

Міністерство освіти і науки України
Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра германської і фіно-угорської філології

Курсова робота

на тему: Структурно-граматичні особливості сучасних англомовних
політичних гасел

Студентки групи МЛа 06-20
факультету германської філології і перекладу
денної форми навчання
спеціальності 035 Філологія
Стеценко Вікторії Олександрівни

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук, доцент
Мусієнко Юлія Анатоліївна

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

Ministry of Education and Science of Ukraine

Kyiv National Linguistic University

Chair of Germanic and Finno-Ugrian Philology

Term Paper

Structural and Grammatical Features of Modern English Political Slogans

VIKTORIA STETSENKO

Group Lle 06-20

Germanic Philology and Translation Faculty

Research Adviser

Assoc. Prof., PhD (Linguistics)

Yulia Musiienko

Kyiv 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ	8
ПОЛІТИЧНЕ ГАСЛО	
1.1. Політичні гасла як жанр політичної комунікації	8
1.2. Класифікація та особливості функціонування політичних гасел	11
Висновки до розділу 1	13
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ	
ПОЛІТИЧНИХ ГАСЕЛ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ	
ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ	15
2.1. Структурні особливості сучасних англомовних політичних гасел	15
2.2. Граматичні особливості сучасних англомовних політичних гасел	19
Висновки до розділу 2	22
ВИСНОВКИ	23
РУЗЮМЕ	25
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	27
СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	29
ДОДАТОК	30

ВСТУП

Спілкування як найважливіша характеристика людського життя постійно розвивається, щоб досягти максимального розуміння та впливу серед співрозмовників. Призначенням дискурсу є доставка повідомлень до адресата, здійснення комунікації. Він є єдністю мовної форми, знання та дії, його інтерпретація виходить далеко за межі буквального розуміння висловлювання.

Політичний дискурс як специфічний різновид дискурсу має набір системоутворюючих ознак, які визначають його природу та зумовлюють його маніпулятивний потенціал. В політичному дискурсі виокремлюють гасла, основним призначенням яких є легке запам'ятовування, спрощена комунікація.

Політичне гасло – це так звана візитна картка політика, партії або соціальної програми; це коротка та ємна фраза, яка покликана виконувати завдання привернення уваги, що містить основну ідею, яку необхідно донести до адресата.

Особливістю функціонування політичного гасла є його двоїстість. По-перше гасло є невід'ємною змістовною складовою передвиборних та інших текстів, що становлять гіпертекст. По-друге, гасло функціонує як самостійна одиниця мови. Залишаючись затребуваним текстом у передвиборчій кампанії, гасло є сполучною ланкою між політиком та електоратом, ідейно поєднуючи різні етапи політичної кампанії.

Політична комунікація неодноразово привертала увагу дослідників. Так, серед вітчизняних науковців, які досліджували окремі питання, пов'язані з таким явищем політичної комунікації як політичне гасло, варто виокремити: Алексієвець О., Билінську О., Зелінську О., Ковалевську А., Курбатову Т., Ліхошерст О., Набока О., Салтовську Н., Салтовську Д., Ткач Б., Литвинчук Л., Попович І., Блинову О., Заграй Л., Пілецьку Л.,

Щепку О. Серед зарубіжних дослідників політичного гасла як явища політичної комунікації, його особливостей варто виділити: Борс К., Колберг А., Френсіс М., Керрік К., Пітерс Дж., Сінь Дж.

Загалом, вищевказані дослідники доходять висновку, що специфічні характеристики політичних гасел роблять їх основним інструментом урядової комунікації, але в той же час ті самі характеристики роблять їх також найбільш вразливим інструментом. Однак, політичні гасла недостатньо вивчаються в політичній комунікації, і це дослідження має на меті розширити розуміння політичних гасел, досліджуючи, як політичні партії та політики використовують політичні гасла в контексті політичної комунікації. Спираючись на літературу про гасла в бізнесі, маркетингу та рекламі, це дослідження окреслює основні характеристики та розробляє класифікацію політичних гасел.

Актуальність обраної теми пов'язана з тим, що політичні гасла посилюють контакт політика з електоратом, є дієвим інструментом урядової комунікації. Розширення використання гасел у політиці робить їх актуальними для вивчення їх особливостей, взаємодії політика та електорату, яку гасла мають на меті забезпечити. В свою чергу, сучасне вивчення політичних гасел розширює лінгвістичні уявлення про мовні процеси, що відбуваються в мові та у свідомості носіїв мови; змістовний аналіз політичних гасел відкриває нові можливості лінгвістичного аналізу.

Мета роботи полягає у визначенні структурно-граматичних особливостей англомовних політичних гасел. Досягнення поставленої мети стає можливим за умови вирішення таких **завдань**:

1. проаналізувати політичні гасла як жанр політичної комунікації;
2. надати класифікацію та визначити особливості функціонування політичних гасел;
3. охарактеризувати структурні особливості сучасних англомовних політичних гасел;

4. дослідити граматичні особливості сучасних англомовних політичних гасел.

Об'єктом дослідження виступають англомовні політичні гасла.

Предметом дослідження є структурно-граматичні особливості англомовних політичних гасел.

Мета та завдання, окреслені в роботі, а також специфіка об'єкта дослідження зумовили використання таких **методів** та прийомів лінгвістичного аналізу: описовий метод; метод кількісного аналізу; метод структурного аналізу.

Матеріалом дослідження слугують англомовні політичні гасла британських та американських політиків, зокрема: політичні гасла виборчої кампанії Великобританії у 2019 році (Л. Трасс, Б. Джонсон), президентських виборів США (Б. Обама, Дж. Байден, Д. Трамп).

Наукова новизна дослідження проявляється у тому, що проаналізовано ряд англомовних політичних гасел британських та американських політиків на предмет встановлення їх структурно-граматичних особливостей.

Теоретична значущість дослідження визначається можливістю використання результатів у теоретичних працях з лінгвістики тексту, культури політичної мови, виборчої риторики.

Практична значимість. Матеріали та висновки можуть бути впроваджені у навчальний процес: при вивченні структурно-граматичних особливостей сучасних англомовних політичних гасел, можуть бути використані у роботі лінгвістів та політологів.

Структура роботи. Курсова робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи – 29 сторінок (19 сторінок – основний текст).

У **вступі** обґрунтовується вибір теми, актуальність та наукова новизна дослідження. Визначається мета, завдання, об'єкт, предмет та методи дослідження.

У **першому розділі** проаналізовано політичні гасла як жанр політичної комунікації. Надано класифікацію та досліджено особливості функціонування політичних гасел.

У **другому розділі** досліджено структурні та граматичні особливості сучасних англомовних політичних гасел.

У **висновках** підводяться підсумки проведеного дослідження та узагальнюється інформація щодо структурно-граматичних особливостей англомовних політичних гасел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ ПОЛІТИЧНЕ ГАСЛО

1.1. Політичні гасла як жанр політичної комунікації

Основною метою політичної комунікації є завоювання, зміцнення та збереження влади. Реалізація цієї мети забезпечується різними комунікативними стратегіями, наприклад, стратегіями виділення цільового адресата, протиставлення, залякування, самосхвалення, консолідації, які безпосередньо впливають на вибір, зроблений виборцем (Bors, 2019: 74).

Політичний текст, малим класичним жанром якого є гасло, створюється при зверненні до сучасних стратегій. Мовні особливості політичного гасла, пов'язані з історією формування жанру політичного мовлення, викликають безперечний інтерес.

Цей інтерес викликаний тим, що сучасне політичне гасло, що активно використовується в агітаційних передвиборних текстах, листівках, плакатах, біографіях політиків, програмах партій, є найважливішим елементом політичної комунікації і безпосередньо пов'язане з політичними PR-технологіями (Зелінська, 2021: 19). Він містить необхідну для одержувача інформацію, встановлює контакти між комунікантами, впливає на виборця (Colberg, 2012: 310). У цьому зв'язку, зазначимо, що гасло орієнтоване на емоційну, раціональну, інтелектуальну сфери сприйняття навколишньої дійсності.

Одним із актуальних у сучасній лінгвістиці залишається питання про єдину мовну терміносистему, що функціонує в політичному тексті. Воно пов'язане і з термінами девіз, гасло, заклик, слоган, політичний слоган, які поширені у політичному дискурсі (Colberg, 2012: 301).

З появою у 90-ті роки ХХ століття великої кількості рекламних та політичних слоганів гостро постало питання про розмежування використання суміжних, але не тотожних понять. У радянські часи вживався термін гасло, що було цілком закономірним, оскільки політичну рекламу замінювали

пропаганда та матеріали інформаційного характеру. Існували також поняття девіз та заклик, диференціація яких відбувалася за інтонаційною та семантичною ознаками (Билінська, 2016: 192).

У сучасній науково-практичній лінгвістиці немає єдиної терміносистеми. Наприклад, є визначення політичного гасла – «ємні фрази, що дозволяють коротко, у формі, що запам'ятовується, висловити головну ідею (ідеї) переконливої комунікації, об'єднати акції політичної кампанії єдиним змістом» (Ковалевська, 2014: 125). Також науковці (Зелінська, 2021; Ковалевська, 2014) розділяють поняття гасло і слоган за функціонально-стилістичною ознакою і вважають, що під гаслом розуміється заклик до активних цивільних дій. Тобто, відмінність у термінах пов'язана з розмежуванням ідеології – комуністичної (гасло) або ліберальної (слоган) пропаганди (Зелінська, 2021: 21). Сучасні практики політичних технологій – журналісти, фахівці зі зв'язків із громадськістю, копірайтери, а також багато представників наукового світу – вдаються до термінів слоган та політичний слоган, які поступово витіснили традиційне для радянської науки гасло, девіз, заклик (Билінська, 2016: 193).

У цьому зв'язку, гасло було і залишається найважливішим елементом політичної агітації, дієвим всіх етапах виборчої кампанії. Особливість функціонування гасла дозволяє цьому жанру ставати невід'ємною змістовною складовою інших текстів, формуючи гіпертекст, або використовуватися автономно, незалежно від інших компонентів гіпертексту (наприклад, під час скандування на мітингу) (Saltovska, 2022: 69). Відтак, жанр політичного гасла, будучи одним із доступних типів тексту, зберігає «фокус жанру», зумовлений цілями комунікації, зазнаючи еволюційних змін через екстралінгвістичні причини.

Можна виділити конкретні гасла, що проходять «червоною лінією» через усі етапи виборчої кампанії, які використовуються як самостійно на всіх етапах виборчої кампанії, так і у складі інших текстів. Затребувані гасла супроводжують відеоряд, скандуються на мітингах, стають центральним

компонентом інших текстів, що дозволяє вважати їхньою домінантою включених до виборчої кампанії текстів. Їхня затребувана домінантна позиція, що реалізує певну тактичну установку, дозволяє характеризувати ці тексти як ефективні. Адже легке читання та осмислення, швидке запам'ятовування дозволяє активно використовувати гасло у складі креолізованих текстів політичної комунікації. Гасло часто використовується в рамках агітаційних плакатів, листівок, програм, зберігаючи при цьому жанрову оформленість (Ковалевська, 2020: 99).

Слід зазначити, що політичні рекламні гасла створюються здебільшого представниками менталітету країни, де відбуваються вибори, і створюються виключно для виборців, які представляють такий же менталітет, тому очевидна необхідність враховувати обрану мовну ментальність при побудові гасла, оскільки кожна «реальність є описаною засобами національної мови» (Tkach, 2021: 115). Примітним є те, що рекламні ролики великих американських і європейських компаній створюються без урахування враховувати ці характеристики шляхом перекладу або імітації оригінальних рекламних кампаній, що іноді знижує їхні шанси фактично вплинути на реципієнтів, особливо якщо ментальні властивості реципієнтів надто відрізняються.

Політичне гасло може бути частиною більшого тексту рекламної кампанії, але набагато частіше це «окремий, завершений текст, який, частково, може набути статусу прецеденту і стати одним із жанрів політичної афористики» (Kerrick, 2020: 309). Проте гасло має бути співвіднесеним із кожною іншою частиною політичної рекламної кампанії, щоб загалом вони були узгодженими. Так, Т. Петерс підкреслює, що головною умовою успіху політичного слогану є «його узгодженість щодо ключових положень рекламної кампанії кандидата в цілому та узгодженості з текстами його інтерв'ю, виступів та іншої рекламної діяльності» (Peters, 2005: 69).

Також виділяють такі лінгвістичні характеристики політичних текстів (Щепка, 2019: 75):

- використання слів з розсіяною семантикою та мінімумом конкретності в політичній мові;
- руйнування суб'єктивної динаміки та еталонної ідентифікації;
- стилістична амбівалентність, що виявляється в контекстному зіткненні розмовних елементів і термінологічних запозиченнях;
- коригування усталених семантичних блоків через рефреймінг дискурсу, «який в більшості випадків є наслідком не продуманої вербальної програми, на яку слід орієнтуватися при правильному моделюванні масової свідомості, а радше неухважність, недооцінка мови, можливостей політичної еліти, що призводить до неадекватного декодування їх інформації та їх інформаційної маргіналізації (Щепка, 2019: 76).

1.2. Класифікація та особливості функціонування політичних гасел

Автори створених класифікацій, пропонуючи систематизувати гасла, використовують різні підходи. Так, наприклад, існує класифікація, в основу якої покладено принцип імперативності (Билінська, 2016: 193). При такому науковому підході існуючі гасла поділяються на дві базові групи: лозунги прямої дії, які містять пряме спонукування до дії, твердження політичної ідеї (Голосуй ЗА!) та гасла непрямої дії.

Жанрово-стилістичне розмаїття політичних гасел було піддано систематизації. Наразі запропоновано кілька підходів до типізації гасел, в основу яких покладено різні принципи (Билінська, 2016: 18). Наприклад, розроблено типізацію-аналіз різних мотивів поведінки, на які спрямовані гасла.

Аналіз різних мотивів поведінки, на що спрямовані політичні гасла, покладено основою класифікації, запропонованої раніше. Йдеться про такі групи тестів:

- 1) створені задля самоусвідомлення;
- 2) спрямовані на чуттєве (емоційне) сприйняття;

3) спрямовані на раціональні мотиви: гідне життя, соціальна справедливість, відповідальна влада;

4) створені задля творення;

5) спрямовані на критику (руйнування) існуючого (Ковалевська, 2014: 123).

Вивчення різних комунікативних технік лягло в основу систематизації гасел, в основу класифікації заголовків рекламних текстів. Так, дослідники Ковалевська А., Борс К., Колберг А. пропонують типізувати гасла в залежності від комунікативної техніки, використаної при їх складанні. Таким чином було виділено такі базові групи:

- гасло-імідж (Mayor-host! The city needs a master! *Мер-господарник! Місту потрібен господар!*);

- гасло твердження (Every family should be happy! We deserve better! *Кожна сім'я має бути щасливою! Ми гідні кращого!*);

- гасло-девіз (Choose! *Обирай!*);

- гасло-обіцянка (Let's return the power to the people! *Повернемо владу народу!*).

Також можна назвати такі види, як гасло-сентенція, гасло-побажання, гасло-заклик, гасло-роздум, гасло-протиставлення та ін.

Ця класифікація, крім своєї наукової значущості, цікава тим, що набула широкого практичного застосування: до неї активно звертаються політтехнологи, копірайтери, фахівці з політичної реклами (Ковалевська, 2014: 106).

Поряд із комерційно-соціальними гаслами дослідники виокремлюють політичні гасла, які містять основний меседж політичних кампаній, є «словесним портретом політичного діяча», «висловлювання, що відображає точну позицію» (Frances, 2014). Політична реклама в основному спирається на «людське», несвідоме бажання компенсувати втрачену символіку свого співвіднесення зі світом». Основна мета будь-якого гасла, будь то політичне гасло, комерційна або соціальна реклама, - спонукати одержувача придбати

товари чи послуги, незалежно від того, чи дійсно одержувачу потрібні ці товари чи послуги чи ні. Це частина рекламної кампанії, оскільки гасло є «суть рекламної кампанії, стиснена до формули, запам'ятовуваної думки, доведеної до мовної довершеності» (Frances, 2014).

Разом із тим, політичне гасло дійсно відповідає цьому визначенню, але також має свої специфічні властивості, які пов'язані зі специфікою політичної кампанії порівняно з комерційною (Ковалевська, 2020: 98).

Відтак, політичне гасло має особливі відмінності від комерційного за такими характеристиками:

1. Безперервність і періодичність роботи. Дійсність політичної реклами регулюється законодавчо і така реклама припиняє свою дію після обрання політичного лідера. Навпаки, комерційна реклама - активна постійно, з певною періодичністю, крім того, ринок товарів і послуг для покупців також постійний;

2. Конкретність. Політичні гасла оперують поняттями, якими здебільшого не оперують референти в реальності. Це спонукає до відібрання абстрактних нематеріальних сутностей, таких наприклад, як: «демократичний вибір», «національна гордість», «соціальна справедливість» тощо».

3. Охоплення аудиторії. Незважаючи на те, що це все-таки реклама, отже, масово розповсюджений текст, політична реклама «орієнтована на обмежений контингент – 25-30% виборців, які голосують».

Висновки до розділу 1

Отже, політичне гасло є ключовим жанром політичної комунікації, хоча цей жанр і зазнає певних змін, зумовлених як лінгвістичними, так і соціальними факторами. Як жанр політичних текстів, гасло традиційно має стійку форму мовного кліше, синтаксично будується, як правило, у вигляді стверджувального або окличного речення, характеризується цілеспрямованістю, інформативністю і часто оригінальністю форми.

З огляду на стислість, політичні гасла не містять аргументації, їх дискурсивна ефективність здійснюється через сугестію, іншими словами, навіювання, апеляцію до почуттів та емоцій, а не до логіки соціальної аудиторії. Пріоритетне завдання гасла, як традиційної дискурсивної одиниці (політичного тексту, політичного висловлювання та мовного акту), що активно функціонує, насамперед, у прагматичній ситуації «вибори» зводиться до надання ефекту мовного впливу на адресата та консолідації – політичного контексту, в якому він використовується.

РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНИХ ГАСЕЛ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

2.1. Структурні особливості сучасних англомовних політичних гасел

Синтаксична побудова політичних гасел відрізняється багатством композиції, але основна їхня маса побудована за певними моделями. Найбільшого поширення мають природні для висловлювань типу гасла наказові речення та еліптичні конструкції (Щепка, 2019: 76). Аналізуючи структурні особливості англомовних політичних гасел, варто наголосити на тому, що значна їх частина побудована за моделлю односкладних речень. Наприклад, політичні гасла виборчої кампанії Великобританії у 2019 році:

- *Conservative Get Brexit Done* / Консерватори завершують Brexit.
- *Unleash Britain's Potential* / Розкрийте потенціал Великобританії.
- *Britain Deserves Better* / Британія заслуговує на краще.
- *Liberal Democrats Stop Brexit* / Ліберал-демократи зупиняють Brexit.
- *Build a Brighter Future* / Побудуйте світле майбутнє.
- *The Brexit Party Change Politics for Good* / Партія Brexit змінює політику назавжди

За формою політичне гасло є закликком, що має чітко виражену основну думку, завдання або вимогу, що висуваються перед громадянами (виборцями). Найчастіше політичні гасла виділяють як самостійний клас фразеологічних одиниць, що має певні прагматичні характеристики - директивністю, персуазивністю, оціночністю, особливим проявом категорії адресованості. Для реалізації директивної функції гасло має ефективно впливати на свідомість адресата (Курбатова та ін., 2021: 147). Однією з форм такого впливу є персуазивність – форма прямого повідомлення думки, розрахованого на логічне сприйняття, підтвердженого фактами та доказами, апеляція до раціональних моментів у мисленні людини з метою змінити ті чи інші її погляди, відносини чи сформувані нові (Xin, 2014: 148). При цьому

слід відзначити особливий характер адресованості політичних гасел, обумовлений тим, що реципієнт актуалізується не як рівноправний суб'єкт комунікативної діяльності, а, насамперед, як особистість, яку необхідно переконати у необхідності вчинення певних дій, формування певного відношення на користь відправника повідомлення. Наприклад, Партія зелених Англії та Уельсу у 2019 році застосувала наступне політичне гасло:

- *Green Party of England and Wales Leading the Fight for Climate Action, a People's Vote, a Fair Society for All / Партія зелених Англії та Уельсу веде боротьбу за кліматичні дії, народне голосування, справедливе суспільство для всіх.*

Як зазначалося вище, основна функція гасла – змінити думку адресата на користь адресанта, тому гасло за визначенням може бути об'єктивним. Політичне гасло – це завжди емоційно забарвлений, оцінний вислів, що впливає на емоційну сферу адресата і готує сприятливий ґрунт для просування нових установок.

Одним із найяскравіших синтаксичних засобів створення персуазивного ефекту в гаслах є прийом інверсії. Проаналізуємо гасло передвиборчої компанії Барака Обама:

Change we can believe in" / Зміни, в які ми можемо вірити

За рахунок інвертованого порядку слів автор гасла підкреслює значущість слова "change" шляхом винесення його на перше місце в реченні. Виборець, незадоволений політичною ситуацією, що склалася в країні, побачивши і запам'ятаючи даного гасла, повинен зробити «правильний» вибір. що змін на краще можна досягти тільки разом, координуючи спільні зусилля, тим самим імплікується, що участь у будь-якій добрій справі завжди приносить задоволення будь-якій людині, чи то простий робітник, чи то політик світового масштабу.

Особливо цікаві політичні гасла, виражені питаннями, які мають інвертований і прямий порядок слів та риторичні питання, які за змістом є

протестами і викриттями. Наприклад, гасло Консервативної партії Великобританії у 2010 році:

Are you thinking what we're thinking? / Ви думаєте про те, що думаємо ми?

Як мовилося раніше, стилістичні засоби створення персуазивного ефекту у гаслах дуже численні і обмежуються лише синтаксисом. Гасло звертає на себе увагу і залишається в пам'яті людини, насамперед завдяки своїй яскравій та образній лексиці, тому під час створення гасел переважають саме лексичні засоби. До них відносяться метафора, каламбур, феномен, алюзія, антитеза, також вживання фразеологізмів. Наведемо кілька прикладів вживання прийому метафори. Наприклад, під час своєї інавгураційної промови Джо Байден наголосив на демократії та єдності для подолання громадського здоров'я та економічної кризи, з якими стикається Америка. Більшість концептуальних метафор знайдено в першій частині промови. Метафора посилюється, коли Джо Байден говорить про американську демократію, єдність та історію, коли мова стосується таких тем, як історичні події та обов'язки громадян – використана мова є простою. Аналіз промови виявив наступні концептуальні метафори:

- *Life is a journey / Життя – це подорож*
- *America is a man / Америка – це людина*
- *Unity is the way / Єдність – це шлях*

Наведені вище концептуальні метафори кілька разів використовувалися у промові Джо Байдена. Основна маса метафор в його політичному мовленні є звичайними і усталеними. Частота й непомітність цих метафор можуть допомогти просування ідеологій шляхом формулювання політичних питань певним чином. З іншого боку, наведені нижче концептуальні метафори є другорядними в тому сенсі, що вони були використані у промові лише один раз (Набока, 2021: 149). Ці метафори також важливі для аналізу, оскільки, на відміну від загальноприйнятих і вкорінених метафор, які повторюються кілька разів і тому в цьому документі називаються основними метафорами,

деякі з цих метафор є цілеспрямованими у промові та мають на меті «вплинути на ставлення та переконання аудиторії, встановлення взаєморозуміння з громадськістю, критику опонента, створення іміджу певного типу політика» (Набока, 2021: 149).

Президентський слоган Джо Байдена *Build back better* / Побудуйте краще дуже цікавий з лінгвістичної та концептуальної точки зору. Це вислів, введений Організацією Об'єднаних Націй для розробки кращих планів аварійного відновлення, включаючи фізичну інфраструктуру, соціальні системи, економіку та навколишнє середовище. За допомогою цього простого гасла Джо Байден створює метафоричний сценарій катастрофи, щоб закликати до потреби покращення.

Антитеза: "*Barack Obama: no who you think he is*" – у цьому гаслі образ Барака Обами, що склався у думках виборців, протиставляється «істинному», тобто такому, як його бачать МакКейн та її союзники.

Проведене вивчення стилістичних засобів, основне призначення яких – посилювати експресивність висловлювання, дозволяє показати, які великі можливості впливу має мова політичних гасел і наскільки великі її ресурси для здійснення цієї мети.

Крім того, необхідно пам'ятати, що політичні гасла можуть містити мовні одиниці, які називають реалії та описують події, характерні лише для цієї країни та для цього народу (Алексієвець, 2012: 365). Прагматичний аспект побудови гасел безпосередньо пов'язаний із особливостями мислення нації. Іншими словами, гасло індивідуальне для культури кожного конкретного народу і стає актуальним лише в рідному йому середовищі.

До того ж, структурні особливості політичного гасла залежать від його вживання у двох формах, кожна з яких має свою специфіку — усної та письмової. Як заклик чи висновок виступу, гасло звучить на мітингу чи мові оратора. В цьому випадку важливими є експресія та фонетична зручність його сприйняття та повторного багаторазового відтворення. З усною формою пов'язані звучність та стислість висловлювання. У письмовій формі гасло

відтворюється на політичному чи агітаційному плакаті, меседжі доповнюється візуальним рядом. Тому як елемент креолізованого тексту таке гасло має відповідати іншим лінгвістичним нормам: легко читається, осмислюється, запам'ятовується.

Таким чином, використання стилістичних засобів при створенні гасел – це завжди авторське рішення, адже вдале гасло схоже на талановитий витвір мистецтва.

2.2. Граматичні особливості сучасних англомовних політичних гасел

Аналізуючи граматичні особливості англомовних політичних гасел, можна виділити використання іменників, дієслів та прикметників з метою надання характеристики дії та напряму роботи політичної партії чи кандидата (Frances, 2014). Причина цього явища полягає у більшій енергетиці та категоричності називних фраз і більшій актуальності іменника порівняно з дієсловом у політичній комунікації, оскільки саме іменник є виразником переважної більшості політичних понять. Як приклад можна навести гасло "Power to the people" – у 60-ті роки в США він використовувався молоддю як протест проти утисків з боку старшого покоління (Bors, 2019). Серед сучасних політичних гасел можна виокремити слоган у виборчій кампанії Л. Трасс (Великобританія):

- *Less taxes, more private initiative / Менше податків, більше приватної ініціативи.*

Це гасло Л. Трасс цілком лягає в ідеологію політичної партії Тори.

Широко поширений термін «Brexit» (Вихід Великої Британії з ЄС) у політичних кампаніях партій Великобританії у 2019 році:

- *Conservative Get Brexit Done / Консерватори завершують Brexit.*
- *Liberal Democrats Stop Brexit / Ліберал-демократи зупиняють Brexit*
- *The Brexit Party Change Politics for Good / Партія Brexit змінює політику назавжди*

- *UK Independence Party Time To Get On With Brexit! / Партія незалежності Великобританії. Час продовжувати Brexit!*

Гасло «Get Brexit Done» на переконання Тіма Бейла, професора політики Лондонського університету королеви Мері, очевидно «зіграло свою роль» у перемозі Б. Джонсона, частково тому, що воно приваблювало тих, хто був за вихід з ЄС, але також тому, що воно приваблювало і тих, хто підтримував думку залишитися в цьому союзі».

Також часто застосовуються при побудові політичних гасел прикметники. Наприклад, у політичній кампанії Джо Байдена (США) застосовані наступні політичні гасла:

- *Our Best Days Still Lie Ahead / Наші найкращі дні ще попереду*
- *Build back better / Побудуйте краще*
- *Restore The Soul of The Nation / Відновити душу нації*

Командою Джо Байдена обрано емоційні прикметники, як-от «best» або «better» для гасел президентської кампанії, а також додано потужні слова, зокрема: «душа», яке безпосередньо звертається до настроїв виборців.

Ще одне помітне дієслово – «restore». «Відновити» має позитивне значення, якщо застосовувати його в належному контексті. У цьому випадку він включений у слова «soul» та «nation», ідеальне поєднання для створення концепції, яка апелює до патріотичних цінностей з найбільш духовної та глибокої версії, до душі. Цей заклик до концепції нації також використовував Джордж Буш у 1988 році в «A kinder, gentler nation».

Прикметники та дієслова застосовані і в політичних гаслах Дональда Трампа:

- *Make America Great Again / Зробіть Америку знову великою*
- *Keep America Great / Зберігайте Америку Великою*
- *Promises Made, Promises Kept / Обіцянки дані, обіцянки дотримані*

Д. Трамп продовжує гасло, започатковане в 2016 році: «Зробимо Америку знову великою», потужне гасло через прямі натяки на Америку. Цей ресурс уже використовувався в інших кампаніях і нагадує гасло

Рональда Рейгана в 1980 році «Зробимо Америку знову великою». Інші кандидати також робили ставку на цю ідею: «Вірте в Америку» (Мітт Ромні, 2012), «Нехай Америка знову буде Америкою» (Джон Керрі, 2004), «Америці потрібні зміни» (Волтер Мондейл, 1984).

Крім того, цікаво побачити, як він підтримує свою ідею, використовуючи слово з великим афективним зарядом, наприклад прикметник «великий». Відповідно до лексиконів емоційного аналізу, це слово має валентність збудження, що робить його ідеальним союзником для позитивної підтримки будь-якої ідеї (Kerrick, 2020: 309). Афективна валентність показує ступінь позитивності – негативності або приємне-неприємне слова, діапазон збудження (збудження) коливається від спокійного до збудженого, а домінування або контроль (домінування) показує варіацію від контрольованого до неконтрольованого.

Наприкінці 2016 року Дональд Трамп отримав захист торгової марки для свого гасла президентської кампанії «Make America Great Again». Ця реєстрація є одним із небагатьох, якщо не єдиним, політичних гасел, зареєстрованих як торгова марка в USPTO.

Функціонування мовних одиниць, їх співвідношення в політичному гаслі зумовлені необхідністю створення умов для привернення уваги та швидкого сприйняття звернень, а також спонукання до дії – вибору та голосування за кандидата. Специфічним для гасла є збільшена питома вага іменника та дієслова: функція називання, спонукання до дії пояснюють таку перевагу. На синтаксичному рівні політики віддають перевагу простим реченням, а також реченням, що складаються з одного слова. Особливості лексичного складу політичних гасел полягають у вживанні специфічних мовних одиниць, які мають стилістичне забарвлення для створення позитивного образу політика (Зелінська, 2021: 20).

Висновки до розділу 2

Отже, щоб бути ефективним, політичне гасло має певні характеристики: воно використовує просту і розмовну мову, речення переважно короткі, як правило, є наказовими чи питальними або навіть реченнями без присудка. Англomовні політичні гасла покладаються на конотативне значення та багатозначність слів, використовуються каламбури, загальновідомі фрази, ідіоми чи приказки.

Терміни та неологізми, змішані слова змушують політичне гасло швидко привертати увагу аудиторії. Як компоненти рекламного тексту, політичні гасла використовують фігури мови, такі як: гіпербола, метафора, повтор або алітерація.

ВИСНОВКИ

Отже, гасло – це письмовий текст ідеологічного чи соціально-політичного змісту, сформульований у вигляді короткого, найчастіше однофразового, імперативного та/або оцінного висловлювання, спрямований від колективного адресанта до колективного чи персоніфікованого адресата з метою зміни поведінки чи ціннісних установок даного адресата.

Політичне гасло як структурно-смісловий центр повідомлення – це особливий вид мікротексту, прагматично спрямований на провокацію, певні дії та заклик виборця обрати певного політичного кандидата чи політичну партію. Він функціонує як частина комунікативної взаємодії між адресантом і адресатом (суб'єктом політики та виборцем).

У свою чергу, політичні тексти визначаються як складний жанр вольового характеру інформаційного типу, а саме репрезентативний жанр, що поєднує апелятивно-емоційні функції, властивості (прагматично зацікавлене звернення до виборця), представницькі (подання певної інформації про політичну партію, кандидата) і валідності (достовірності). Здійснити очікувані дії – віддати голос, тощо.

Політичне гасло (слоган) – це спосіб реклами політичної партії чи кандидата. Вони стали важливою частиною сучасної рекламної стратегії.

Матеріалом цього дослідження послужили тексти передвиборних виступів сучасних британських та американських політиків, зокрема: політичні гасла виборчої кампанії Великобританії у 2019 році (Л. Трасс, Б. Джонсон), президентських виборів США (Б. Обама. Дж. Байден, Д. Трамп).

Встановлено, що специфіка англомовних політичних гасел виявляється як у їх відображенні, так і в плані змісту. Мовні особливості гасел політичної реклами можна спостерігати на графічно-фонетичному, граматичному, лексичному та синтаксичному рівнях.

Зв'язність політичного гасла пов'язана з цілісністю та призводить до його формально-структурного злиття, що в першу чергу виражається

паралельно з синтаксичними зв'язками, реалізованими за допомогою лексичних, граматичних і стилістичних засобів.

Виявлено, що структурні особливості політичного гасла залежать від його вживання у двох формах – усної та письмової. При застосуванні усної форми для політичного гасла важливими є експресія та фонетична зручність його сприйняття та повторного багаторазового відтворення, а також звучність та стислість висловлювання. У письмовій формі політичне гасло має відповідати іншим лінгвістичним нормам: легко читається, осмислюється, запам'ятовується.

РЕЗЮМЕ

У даній курсовій роботі на тему «Структурно-граматичні особливості сучасних англомовних політичних гасел», написаній Стеценко Вікторією Олександрівною під кураторством Мусієнко Юлії Анатоліївни, було розглянуто сучасні англомовні політичні гасла та їх структурно-граматичні особливості, у чому й полягала основна мета даної роботи.

Цієї мети було досягнуто шляхом вирішення низки завдань. Автором було проаналізовано політичні гасла як жанр політичної комунікації, надано їх класифікацію та визначено особливості функціонування політичних гасел. Також було охарактеризовано й досліджено структурні та граматичні особливості сучасних англомовних політичних гасел.

Об'єктом дослідження стали 27 політичних гасел британських та американських політиків.

У першому розділі було проаналізовано політичні гасла як жанр політичної комунікації, надано класифікацію та досліджено особливості функціонування політичних гасел.

У другому розділі авторка дослідила структурні та граматичні особливості сучасних англомовних політичних гасел.

Повний обсяг роботи – 29 сторінок. Для написання даної роботи було використано 18 літературних джерел та 6 джерел з ілюстративними матеріалами.

Ключові слова: політичні гасла, політичний дискурс, структурні особливості, граматичні особливості, функціонування

RESUME

In this term paper on the topic "Structural-grammatical features of modern English-language political slogans", written by Victoria Oleksandrivna Stetsenko under the supervision of Yulia Anatoliivna Musienko, modern English-language political slogans and their structural-grammatical features were considered, which was the main purpose of this work.

This goal was achieved by solving a number of tasks. The author analyzed political slogans as a genre of political communication, provided their classification and determined the peculiarities of the functioning of political slogans. The structural and grammatical features of modern English-language political slogans were also characterized and investigated.

The object of the study was 27 political slogans of British and American politicians.

In the first chapter, political slogans were analyzed as a genre of political communication, a classification was provided, and the peculiarities of the functioning of political slogans were investigated.

In the second chapter, the author investigated the structural and grammatical features of modern English-language political slogans.

The full volume of the work is 29 pages. 18 literary sources and 6 sources with illustrative materials were used to write this work.

Key words: political slogans, political discourse, structural features, grammatical features, functioning

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексієвець, О. (2012). Просодичні "інструменти влади" (на матеріалі англомовного політичного дискурсу). *Україна-Європа-Світ. Міжнародний збірник наукових праць.. Серія: Історія, міжнародні відносини.* 10, 364-368.
2. Билінська, О. (2016). Політичний слоган в аспекті лінгвістичної генології: типологічні особливості. *Записки з українського мовознавства.* 23, 189–195.
3. Билінська, О. (2016). Експериментальні методи дослідження агітаційних політичних слоганів. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер. : Філологічні науки (мовознавство).* 6, 16-19.
4. Зелінська, О. (2021). Гасла політичної реклами як один з інгредієнтів української мовної дійсності. *Закарпатські філологічні студії.* 15, 19-23.
5. Ковалевська, А. (2014). Метамоделі лінгвістичної сугестивності політичних рекламних слоганів. *Одеський лінгвістичний вісник.* 3, 99-109.
6. Ковалевська, А. (2014). Структурна класифікація слоганів політичної реклами. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філологічна.* 44, 124-126.
7. Ковалевська, А. (2020). Реалізація сугестивності в слоганах політичної реклами: основні стратегії. *Львівський філологічний часопис.* 8, 97-102.
8. Курбатова, Т. В., Ліхошерст, О. Г. (2021). Понятійний складник концепту політика в структурі сучасної англійськомовної картини світу. *Нова філологія.* 83, 145-150.
9. Набока, О. М. (2021). Феномен політичної метафори в англомовних текстах політичного дискурсу. *Львівський філологічний часопис.* 9, 148-153.

- 10.Щепка, О. (2019). Особливості мовної організації слогана української політичної реклами. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 30 (69) № 3. Ч. 1, 74–78.
- 11.Bors, C. (2019). The Importance of Image when Developing a Powerful Political Brand. *Postmodern Openings*, 10(3), 72-85. <https://doi.org/10.18662/po/82>
- 12.Colberg, A. T. (2012). Trademarks and political speech. *U.P.R. Business Law Journal*, 3(2), 296–315.
- 13.Frances, M. (2014). “IS There Such a Thing as a Trade Mark for Slogan?” *Master in Intellectual Property. Magister Lvctivus*.
- 14.Kerrick, K. (2020). *Trade mark America Great Again: Should Political Slogans Be Able to Receive Trademark Protection?*, 18 *U.N.H. L. Rev.* 309.
- 15.Peters, J. (2005). National Parliaments and Subsidiarity: Think Twice. *European Constitutional Law Review*. Vol. 1. Issue 1. P. 68-72.
- 16.Saltovska, N., & Saltovska, D. (2022). National Political Slogans against the Period of Full-Scale Aggression in 2022. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Literary Studies. Linguistics. Folklore Studies*, (2(32), 68-71. <https://doi.org/10.17721/1728-2659.2022.32.13>.
- 17.Tkach, B., Lytvynchuk, L., Popovych, I., Blynova, O., Zahrai, L. ., & Piletska, L. (2021). Research on the Experience of Users of Political Slogans in Ukraine. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 12(1), 104-117. <https://doi.org/10.18662/brain/12.1/173>
- 18.Xin, J. (2014). A Rhetoric-Based Analysis of Chinese Public Slogans. *Studies in Literature and Language*. Vol. 9, No. 3, 2014, pp. 146-150

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Green Party, Fighting for Climate Action. If not now, when? Green Party of England and Wales. Retrieved from <https://vote.greenparty.org.uk/>
2. General election 2019: Brexit Party pledges 'political revolution'. BBC News. 22 November 2019. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/election-2019-50511014>
3. Launch of the Labour Party Manifesto 2019 - "It's Time For Real Change". The Labour Party. 21 November 2020.
4. Perrigo, Billy (13 December 2019). "'Get Brexit Done. The Slogan That Won Britain's Election". Retrieved from <https://time.com/5749478/get-brexit-done-slogan-uk-election/>
5. Stop Brexit. Build a brighter future". Liberal Democrats. 31 October 2020.
6. Slogans of the Presidential campaign 2020. Retrieved from <https://emotionalseo.com/%F0%9F%87%BA%F0%9F%87%B8-presidential-campaigns-slogans/>

ДОДАТОК 1

**Досліджені англомовні політичні гасла британських та
американських політиків**

Структурні особливості англомовних політичних гасел	
1. Застосування односкладних речень	<p><i>Conservative Get Brexit Done / Консерватори завершують Brexit.</i></p> <p><i>Unleash Britain's Potential / Розкрийте потенціал Великобританії.</i></p> <p><i>Britain Deserves Better / Британія заслуговує на краще.</i></p> <p><i>Liberal Democrats Stop Brexit / Ліберал-демократи зупиняють Brexit.</i></p> <p><i>Build a Brighter Future / Побудуйте світле майбутнє.</i></p> <p><i>The Brexit Party Change Politics for Good / Партія Brexit змінює політику назавжди</i></p>
2. Застосування парсуазивності та інверсії	<p><i>Green Party of England and Wales Leading the Fight for Climate Action, a People's Vote, a Fair Society for All / Партія зелених Англії та Уельсу веде боротьбу за кліматичні дії, народне голосування, справедливе суспільство для всіх.</i></p> <p><i>Change we can believe in" / Зміни, в які ми можемо вірити</i></p>
3. Застосування інвертованого порядку слів та риторичних питань	<p><i>Are you thinking what we're thinking? / Ви думаєте про те, що думаємо ми?</i></p>
4. Концептуальні метафори	<p><i>Life is a journey / Життя – це подорож</i></p> <p><i>America is a man / Америка – це людина</i></p> <p><i>Unity is the way / Єдність – це шлях</i></p> <p><i>Build back better / Побудуйте краще</i></p>
5. Застосування антитези	<p><i>"Barack Obama: no who you think he is"</i></p>

Граматичні особливості англомовних політичних гасел	
1. Застосування іменників (термінів)	<p><i>"Power to the people"</i></p> <p><i>Less taxes, more private initiative / Менше податків, більше приватної ініціативи.</i></p> <p><i>Less taxes, more private initiative / Менше податків, більше приватної ініціативи.</i></p> <p><i>Conservative Get Brexit Done / Консерватори завершують Brexit.</i></p> <p><i>Liberal Democrats Stop Brexit / Ліберал-демократи зупиняють Brexit</i></p> <p><i>The Brexit Party Change Politics for Good / Партія Brexit змінює політику назавжди</i></p> <p><i>UK Independence Party Time To Get On With Brexit! / Партія незалежності Великобританії. Час продовжувати Brexit!</i></p>
2. Застосування прикметників	<p><i>Our Best Days Still Lie Ahead / Наші найкращі дні ще попереду</i></p> <p><i>Build back better / Побудуйте краще</i></p> <p><i>Restore The Soul of The Nation / Відновити душу нації</i></p>
3. Застосування дієслів	<p><i>Make America Great Again / Зробіть Америку знову великою</i></p> <p><i>Keep America Great / Зберігайте Америку Великою</i></p> <p><i>Promises Made, Promises Kept / Обіцянки дані, обіцянки дотримані</i></p>