновки. У цьому дослідженні зроблено спробу з'ясувати роль оцінки в політичних промовах, спрямованих на переконання електорату в правильності прийнятих політичних рішень, її взаємозв'язок із метафорою та метонімією та використання оціночних прийомів залежно від ідеологічної позиції ораторів. Аналіз оцінки промов американських політиків-демократів показує здебільшого оцінювання людської поведінки з етичної точки зору. Судження зосереджуються на необхідності змін (Судження: Нормальність), тобто пройти через іракську та афганську війни та рецесію та прийняти їхню економічну політику, яка рухатиме країну вперед.

Отже, аналіз політичних промов далі відкриває той факт, що метафори та метонімії рясніють у цьому типі політичного дискурсу та що іноді такі мовні явища збігаються з оцінкою. Дійсно, через економічні метафори та метонімії політики заявляють про успіх на економічній арені після років економічної рецесії, водночас вони негативно оцінюють політику своїх опонентів. Також їхні слова мають яскраво виражену ідеологічну мету, оскільки вони прагнуть нав'язати своїм громадянам власне бачення економіки своєї країни. За допомогою взаємодії метафор, метонімії та оцінки політики також намагаються виправдати свої політичні рішення і, таким чином, вплинути на погляди аудиторії.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Dijk T A. van. Ideology: A Multidisciplinary Approach / T. A. van Dijk. London : Sage Publications, 1998. 365 p.
2. Dijk T. A. van. War rhetoric of a little ally: Political implicatures and Aznar's legitimization of the war in Iraq / T. A. van Dijk. Journal of Language and Politics. 2005. Vol. 4. Iss. 1. P. 65-91.
3. Mussolff A. The study of metaphor as part of critical discourse analysis. *Critical Discourse studies*. Published online. Vol. 9. Iss. 3. P. 301-310. URL: <https://doi.org/10.1080/17405904.2012.688300> (дата звернення: 19.02.2024).
4. Littlemore J. Metonymy: Hidden Shortcuts in Language, Thought and Communication. Cambridge : Cambridge University Press, 2015. 227 p.
5. Lakoff G., Turner M. More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor. Chicago : The University of Chicago Press, 1989. 237 p.
6. Diez-Prados M. The use of metaphor and evaluation as discourse strategies in pre-electoral debates: Just about winning votes. *Exploring Discourse strategies in social and Cognitive Interaction: Multimodal and Cross-linguistic Perspectives*. Amsterdam : John Benjamins, 2016. P. 215-244.
7. Kövecses Z. Metaphor: A Practical Introduction. Oxford : Oxford University Press, 2010. 2nd Ed. 400 p.
8. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago : The University of Chicago Press, 2003. 276 p.

9. Cabrejas-Peñuelas A. B., Díez-Prados M. Positive self-evaluation versus negative other-evaluation in the political genre of pre-election debates. *Discourse and society*, 2014. Vol. 25. Iss. 2. P. 159-185. URL: <https://doi.org/10.1177/0957926513515601> (дата звернення: 19.02.2024).
10. Barcelona A. Clarifying and applying the notions of metaphor and metonymy within Cognitive Linguistics: an update. *Metaphor and Metonymy in Comparison and Contrast*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2002. P. 202-277.
11. Paris R. Kosovo and the metaphor war. *Political science Quarterly*. 2002. Vol. 17. Iss. 3. P. 423-450.
12. Semino E. *Metaphors in Discourse*. Cambridge : Cambridge University Press, 2008. 247 p.
13. Catalano Th., Waugh L. R. Representations of power: A critical multimodal analysis of US CEOs, the Italian Mafia and government in the media. *Journal of Language and Politics*. John Benjamins Publishing Company, 2016. Vol. 15. Iss. 6. P. 790-817. URL: <https://doi.org/10.1075/jlp.15.6.07cat> (дата звернення: 19.02.2024).
14. Ferrari F. Metaphor at work in the analysis of political discourse: investigating a “preventing war” persuasion strategy. *Discourse and society*. 2007. Vol. 18. Iss. 5. P. 603-625.
15. Neagu M. I. *Decoding Political Discourse: Conceptual Metaphors and Argumentation*. London: Palgrave Macmillan, 2013. P. 39-72.
16. Meadows B. Distancing and showing solidarity via metaphor and metonymy in political discourse: a critical study of American statements on Iraq during the years 2004-2005. *Critical Approaches to Discourse Analysis Across Disciplines*. 2006. Vol. 1. Iss. 2. P. 1-17. URL: <https://www.researchgate.net/publication/242236958> (дата звернення: 19.02.2024).

REFERENCES:

1. Dijk T A. van. *Ideology: A Multidisciplinary Approach* / T. A. van Dijk. London : Sage Publications, 1998. 365 p.
2. Dijk T. A. van. War rhetoric of a little ally: Political implicatures and Aznar’s legitimization of the war in Iraq / T. A. van Dijk. *Journal of Language and Politics*. 2005. Vol. 4. Iss. 1. P. 65-91.
3. Mussolff A. The study of metaphor as part of critical discourse analysis. *Critical Discourse studies*. Published online. Vol. 9. Iss. 3. P. 301-310. URL: <https://doi.org/10.1080/17405904.2012.688300> (Last accessed: 19.02.2024).
4. Littlemore J. *Metonymy: Hidden Shortcuts in Language, Thought and Communication*. Cambridge : Cambridge University Press, 2015. 227 p.
5. Lakoff G., Turner M. *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago : The University of Chicago Press, 1989. 237 p.
6. Díez-Prados M. The use of metaphor and evaluation as discourse strategies in pre-electoral debates: Just about winning votes. *Exploring Discourse strategies in social and Cognitive Interaction: Multimodal and Cross-linguistic Perspectives*. Amsterdam : John Benjamins, 2016. P. 215-244.
7. Kövecses Z. *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford : Oxford University Press, 2010. 2nd Ed. 400 p.
8. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago : The University of Chicago Press, 2003. 276 p.
9. Cabrejas-Peñuelas A. B., Díez-Prados M. Positive self-evaluation versus negative other-evaluation in the political genre of pre-election debates. *Discourse and society*, 2014. Vol. 25. Iss. 2. P. 159-185. URL: <https://doi.org/10.1177/0957926513515601> (Last accessed: 19.02.2024).
10. Barcelona A. Clarifying and applying the notions of metaphor and metonymy within Cognitive Linguistics: an update. *Metaphor and Metonymy in Comparison and Contrast*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2002. P. 202-277.
11. Paris R. Kosovo and the metaphor war. *Political science Quarterly*. 2002. Vol. 17. Iss. 3. P. 423-450.
12. Semino E. *Metaphors in Discourse*. Cambridge : Cambridge University Press, 2008. 247 p.
13. Catalano Th., Waugh L. R. Representations of power: A critical multimodal analysis of US CEOs, the Italian Mafia and government in the media. *Journal of Language and Politics*. John Benjamins Publishing Company, 2016. Vol. 15. Iss. 6. P. 790-817. URL: <https://doi.org/10.1075/jlp.15.6.07cat> (Last accessed: 19.02.2024).
14. Ferrari F. Metaphor at work in the analysis of political discourse: investigating a “preventing war” persuasion strategy. *Discourse and society*. 2007. Vol. 18. Iss. 5. P. 603-625.
15. Neagu M. I. *Decoding Political Discourse: Conceptual Metaphors and Argumentation*. London: Palgrave Macmillan, 2013. P. 39-72.
16. Meadows B. Distancing and showing solidarity via metaphor and metonymy in political discourse: a critical study of American statements on Iraq during the years 2004-2005. *Critical Approaches to Discourse Analysis Across Disciplines*. 2006. Vol. 1. Iss. 2. P. 1-17. URL: <https://www.researchgate.net/publication/242236958> (Last accessed: 19.02.2024).