

*Анастасія Юмрукуз*  
*кандидат філологічних наук, доцент*  
*ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет*  
*імені К. Д. Ушинського»*  
*м. Одеса*

### **КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ АКТУАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСУ)**

В контексті постійних змін в сучасному політичному просторі країн світу, що зумовлені тенденціями до глобалізації економічного, політичного та соціального устрою загалом, особливої актуальності набуває питання збереження національної ідентичності в різних сферах життя, зокрема, в умовах полілогу культур.

Національна ідентичність передбачає самоідентифікацію індивіда з певним політичним та культурним співтовариством [2, с. 79]. На відміну від етнічної ідентичності, що є результатом «процесу емоційно-когнітивного самоототожнення суб'єкта зі своєю етнічною групою» [3, с. 24], до національної ідентичності додається усвідомлення спільності політичних поглядів. У даній роботі розглядається актуалізація національної ідентичності Сполучених штатів Америки.

Розрізняють декілька видів етнонаціональної ідентичності. Для США, які в свій час відкрили двері для імміграції представникам різних етносів, загалом характерна біетнічність [4, с. 22] – громадяни країни ототожнюють себе з власним етносом, а також із суто американським за політичними ознаками, через що виникає спільна етнонаціональна свідомість.

Для багатьох етнонаціональних груп найбільш суттєвою ознакою колективного членства стає мова, адже в процесі індивідуального розвитку через використання мови кожний представник етносу долучається до національної свідомості – спільного знання, спільної когнітивної бази, і саме завдяки цьому процесу стає можливе

формування самоідентичності. Таким чином, національна ідентичність як продукт соціалізації формується та змінюється через мову та завдяки їй [4, с. 23].

Важливим для дослідження актуалізації національної ідентичності є урахування концептуальної системи комунікантів (макростратегій, моделей ситуації, фреймів тощо) та таких феноменів когніції, як етнічні стереотипи, ідеологічні настанови, цінності, норми, фонові знання і т. ін. [5, с. 153], що зумовлюють вибір певних комунікативно-прагматичних макростратегій реалізації національної ідентичності.

Вченими виділено декілька стратегій комунікативної взаємодії в англійськомовному політичному середовищі США – стратегію позитивної самопрезентації, стратегію репрезентації американської національної ідентичності та стратегію ціннісної диференціації «ворожих етносів» [4, с. 155].

О. А. Гончарова вважає, що в комунікативній стратегії наявні як мінімум три плани ментально-мовленнєвої діяльності суб'єкта, який продукує текст: концептуально-тематичний (пов'язаний із відбором змісту/теми), функціонально-прагматичний (функціональна спрямованість тексту) та формально-стилістичний (вибір та комбінування мовних засобів, що забезпечують мовленнєве формулювання задуманих цілей) [1, с. 121].

Метою даного дослідження є аналіз стратегій актуалізації національної ідентичності США в електоральному дискурсі, а саме, дискурсі президентських передвиборчих теледебатів в контексті когнітивно-прагматичного підходу. Матеріалом аналізу слугували тексти трьох сесій передвиборчих теледебатів Хіларі Клінтон та Дональда Трамп (2016).

Електоральний дискурс загалом, до якого відноситься і дискурс передвиборчих президентських теледебатів, належить до інституційного типу дискурсу, тобто мовці виступають представниками інтересів певної партії або політичного руху. Особливістю актуалізації національної свідомості США в цьому дискурсі є, на наш погляд, те, що у цілому когнітивною та прагматичною настановою мовців є доведення своєї правоти та спроба переконати електорат у необхідності підтримки саме їхньої кандидатури, тому найчастіше мовці застосовують стратегію

самопрезентації. При цьому, на свідомому та підсвідомому рівні ними окрім того, актуалізується і національна ідентичність.

Як показали результати аналізу, мовцями – Х. Клінтон та Д. Трампом – використовуються переважно дві стратегії – стратегія самопрезентації як громадянина США, стратегія позитивної презентації США та стратегія негативної презентації «чужих» – інших країн. Нижче наведемо приклади кожної із стратегій.

Самопрезентація себе як представника американської нації відбувається шляхом ототожнення себе із іншими громадянами США за допомогою використання особистих та присвійних займенників множини *we, our*:

*That's how I see the court, and the kind of people that I would be looking to nominate to the court would be in the great tradition of standing up to the powerful, standing up on behalf of our rights as Americans, and I look forward to having that opportunity (D. Trump).*

Ще одним шляхом самопрезентації є показ (іноді зі статистикою) підтримки себе більшою частиною населення, через що теж відбувається ідентифікація себе як виразника думки більшості, це, відповідно формує в підсвідомості аудиторії ототожнення кандидата із нацією у цілому, наприклад:

*Something happened recently where Justice Ginsburg made some very inappropriate statements toward me and toward a tremendous number of people, many, many millions of people that I represent, and she was forced to apologize, and apologize she did (D. Trump).*

Іноді для ідентифікації себе з нацією мовці вдаються до минулих подій або документів, що в межах когніції аудиторії асоціюються з Америкою, наприклад:

*I lived in Arkansas for 18 wonderful years. I represented upstate New York. I understand and respect the tradition of gun ownership (H. Clinton).*

*They will interpret the Constitution the way the founders wanted it interpreted (D. Trump).*

Стратегія позитивної презентації американської нації реалізується шляхом прямої номінації позитивних національних рис

*I think it's really up to all of us to demonstrate who we are and who our country is... And we make our country even greater. America is great because America is good (D. Trump).*

або імпліцитно через заперечення присутності негативних національних рис –

*This is a pattern, a pattern of divisiveness of a very dark and in many ways dangerous vision of our country where he incites violence, where he applauds people who are pushing and pulling and punching at his rallies. That is not who America is (H. Clinton).*

Стратегія негативної презентації «чужих» актуалізується за допомогою підкреслення певних негативних рис національного менталітету інших країн або надання негативної оцінки певній нації у цілому, наприклад:

*But you are very clearly quoting from wikileaks and what's really important about wikileaks is that the Russian government has engaged in espionage against Americans. They have hacked American websites, American accounts of private people, of institutions, then they have given that information to Wikileaks for the purpose of putting it on the internet (H. Clinton).*

Таким чином, національна ідентичність США актуалізується у дискурсі передвибірчих президентських теледебатів шляхом використання відповідних когнітивно-прагматичних стратегій. У перспективі подальших досліджень – аналіз засобів вербалізації національної ідентичності США в політичному дискурсі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гончарова Н. В. Аксиологічна структура англомовного діалогічного дискурсу (на матеріалі художньої прози): дис... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Наталія Вікторівна Гончарова. – К., 2002. – 182 с
2. Малахов В. С. Идентичность / В. С. Малахов // Новая философская энциклопедия : в 4-х томах / Институт философии РАН, Национальный общественно-научный фонд; Научно-редакционный совет. – Т 2. – М. : Мысль, 2001. – С. 78–79.
3. Саніна Т.О. Дослідження національної та етнічної ідентичності / Т.О. Саніна // Наукові записки. – 2005. – Том 46. – С. 22–27.
4. Четвертак Є. О. Вербалізація національної ідентичності США в англомовному політичному дискурсі: дис... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Євгенія Олександрівна Четвертак. – Запоріжжя, 2016. – 237 с.

5. Dijk T. A. van. Ideology: A Multidisciplinary Approach / T. A. van Dijk. – L. : Sage Publications, 1998. – 374 p.