

УДК 811.111'276.6:330]:327(73)

**Ю. В. Заблоцький**

**СИНОНІМІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ  
В АМЕРИКАНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ  
(НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ КАНДИДАТІВ У ПРЕЗИДЕНТИ США  
Х. КЛІНТОН ТА Д. ТРАМПА)**

*У статті досліджено використання англійських економічних термінів-синонімів у межах політичного дискурсу, представленого передвиборчими промовами кандидатів на пост президента США 2016 року. Проведений аналіз демонструє, що економічна синонімія є подібною до загальномовної синонімії й здебільшого виконує ту саму комунікативну функцію. Проте, в окремих випадках використання економічних термінів-синонімів обумовлено системними особливостями політичного дискурсу та комунікативними намірами мовця.*

**Ключові слова:** термін, термінологія, синонім, політичний дискурс, комунікативна ситуація.

DOI 10.34079/2226-3055-2020-13-22-157-164

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Питання термінологічної синонімії піднімається в лінгвістичних дослідженнях з моменту зародження термінознавства як галузі науки. Науковці, які стояли біля джерел галузі намагалися відгородити терміни від слів загального вжитку. Термінологію вони вважали самостійною частиною лексики в складі літературної мови, яка розвивається за своїми власними правилами, обслуговує окрему професійну галузь [11, с. 141]. Саме відсутність багатозначності вважалася однією з основних ознак, яка має обов'язково бути притаманною термінам і яка, власне, відрізняє його від звичайного слова [7, с. 56].

Проте реальна ситуація демонструвала, що вберегти спеціалізовані термінологічні системи відповідних наук від впливу живих процесів притаманних природним мовам не вдалося. Все частіше науковці були змушені констатувати факт, що синонімія тою чи іншою мірою є притаманною термінології різних наук і є закономірним явищем в терміносистемі, поняттєва галузь якої розвивається [12, с. 64].

**Актуальність теми** визначається кількома факторами. З одного боку, це вже давно наявні суперечливі погляди стосовно допустимості синонімічних процесів у межах термінології взагалі. З іншого, – питання можливого рівня допустимості синонімічної варіації в термінологічних системах різних наук, зокрема точних та суспільствознавчих. Явище синонімії економічної термінології розглядалося в наукових колах [3; 9], проте аналіз проводився в межах економічного дискурсу, тобто в безпосередньому середовищі функціонування економічних термінів (словники, довідники, спеціалізована економічна література). Вивчення використання синонімії в комунікативній ситуації передвиборчої боротьби з метою досягнення відповідного результату через актуалізацію прагматичного потенціалу термінів галузі економіки потребує подальшого дослідження. Ми вважаємо, що випадки використання економічних термінів-синонімів у текстах промов американських політиків викликана в першу чергу не системно-мовними, а контекстно-інтенційними факторами,

а економічні терміни виконують не стільки свою безпосередню функцію, скільки слугують засобом переконання, маніпулювання та впливу на свідомість виборця.

**Метою статті** є дослідження використання економічних термінів-синонімів американськими політиками з метою простежити причини та наміри використання таких одиниць крізь призму прагматичного аналізу теорії політичного дискурсу. Матеріалом дослідження слугували передвиборчі промови кандидатів на посаду президента США у 2016 році Х. Клінтон та Д. Трампа.

**Результати та дискусії.** Швидкість наповнення відповідної спеціалізованої термінологічної системи безпосередньо залежить від темпів розвитку галузі знань, яку вона обслуговує. Галузь економіки завжди була однією з визначальних в соціальних відносинах, а серйозні суспільні виклики, притаманні початку нового тисячоліття, та розвиток цифрових технологій перетворили її у сферу з найбільшими темпами розвитку та інструмент політичного впливу. Саме тому, аналітики виборчих процесів відзначають, що поряд з суто політичними факторами, традиційно пов'язаними з двопартійною політичною системою, у питаннях підтримки того чи іншого політика громадянами США важливу роль почала відігравати економічна ситуація в країні на момент виборів [15]. Так само добре це розуміли й потужні аналітичні штаби обох політичних таборів під час виборів у кандидата на пост президента США у 2016 році. У результаті, кандидати активно використовували економічну тематику у своїх передвиборчих промовах, апелюючи до свідомості громадян, підкреслюючи свою фаховість та критикуючи свого опонента.

Аналіз економічної термінології в межах американського політичного дискурсу підтверджує наявність великої кількості синонімів. В промовах обох кандидатів зустрічаємо такі економічні терміни-синоніми: *competition* (a situation in which people or organizations compete with each other for sth that not everyone can have) – *rivalry* (a state in which two people, companies, etc. are competing for the same thing); *unemployment* (the state of not having a job) – *joblessness* (state of being unemployed; without a job); *expenses* (money that a business spends on supplies, workers, services, etc. in order to operate) – *spendings* (the amount of money that is spent by a person, a government or an organization) – *expenditure* (an amount of money that sb/sth spends during a particular period of time) [14]. Як можемо бачити з визначень цих термінів їхні значення є тотожними або дуже близькими. Не відрізняється семантика цих термінів і в комунікативних контекстах, в яких вони вживаються:

*The Democrats, like Hillary Clinton, have run the inner cities for 50 years, six years, seventy years or more. They've produced only more joblessness, failing schools, and rising crime* [24].

*Her policies will force millions of African-American and Hispanic children to remain stuck in failed government schools, leading to higher unemployment and more poverty* [26].

Ілюстровані приклади демонструють, що такі синоніми є взаємозамінними, тому мають назву абсолютні синоніми або дублети [6, с. 105], відповідно їхня функція в повідомленнях зводиться суто до адекватного мовного наповнення. Спостерігаючи ці приклади, слушною видається думка Л. Б. Ткачової про те, що на відміну від загальнономовної синонімії, суть якої полягає у близькості значень, термінологічна синонімія базується на абсолютній семантичній взаємозамінності, тобто ці терміни тотожні та взаємозамінні не залежно від контексту [13, с. 123].

Явище абсолютної синонімії в системі економічної термінології притаманне не лише простим чи складним термінам, а й у повній мірі проявляється на рівні термінологічних словосполучень: *economic plan* (a set of things to do in order to achieve

*sth.*) – **economic agenda** (*the things that sb thinks are important and wants to achieve; a plan of action*); **economic upswing** (*economic situation in which sth improves or increases over a period of time*) – **economic growth** (*an increase in economic activity*) [14]:

*And I think he deserves a lot of credit for restabilizing our situation and getting us back on the **economic upswing** [17]; We need to get the engine of **economic growth** going, because we believe that we should have economy that works for everyone [19].*

Численні випадки використання тотожних економічних термінів-синонімів у промовах американських політиків можуть слугувати підтвердженням думки про те, що переважна більшість синонімів в термінології є абсолютними [8, с. 86], що суспільствознавчим галузям таким як економіка явище синонімії притаманне значно в більшому обсязі [2, с. 7]. Зрештою, оскільки ніякої особливої функції така синонімія не виконує, у наукових сферах це явище носить радше надлишковий і негативний характер [4, с. 159].

Розглядаючи процес синонімії в термінології, Б. Н. Головін та Р. Ю. Кобрін, вказують, що синоніми, які виражають одне і те саме поняття предметно-поняттєвого поля, можуть відрізнятися відтінками значень чи стилістичним забарвленням та можуть замінити один одного в контексті [1, с. 53]. Часто в промовах обох кандидатів зустрічаються близькі, проте не тотожні терміни, наприклад: **downturn** (*a time when an economy, industry, etc. is weaker than normal*) – **recession** (*a difficult period in the economy of a country or group of countries, when there is less trade and industrial activity than usual and more people are unemployed*) – **depression** (*a long period when there is little economic activity, many businesses fail and many people are poor or without jobs*) [14].

Усі вищенаведені приклади використовуються на позначення економічного спаду, проте, як видно з визначень, кожне явище має певні характерні особливості. Д. Трамп в одній із промов, підкреслюючи свої ділові та вольові якості, описує ситуацію з ринком нерухомості на початку 1990-х років, коли багато підприємств збанкрутувало, а його бізнес зміг побороти ту кризу:

*The reason I never felt endangered during the real estate **downturn**, was that I knew myself, I knew my business, I knew the financial system, I knew the tax code and, most importantly, I knew how to fight [25].*

Продовжуючи цю тематику далі, через кілька хвилин у цій же промові він називає цю ситуацію **depression**:

*That did not happen by chance or luck, it happened by action, and talent. I was able to use the tax laws of this country, and my business acumen, to dig out of this real estate **depression** when few others did [25].*

Навряд чи виборці вдавалися до глибокого аналізу понять, які називає у своїй промові Д. Трамп. Ймовірність, що сам досвідчений бізнесмен та політик помилився теж невелика. Скоріш за все, семантичне наповнення для політика не відіграє важливої ролі. Основна функція цих повідомлень – створити у свідомості слухачів імідж успішного управлінця, змалювавши разом з тим складність ситуації, яку поборов кандидат, а тонкості визначень цих економічних понять відходять на задній план.

Схожу ситуацію можемо спостерігати й в промовах кандидати від Демократичної партії. Розповідаючи про успішні дії іншого президента-демократа в період складної економічної ситуації в одній з промов вона використовує термін **recession**:

*I have been incredibly impressed over the last several years at how hard the American people have worked to pull ourselves out of the Great **Recession** [16].*

У своїй іншій промові, цю саму ситуацію вона називає **depression**:

*Eight years later, President Obama and the American people's hard work pulled us back from the brink of **depression** [20].*

Знову ж таки, аналіз показує, що семантична наповненість цих термінів не така важлива, скоріше вони слугують фоном для інших намірів кандидатики.

В окремих випадках використання економічної термінології у передвиборчих промовах можемо спостерігати не лише формальну семантичну відмінність термінів, а свідоме використання їхнього синонімічного потенціалу, що підтверджує думку Е. А. Коновалової про те, що терміни, зокрема сфери економіки можуть мати певний рівень оцінних, емоційно-експресивних змістових відмінностей [5, с. 14]. Наступний синонімічний ряд відрізняється не лише на рівні визначень, а й на рівні емоційно-асоціативних зв'язків: **tax cuts** (*reductions in the burden of taxation, either generally or in relation to a particular tax* – **tax reductions** (*activity aimed at certain personal expenses paid by the taxpayer which the law maker wishes to support*) – **tax break** (*savings on a taxpayer's liability, also used to refer to favorable tax treatment of any class of* – **tax holiday** (*government incentive program that offers a tax reduction or elimination to businesses* – **tax relief** (*any program or incentive that reduces the amount of tax owed by an individual or business entity*) [22]. Якщо перші два терміни не відрізняються своїми значеннями та можуть замінити один одного, то наступні три одиниці містять у своїй структурі метафоричні елементи й можуть додавати певних додаткових оцінних забарвлень у комунікативній ситуації.

Традиційно, протилежні політичні табори завжди мали різне бачення щодо податкової політики. Соціально-орієнтована Демократична партія виступає за підвищення податків для бізнесу, особливо великого, тоді як республіканці підтримують ідею зниження податків, як інструмент використання зекономлених коштів для подальшого розвитку бізнесу. Описуючи ситуацію з компаніями, які виводять своє виробництво за кордон, Х. Клінтон зазначає, що її команда змусить такі компанії повернути податкові пільги, які вони отримали в країні:

*We're going to put in place a new exit tax. If companies try to leave our country to avoid paying their fair share, if they try to outsource jobs, they're going to have to give back every **tax break** they ever received in our country [18].*

Не відступає від традиційного бачення і Д. Трамп, проте підтримуючи ідею зниження податків для бізнесу, що очевидно навряд чи може сподобатися для більшості американських виборців, він говорить про «податкові канікули» тобто про певне тимчасове зниження податків:

*I will also propose **tax holidays** for inner-city investment, and new tax incentives to get foreign companies to relocate in blighted American neighborhoods [23].*

Крім того, поняття «канікули» завжди асоціюється у свідомості з чимось приємним. Використання такого елементу поруч з терміном допомагає створити словосполучення з розмитим значенням, які досить важко чітко декодувати, а тому у свідомості реципієнта залишається емоційний фон від сприйняття інформації з відповідним контекстом. Розмитість і абстрактність значення тих чи інших одиниць може застосовуватися в політичному дискурсі з метою маніпуляції свідомістю виборців [10, с. 258].

Схожу ситуацію можемо спостерігати з використанням терміну **tax relief**. Про податкове «полегшення» часто говорить Д. Трамп:

*We are going to give major **tax relief** to every worker and small business in this country [27].*

Спостерігаємо вживання цієї одиниці й у промовах Х. Клінтон:

*We will unleash a new generation of entrepreneurs and small business owners by providing tax relief, cutting red tape, and making it easier to get a small business loan. Clinton [21].*

Обидва кандидати активно використовували цей термін у своїх промовах. Хоча одиниця має чітко зафіксоване визначення, аналіз контексту її використання показує, що часто політики уникають конкретизації. Зрештою, слово *relief* теж має позитивні асоціації, а розмитість отриманого терміну дозволяє використовувати його в рамках економічної стратегії обох кандидатів, додаючи позитивного оцінного забарвлення своїм повідомленням.

**Висновки.** Незважаючи на особисті заслуги політичних лідерів та історичні досягнення їхніх партій, кінцевий успіх передвиборчих баталій залежав від здатності ефективно донести до свідомості виборця правильність свого бачення розвитку країни, і тут одну з ключових ролей відіграла здатність їхніх команд відпрацювати й правильно прокомунікувати відповідний меседж. Ефективність такого повідомлення великою мірою залежить від його лексичного наповнення. Виступаючи перед великою кількістю людей з різним соціальним становищем, різним рівнем освіченості, різних національностей, політичних та релігійних поглядів, політики були змушені наповнити свої промови простими і зрозумілими словами, які здатні викликати у свідомості виборця підтримку, співчуття, довіру. Політичні технологи вже давно з'ясували, що переконати вже сформовану відповідним соціальним досвідом особистість за допомогою раціональних аргументів вдається не завжди, тому тексти політичних промов намагаються зачепити глибший рівень сприйняття: очікування, сподівання, мрії. В матеріальному плані це виражається у використанні лексичних одиниць, які здатні актуалізувати у свідомості відповідні позитивні емоції, судження, цінності. Тому, політичний дискурс є завжди прагматично спрямованим, відповідно, мовне наповнення завжди передбачає досягнення певних політичних дивідендів, а тематичне і, відповідно, лексичне конструювання текстів промов, завжди коригується відповідно до ситуації в країні та відповідних очікувань громадян. Звичайно, що у більшості випадків використання економічних термінів у промовах політиків диктується потребою інформувати виборців про свою економічну стратегію. Проте, очевидно, що нечіткість семантичного значення окремих термінів та здатність надавати явищам додаткових оцінних відтінків основного значення активно використовувалася політиками обох таборів.

**Перспективи подальших досліджень.** Дослідження використання синонімічного потенціалу економічної термінології в межах американського політичного дискурсу є перспективне у плані виявлення намірів політиків з метою маніпуляції свідомістю виборців. Передумовою цьому слугують непроста передвиборча президентська кампанія 2020 року та непересічні особистості основних кандидатів. Крім того, надзвичайно складна економічна ситуація з небаченими раніше в США показниками безробіття, яка склалася внаслідок розповсюдження COVID-19, вимагатиме від технологів політичних таборів суттєвих зусиль у процесі планування та розробки мовленнєвих стратегій своїх кандидатів. Очевидно, що у ситуації, що склалася, ефективність донесення до виборця правильного бачення щодо виходу зі складної економічної ситуації може суттєво вплинути на загальний успіх у передвиборчих перегонах.

### Список використаної літератури

1. Головин Б. Н. Лингвистические основы учения о терминах / Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин. – Москва : Высшая школа, 1987. – 103 с. ; Golovin B. N. Lingvisticheskie osnovy ucheniya o terminakh / B. N. Golovin, R. Yu. Kobrin. – Moskva : Vysshaya shkola, 1987. – 103 s.
2. Заніздра Н. О. Явище синонімії в українській термінології / Н. О. Заніздра // Вісник Кременчуцького державного політехнічного університету імені Михайла Остроградського. – 2008. – Вип. 2 (49), Ч. 2. – С. 7–10 ; Zanizdra N. O. Yavysheche sinonimii v ukrainskii terminolohii / N. O. Zanizdra // Visnyk Kremenchutskoho derzhavnoho politekhnichnoho universytetu imeni Mykhaila Ostrohradskoho. – 2008. – Vyp. 2 (49), Ch. 2. – S. 7–10.
3. Кемінь У. В. Синонімія як явище в сучасній економічній термінології / У. В. Кемінь, Л. М. Сивак // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія. – 2015. – Вип. 14. – С. 98–100 ; Kemin U. V. Synonimiiia yak yavysheche v suchasni ekonomichni terminolohii / U. V. Kemin, L. M. Syvak // Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriiia : Filolohiia. – 2015. – Vyp. 14. – S. 98–100.
4. Коваль А. П. Синоніміка в термінології / А. П. Коваль // Дослідження з лексикології й лексикографії : міжвід. зб. / редкол. Л. С. Паламарчук. – Київ : Наук. думка, 1965. – С. 157–169 ; Koval A. P. Synonimika v terminolohii / A. P. Koval // Doslidzhennia z leksykolohii y leksykohrafii : mizhvid. zb. / redkol. L. S. Palamarchuk. – Kyiv : Nauk. dumka, 1965. – S. 157–169.
5. Коновалова Е. А. Деривационный потенциал и парадигматические отношения современной русской экономической терминологии : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 / Елена Анатольевна Коновалова ; Симферопольский гос. ун-т. – Москва, 1998. – 17 с. ; Konovalova Ye. A. Derivatsionnyu potentsial i paradigmaticheskie otnosheniya sovremennoy russkoy ekonomicheskoy terminologii : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk : spets. 10.02.01 / Yelena Anatolevna Konovalova ; Simferopolskiy gos. un-t. – Moskva, 1998. – 17 s.
6. Лейчик В. М. Термины-синонимы, дублеты, эквиваленты, варианты / В. М. Лейчик // Актуальные проблемы лексикологии и словообразования / отв. ред. К. А. Тимофеев. – Новосибирск : Изд-во Новосибирского ун-та, 1973. – Вып. 2. – С. 103–107 ; Leychik V. M. Terminy-sinonimy, dublety, ekvivalenty, varyanty / V. M. Leychik // Aktualnye problemy leksikologii i slovoobrazovaniya / otv. red. K. A. Timofeev. – Novosibirsk : Izd-vo Novosibirskogo un-ta, 1973. – Vyp. 2. – S. 103–107.
7. Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии : вопросы теории и методики / Д. С. Лотте. – Москва : Изд-во АН СССР, 1961. – 158 с. ; Lotte D. S. Osnovy postroeniya nauchno-tekhnicheskoy terminologii : voprosy teorii i metodiki / D. S. Lotte. – Moskva : Izd-vo AN SSSR, 1961. – 158 s.
8. Панько Т. І. Українське термінознавство / Т. І. Панько, І. М. Кочан, Г. П. Мацюк. – Львів, 1994. – 216 с. ; Panko T. I. Ukrainske terminoznavstvo / T. I. Panko, I. M. Kochan, H. P. Matsiuk. – Lviv, 1994. – 216 s.
9. Розводовська О. В. Явище синонімії в термінології бізнесу / О. В. Розводовська // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». – 2011. – Вип. 20. – С. 259–267 ; Rozvodovska O. V. Yavysheche sinonimii v terminolohii biznesu / O. V. Rozvodovska // Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Seriiia «Filolohichna». – 2011. – Vyp. 20. – S. 259–267.
10. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище : методологія, архітектоніка, варіативність [На матеріалах сучасної газетної публіцистики] / К. С. Серажим ; за ред.

В. Різуна ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ, 2002. – 392 с. ; Serazhym K. S. Dyskurs yak sotsiolinhvalne yavushche : metodolohiia, arkhitektonika, variatyvnist [Na materialakh suchasnoi hazetnoi publitsystyky] / K. S. Serazhym ; za red. V. Rizuna ; Kyiv. nats. un-t im. Tarasa Shevchenka. – Kyiv, 2002. – 392 s.

11. Суперанская А. В. Общая терминология : Вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – 2-е изд., стереотип. – Москва : УРСС, 2003. – 243 с. ; Superanskaya A. V. Obshchaya terminologiya : Voprosy teorii / A. V. Superanskaya, N. V. Podolskaya, N. V. Vasileva. – 2-е изд., стереотип. – Moskva : URSS, 2003. – 243 s.

12. Татаринов В. А. Теория терминоведения : в 3-х т. / В. А. Татаринов. – Москва : Московский лицей, 1996. – Т. 1 : Теория термина : история и современное состояние. – 311 с. ; Tatarinov V. A. Teoriya terminovedeniya : v 3-kh t. / V. A. Tatarinov. – Moskva : Moskovskiy litsey, 1996. – Т. 1 : Teoriya termina : istoriya i sovremennoe sostoyanie. – 311 s.

13. Ткачева Л. Б. Основные закономерности английской терминологии / Л. Б. Ткачева. – Томск ; Омск : Изд-во Том. ун-та, 1987. – 198 с. ; Tkacheva L. B. Osnovnye zakonomernosti angliyskoy terminologii / L. B. Tkacheva. – Tomsk ; Omsk : Izd-vo Tom. un-ta, 1987. – 198 s.

14. Business English Dictionary. – Letterpart, U.K. : Pearson Education Limited, 2007. – 595 p.

15. Campbell J. E. Evaluating U.S. Presidential Election Forecasts and Forecasting Equations / J. E. Campbell // International Journal of Forecasting. – 2008. – Vol. 24, Issue 2. – P. 259–271.

16. Clinton H. Remarks at a Campaign Event in Mason City, Iowa [Electronic resource] / H. Clinton // The American Presidency Project. – 2015. – May 18. – Mode of access : <https://www.presidency.ucsb.edu/node/312778>

17. Clinton H. Remarks at a Roundtable with Young Nevada Residents in Las Vegas, Nevada [Electronic resource] / H. Clinton // The American Presidency Project. – 2015. – May 05. – Mode of access : <https://www.presidency.ucsb.edu/node/310196>

18. Clinton H. Remarks at Martin Luther King, Jr., Plaza in Toledo, Ohio [Electronic resource] / H. Clinton // The American Presidency Project. – 2016. – October 03. – Mode of access : <https://www.presidency.ucsb.edu/node/319578>

19. Clinton H. Remarks at Pitt Community College in Winterville, North Carolina [Electronic resource] / H. Clinton // The American Presidency Project. – 2016. – November 03. – Mode of access : <https://www.presidency.ucsb.edu/node/319838>

20. Clinton H. Remarks at the New School for Social Research in New York City [Electronic resource] / H. Clinton // The American Presidency Project. – 2015. – July 13. – Mode of access : <https://www.presidency.ucsb.edu/node/312771>

21. Clinton H. Remarks in a Campaign «Kickoff» Speech in New York City [Electronic resource] / H. Clinton // The American Presidency Project. – 2015. June 13. – Mode of access : <https://www.presidency.ucsb.edu/node/310187>

22. Investopedia [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.investopedia.com>

23. Trump D. Remarks at McGlohon Theatre at Spirit Square in Charlotte, North Carolina [Electronic resource] / D. Trump // The American Presidency Project. – 2016. – October 26. – Mode of access : <https://www.presidency.ucsb.edu/node/319630>

24. Trump D. Remarks at Prescott Valley Event Center in Prescott Valley, Arizona [Electronic resource] / D. Trump // The American Presidency Project. – 2016. – October 04. – Mode of access : <https://www.presidency.ucsb.edu/node/319604>

25. Trump D. Remarks at the Pueblo Convention Center in Pueblo, Colorado [Electronic resource] / D. Trump // The American Presidency Project. – 2016. – October 03. – Mode of access : <https://www.presidency.ucsb.edu/node/319602>

26. Trump D. Remarks to the 11<sup>th</sup> Annual Values Voter Summit in Washington, DC Omni Shoreham Hotel, Washington, D.C. [Electronic resource] / D. Trump // The American Presidency Project. – 2016. – September 09. – Mode of access : <https://www.presidency.ucsb.edu/node/319637>

27. Trump D. Remarks to the American Legion in Cincinnati, Ohio [Electronic resource] / D. Trump // The American Presidency Project. – 2016. – September 01. – Mode of access : <https://www.presidency.ucsb.edu/node/319640>

Стаття надійшла до редакції 30.04.2020.

**Yu. Zablotskyi**

**SYNONYMY OF ECONOMIC TERMS IN AMERICAN POLITICAL DISCOURSE  
(BASED ON PRESIDENTIAL ELECTION SPEECHES  
OF H. CLINTON AND D. TRUMP)**

*The paper is devoted to the issue of synonymy in English economical terminology used within American political discourse. The research has been conducted on the basis of presidential election speeches of H. Clinton and D. Trump in 2016.*

*Although, the notion of synonymy is not desirable in professional communication, real communicative situations prove its inevitability. Despite the fact that these units bear some specific status in linguistic sphere, they still derive from the natural language stratum and, thus, share the same features and follow the same language rules. That is why the synonymy is present in the sphere of terminological system. However, it should also be noted that the level of synonymy varies depending on the knowledge sphere this terminology serves. Thus, the domain of social science is more inclined to terminological synonymy than the sphere of exact science.*

*The conducted analysis has shown that the use of economical terminology in presidential election speeches performs basic communicative role – informing voters about candidates' economic agenda. The observed in these cases synonyms have demonstrated the absolute level of interchangeability. Their semantic meanings do not change or change slightly having no effect on the referred item and, subsequently, on the delivered message.*

*Some of the registered synonyms of economic terms denote quite different notions in the realm of economics but have been used with no significant difference in transmitted messages within the same context. Such usage of synonyms shows that as far as these economic terms play pure communicative role, the addresser cares little about the shades in meanings. Those terms are mostly used as a background for other candidates' intentions like proving its competence in sphere of economics.*

*However, in some cases the difference in variants of terms' meaning has been deliberately used by both politicians to achieve their political objectives. This effect has been achieved through metaphorization of denoting elements of some terms leading to unclear and vague term meaning, therefore providing the denoted item with some level of assessment and positive or negative connotation. Such features of economic terminology has been caused by the pragmatic nature of political discourse itself, where every element serves the overall purpose – to gain political dividends through manipulation of addressee's mind.*

**Key words:** term, terminology, synonym, political discourse, communicative situation.