

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра англійської і німецької філології та перекладу
імені професора І.В. Корунця

Кваліфікаційна робота магістра з перекладознавства
на тему: «Когнітивно-комунікативні характеристики американського
електорального дискурсу та засоби їх передачі українською мовою»

Студентки групи МПа 52-19
факультету перекладознавства
освітньо-професійної програми
Перекладознавство: професійно-
орієнтований переклад (англійська мова і
друга іноземна мова)
за спеціальністю 035 Філологія
Сіренко Богдани Вікторівни

Допущена до захисту
« ____ » _____ 2020 року

Завідувач кафедри англійської і німецької
філології та перекладу імені професора
І. В. Корунця

_____ проф. Ніконова В.Г.
(підпис) (ПІБ)

Науковий керівник:
доктор філологічних наук,
професор Ніконова В.Г.

Національна шкала _____
Кількість балів: _____
Оцінка:ЄКТС _____

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY

Korunets Department of English and German Philology and Translation

Master Degree Thesis in Translation Studies

under the title: “The cognitive-communicative features of American electoral discourse and ways of their rendering in Ukrainian”

Group MPa 52-19
School of translation studies
Educational Programme Translation
Studies: Specialized Translation (English
and Second Foreign Language)
Majoring 035 Philology
Bohdana V. Sirenko

Research supervisor:
V.G. Nikonova
Doctor of Philology,
Full Professor

Kyiv – 2020

Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра англійської і німецької філології та перекладу
імені професора І. В. Корунця

Затверджую:

Завідувач кафедри англійської і німецької філології
та перекладу імені професора І.В. Корунця
_____ (підпис)

д.ф.н., проф. Ніконова В.Г.
“10” вересня 2019 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу магістра з перекладознавства

студента(ки) _____ курсу _____ групи факультету перекладознавства КНЛУ

(ПІБ студента)

спеціальності 035 Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), перша – англійська, **освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)**

Тема роботи _____

Науковий керівник _____

Дата видачі завдання _____ “10” вересня 2019 р.

Графік виконання кваліфікаційної роботи магістра з перекладознавства

№ п/п	Найменування частин і план кваліфікаційної роботи	Графік виконання	Підписи студента і керівника
1.	Аналіз наукових першоджерел і складання бібліографії	Жовтень 2019 р.	
2.	Написання теоретичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 1)	Листопад 2019 р.	
3.	Добір мовного матеріалу тексту і складання Додатку (100 англійськомовних речень та їх переклад)	Грудень 2019 р.	
4.	Аналіз мовного матеріалу тексту, який досліджується, і написання аналітичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 2)	Березень 2020 р.	
5.	Проведення перекладацького аналізу досліджуваного мовного явища і написання практичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 3)	Травень 2020 р.	
6.	Написання вступу і висновків дослідження, подання завершеної кваліфікаційної роботи науковому керівнику для попереднього перегляду	Вересень 2020 р.	
7.	Попередній захист кваліфікаційної роботи і подання завершеної кваліфікаційної роботи на кафедру	07 жовтня 2020 р.	
8.	Оформлення документації (відгуки) і підготовка презентації до захисту кваліфікаційної роботи	Жовтень 2020 р.	
9.	Захист кваліфікаційної роботи магістра з перекладознавства	Грудень 2020 р.	

Науковий керівник _____ (підпис)

Студент _____ (підпис)

**ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА З ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА**

студента(ки) _____ курсу групи _____ факультету перекладознавства спеціальності 035 Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), , перша – англійська, освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

(ПІБ студента)

за темою _____

Відповідність кваліфікаційної роботи нормативним вимогам (необхідне позначити √ або +)		
1.	Наявність основних структурних компонентів	_____ усі компоненти присутні , _____ один компонент відсутній _____ декілька компонентів відсутні
2.	Відповідність оформлення, посилань і списку використаних джерел нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ незначні помилки в оформленні _____ оформлення неправильне
3.	Відповідність побудови вступу нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
4.	Відповідність огляду наукової літератури нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
5.	Відповідність аналітичної частини дослідження заявленій меті та завданням	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
6.	Відповідність практичної частини дослідження нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
7.	Відповідність висновків результатам теоретичної та практичної складових дослідження	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам

Особиста думка керівника _____

Кваліфікаційна робота _____ може бути (не може бути)

(ПІБ студента)

рекомендована до захисту

(підпис керівника)

(_____)
(ПІБ керівника)

” ___ ” _____ 2020 рок

РЕЦЕНЗІЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА З ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

студента(ки) _____ курсу групи _____ факультету перекладознавства спеціальності 035 Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), перша – англійська, освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

(ПІБ студента)

за темою _____

	Критерії	Оцінка в балах
1.	Наявність основних компонентів структури роботи — загалом 10 балів (усі компоненти присутні – 10 , один компонент відсутній – 5 , декілька компонентів відсутні – 0)	
2.	Відповідність оформлення роботи, посилань і списку використаних джерел нормативним вимогам до кваліфікаційної роботи — загалом 10 балів (повна відповідність – 10 , поодинокі огріхи у форматуванні – 8 , незначні помилки в оформленні – 6 , значні помилки в оформленні – 4 , оформлення переважно не відповідає вимогам – 0)	
3.	Відповідність побудови вступу нормативним вимогам — загалом 10 балів (повна відповідність – 10 , поодинокі огріхи стилістичного характеру – 8 , несуттєві помилки у формулюваннях – 6 , суттєві помилки у формулюваннях – 4 , не відповідає вимогам за структурою і змістом – 0)	
4.	Відповідність огляду наукової літератури нормативним вимогам — загалом 10 балів (повна відповідність – 10 , несуттєві помилки у формулюваннях – 8 , недостатня кількість проаналізованих іноземних джерел (мін. 30%) – 6 , відсутній критичний аналіз наукових праць – 4 , не відповідає вимогам за структурою і змістом – 0)	
5.	Відповідність аналітичної частини дослідження заявленій меті та завданням — загалом 10 балів (повна відповідність – 10 , несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8 , несуттєві помилки при аналізі фактичного матеріалу – 6 , суттєві помилки при аналізі фактичного матеріалу – 4 , відсутність власного аналізу фактичного матеріалу (100 речень) – 0)	
6.	Відповідність практичної частини дослідження нормативним вимогам — загалом 10 балів (повна відповідність – 10 , несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8 , несуттєві помилки при перекладі фактичного матеріалу – 6 , суттєві помилки при перекладі й аналізі фактичного матеріалу – 4 , відсутність перекладацького аналізу фактичного матеріалу (100 речень) – 0)	
7.	Відповідність висновків результатам теоретичної та практичної складових дослідження — загалом 10 балів (повна відповідність – 10 , несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8 , неповне висвітлення результатів дослідження – 6 , часткове висвітлення результатів дослідження – 4 , не відповідає результатам дослідження – 0)	

Усього набрано балів: _____

(ПІБ рецензента)

(підпис рецензента)

” ” _____ 2020 р

ЗМІСТ

ВСТУП	1
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСУ У ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ ТА ЛІНГВІСТИЦІ	4
1.1 Мовні особливості політичного дискурсу як лінгвістична проблема	4
1.2 Перекладацькі особливості відтворення політичного дискурсу	13
1.3 Дискурсивні стратегії і тактики електорального дискурсу.....	20
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ 2	
ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК АМЕРИКАНСЬКОГО ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСУ	28
2.1 Стратегії політичної агітації.....	28
2.2 Аргументативні стратегії і тактики американського електорального дискурсу.....	35
2.3 Маніпулятивно-конфронтаційні стратегії і тактики американського електорального дискурсу	44
Висновки до розділу 2.....	53
РОЗДІЛ 3	
ВІДТВОРЕННЯ АМЕРИКАНСЬКОГО ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	54

3.1	Способи еквівалентного відтворення американського електорального дискурсу українською мовою.....	55
3.2	Застосування перекладацьких трансформації для збереження прагматичних функцій стратегій і тактик американського електорального дискурсу українською мовою	65
	Висновки до розділу 3.....	75
	ВИСНОВКИ	77
	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
	СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ	86
	СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	86
	ДОДАТКИ	96
	Додаток А. Вербальні засоби вираження когнітивно-комунікативних характеристик американського електорального дискурсу.....	86
	SUMMARY.....	114

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Політична діяльність завжди відігравала особливу роль в житті суспільства. Від певної політичної позиції або ситуації залежить місце країни на міжнародній арені, її взаємини з іншими державами, її роль в діяльності світової спільноти. Однак важливу роль у визначенні іміджу країни грає спосіб її презентації політичними лідерами. За допомогою виступів політики мають можливість звернутися як до міжнародного співтовариства, так і до громадян своєї країни. У більшості випадків політики в процесі виступу повинні не тільки проінформувати аудиторію про окремі аспекти суспільного життя, але, що важливіше, домогтися прихильності аудиторії, переконати слухачів прийняти ту чи іншу позицію, а також заручитися підтримкою громадян. Переслідуючи ці цілі, політичні діячі використовують в своїх виступах різні стратегії і тактики аргументації, дослідження яких дозволяють, з одного боку, встановлювати найбільш ефективні способи впливу на слухачів, а з іншого - прогнозувати подальші дії і наміри політика.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є комплексний аналіз когнітивно-комунікативних характеристик американського електорального дискурсу на прикладі промов Д.Трампа, Б.Обами і Х.Клінтон та засоби їх передачі українською мовою.

Для досягнення мети роботи автор поставив перед собою наступні **завдання:**

- розглянути мовні особливості політичного дискурсу як лінгвістичну проблему;
- вивчити перекладацькі особливості відтворення мовних особливостей політичного дискурсу;

- описати дискурсивні стратегії і тактики електорального дискурсу;
- охарактеризувати стратегії політичної агітації американських політиків;
- дослідити аргументативні стратегії і тактики американського електорального дискурсу;
- проаналізувати маніпулятивно-конфронтаційні стратегії і тактики американського електорального дискурсу;
- визначити способи еквівалентного відтворення українською мовою стратегій і тактик американського електорального дискурсу;
- оцінити застосування перекладницьких трансформацій для збереження прагматичних функцій стратегій і тактик американського електорального дискурсу.

Об'єкт дослідження – когнітивно-комунікативні характеристики американського електорального дискурсу

Предмет дослідження – засоби передачі когнітивно-комунікативних характеристик американського електорального дискурсу українською мовою.

Для вирішення поставлених завдань у дипломному дослідженні були використані такі **методи**: метод порівняльного аналізу, описовий метод (для визначення структурно-семантичних особливостей стратегій і тактик електорального дискурсу американських політиків), елементи контент-аналізу для виявлення ключових дискурсоформуючих концептів політиків, компонентний аналіз лексем і метафоричних номінацій, аналіз для виявлення дискурсивних стратегій і тактик електорального дискурсу, методи компонентно і контекстуального аналізу.

Матеріалом для дослідження слугувала картотека з 100 прикладів, зібрана методом суцільної вибірки з передвиборчих промов Д.Трампа, Б.Обами і Х.Клінтон.

Наукова новизна отриманих результатів складається в описі труднощів, з якими стикається перекладач американської політичної мови в загальному і президентських дебатів зокрема, а також наданням рекомендацій для підготовки фахівців.

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження можуть бути використані при розробці теоретичних курсів із теоретичної граматики англійської мови, політичної лінгвістики, а також при написанні більш ґрунтовних праць.

Структура дослідження. Кваліфікаційна роботи складається із вступ, трьох основних розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСУ У ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ ТА ЛІНГВІСТИЦІ

1.1 Мовні особливості політичного дискурсу як лінгвістична проблема

Вивчення дискурсивної особистості політика обумовлює розгляд середовища та інструменту його впливу - дискурсу. Становлення поняття дискурс сходить до ідей І.А. Бодуена де Куртене про розвиток і функціонування мови і мовлення [8: 72]. Н.Д. Арутюнова визначає дискурс як «зв'язний текст в сукупності з екстралінгвістичними факторами», до яких відносяться культурне, психосоціальне середовищетощо. Когнітивно-дискурсивний підхід акцентує дискурс як продукт ментального плану: «когнітивні процеси передують породженню мовних актів та інших одиниць дискурсу» [4: 136]. Як зазначає Л.М. Мінкін, розумові операції передують процесам вербалізації: «природа акту мовної діяльності, яка розкривається в його часовій протяжності, передбачає інтеграцію двох видів мовної системи: слів - лексичних концептів, і прототипних конструкцій - синтаксичних концептів» [28: 40], їх «взаємозв'язок з функціонуванням в висловлюванні» [28: 41]. Отже, дискурс є кінцевою стадією - одночасно продуктом мислення і інструментом впливу. Слідом за І.С.Шевченко і Є.І. Морозової, ми трактуємо дискурс як «інтегральний феномен, мисленнєво-комунікативну діяльність, сукупність процесу та результату, який включає як екстралінгвальний, так і власне лінгвістичний аспект; в останньому крім тексту виділяється пресупозиція і контекст

(прагматичний, соціальний, когнітивний), які обумовлюють вибір мовних засобів» [50: 35].

Характеристики дискурсу включають в себе соціо-культурні і психічні складові виробництва мовних знаків: дискурс у тлумаченні А. П. Мартинюк «не просто діяльність/взаємодія у всьому різноманітті соціальних контекстів, але і психічний процес інтерактивної взаємодії свідомостей» [23: 144], спрямований на конструювання смислів. Текст як продукт дискурсу являє собою «абстрактний ментальний конструкт, що реалізується в дискурсі» [23: 144].

«Текст розглядається як засіб породження, оформлення і збільшення знання, а текстова структура - як відправна точка в аналізі дискурсивних процесів» [23: 150].

Дискурс є системним і перманентно розвивається. Є.І. Морозова пов'язує утворення поняття «дискурс» з процесами протиставлення мови і мовлення за Ф. де Соссюром: «Мовне в дискурсі полягає в його системності, потенційному моделюванні, а мовленнєве - полягає в його протяжності, розвитку в часі» [29: 69]. Поняття дискурсу відповідає новому об'єкту аналізу лінгвістики: «дискурс є більш мовним, ніж мова, оскільки він передбачає розгляд мови в контексті соціальної діяльності людини, і більш мовним, ніж мовлення, оскільки поміщає аналізовані суті в контекст думки і знання» [29: 82], що робить дискурс невіддільним від соціально-культурних і розумових сутностей.

Дискурс характеризується параметрами адресанта і адресата. Перший дозволяє говорити про дискурс (дискурсивні практики) конкретних особистостей, наприклад, дискурс Рейгана, дискурс тетчеризму. За параметром адресата політичний дискурс, як правило, звернений до широкої аудиторії. При цьому його характеристикою, на думку Л.Л. Славова, є «двовекторна адресність, спрямована одночасно як на конкретного співрозмовника

(професіонала в сфері політики), так і на віртуальну широку аудиторію» [40: 203].

Важлива властивість дискурсу - конструювання смислів в спілкуванні: «в результаті інтерактивної взаємодії двох свідомостей форми мовних виразів тексту наповнюються сенсом, а сам процес інтеракції і є дискурс» [20: 189]. Як вказує Матурана, «дискурс народжується в той момент, коли текст потрапляє в зону уваги інтерпретатора, який приймається за читання, або ж слухання тексту в реальному часі. Текст стимулює в його свідомості стани, подібні з станами відправника, що породжує схожі смисли і асоціації. У цей момент відбувається інтерактивна взаємодія двох свідомостей: суб'єкт, замкнений в коконі власної свідомості на самого себе» [20: 190], отримує доступ до свідомості іншого суб'єкта через інтерпретацію його станів, відображених в тексті.

Різновид дискурсу - електоральний дискурс - знаходиться в центрі уваги як лінгвістики, так і таких суміжних дисциплін, як когнітологія, соціологія, політологія. Дискурс в розумінні Є.І. Шейгал - це «система комунікації, що має реальний і потенційний (віртуальний) вимір» [51: 193]. Лінгвістичні підходи до вивчення політичного дискурсу зводяться до трьох основних: дескриптивний (аналіз риторики, тобто мовної поведінки політика), критичного (виявлення соціальної нерівності, вираженої в дискурсі) і когнітивному (виявлення і аналіз концептів і фреймів політичного дискурсу) [51].

З точки зору першого підходу, семіотичний простір електорального дискурсу включає три типи знаків: «спеціалізовані вербальні (політичні терміни), спеціалізовані невербальні (політичні символи) і неспеціалізовані, які з самого початку не були зорієнтовані на дану сферу спілкування, але внаслідок стійкого функціонування в ній придбали змістовну специфіку» [1]. Акцент на невербальній системі політичного дискурсу характеризує його «ораторську експресивність, маніпулятивну риторіку просодичної, мімічної і жестової

поведінки» [8]. В цьому ракурсі політичний дискурс визначається І.І.Серяковою як комплекс вербальних і невербальних знаків, який утворює семіотичний простір ситуації сфери політичної комунікації і являє собою продукт цілеспрямованої дискурсивної поведінки політиків.

Когнітивну складову Дж. Лакофф вважає ключовою характеристикою політичного дискурсу: «когнітивна установка дає людям те, що у них повинно бути в свідомості, щоб підтримувати потрібне політичне спрямування» [65: 60].

Дослідження політичного дискурсу, на думку Дж. Юла, дозволяє розкрити те, що «не сказано або не написано, але отримано (або ментально сконструйовано) адресатом в процесі комунікації» [71: 80]. Тим самим виявляються структури знань, які стоять за лінгвістичними феноменами (концепти, фонові знання, вірування, очікування тощо), тобто, досліджуючи дискурс, ми неминуче досліджуємо свідомість того, хто говорить чи пише» [71: 89].

Політичний дискурс трактується також як вид «ідеологічного дискурсу, в основі якого лежить корпус текстів предметної області державного будівництва та перебудови в певний історичний період розвитку даного лінгвосоціуму; дискурс з домінуючою прагматичною націленістю, що відображає типологічні риси ідіодискурсів його первинних продуцентів – вождів, ідеологів - в проекції «фактора адресата» [65: 90].

Зв'язок електорального дискурсу та ідеології політика полягає у взаємозв'язку «стилю політичної мови і політичного режиму, в якому ця мова використовується» [8]. На думку Г. Лассвелла, «дискурс політиків-демократів дуже близький дискурсу виборців, до яких вони звертаються [23: 270].

Політичний дискурс в розумінні Е. Лакло і Ш. Муфф постає як певна сутність, яка домінує і нав'язує смисли. Політичний дискурс є інституційним і включає в себе елементи антагонізму і демонстрації влади. Як вид

інституційного спілкування політичний дискурс відрізняється від особистісно-орієнтованого набором спеціальних термінів, тобто власною підмовою, який втілює ідеологеми дискурсу. Зокрема, характерні ідеологеми політиків США - концепти «СВОБОДА, ДІМ» тощо.

Політичний дискурс відрізняє параметр стратегії - на думку І.Є. Фролової, це «план дій», сформований в ментальності індивіда на підставі інтерпретації ним всієї комунікативної ситуації [49: 134]. На відміну від інших типів дискурсу політичний дискурс за визначенням є інтенціональним: стратегії і тактики політика як правило, продумані заздалегідь не тільки ним самим, але і його командою, спічрайтерами тощо.

Дискурс втілюється в різних формах: за визначенням А.П. Мартинюк, це «мовна діяльність, що реалізується в письмовій, усній (діалогічній, полілогічній, монологічній) або паралінгвістичній формі, і безпосередньо дана дослідникові у вигляді мовного матеріалу в звуковий, графічної або електронній репрезентації» [24: 153]. Середовищем існування політичного дискурсу служать засоби масової інформації в усьому розмаїтті їх жанрів.

Електоральний політичний дискурс взаємодіє з іншими типами дискурсу: юридичним (в сфері державного законодавства), науковим (спеціалізовані формулювання), педагогічним (політичне виховання, здійснюване через державні установи і в побуті), рекламним (політична реклама), релігійним (міфологізація свідомості, віра в магію слів, божественна роль політика, маніпулятивний вплив і ритуалізація спілкування), спортивно-ігровим (боротьба за владу як змагання, з елементами видовищності, мовної агресії тощо), побутовим (розмови про політику) і художнім (цитовання політиком відомих діячів культури).

В цілому це свідчить про системні зв'язки таких найважливіших характеристик політичного дискурсу, як інституційність, конвенціональність,

ідеологічність, інтертекстуальність, інтердискурсивність, і його ключової функції - боротьбі за владу.

Політичний дискурс відображає існуючу політичну реальність, змінюється разом з нею і одночасно бере участь в її створенні і зміні.

Залежно від поставлених завдань і наявного текстового матеріалу фахівці вибирають той чи інший аспект вивчення політичної комунікації.

Якщо взяти до уваги дослідження мовних, текстових або дискурсивних феноменів, в першому випадку предметом уваги стає використання одиниць, що відносяться до того чи іншого мовного рівня (лексика, фразеологія, морфологія, синтаксис). Найбільш помітні зміни в лексиці і фразеології. Кожен новий поворот в історичному розвитку держави призводить до мовної «перебудови», створює свій лексікофразелогічеській тезаурус, що включає також концептуальні метафори і символи [1].

Дослідників насамперед цікавить те, як мовні акти активізуються в політичному дискурсі і за допомогою яких мовних прийомів досягається його прагматико-комунікативний вплив.

До лексичним засобам ми відносимо особливі слова (прикметники і прислівники ступеня), які не тільки мають інформативну функцію, але і мають функцію оцінки в політичному дискурсі. Це залежить від того, що основна мета політичного дискурсу полягає в переконанні і спонуканні слухачів до політичної дійсності, а не в суб'єктивному описі про становище [20: 99]. Наприклад, для вираження емоцій або думок стосовно того чи іншого явища, в політичному дискурсі говорять використовуються прикметники, що відображають певну політичну позицію - активну або пасивну. Велике значення також мають прислівники ступеня, тому що в таких вживаннях демонструється політичний імідж мовця. Для аналізу лексичних значень в роботі застосовується компонентний аналіз, як це прийнято в багатьох дослідженнях семантики слова.

У синтаксичних прийомах побудови політичного тексту варто виділити синтаксичний паралелізм, який може розглядатися як засіб експресивного синтаксису, за допомогою цієї стилістичної фігури мовець виражає емоційність, так і привертає увагу від аудиторії, спонукає до згоди з ідеями свого висловлювання.

У текстових особливості політичного дискурсу важливо розглядати способи з'єднання тексту, за допомогою яких мовець може викласти аргументацію і показати логіку свого мовного акту, а також переконати адресатів у вірності своєї думки.

У другому випадку предметом дослідження стають текстові одиниці. Лінгвополітичні дослідження присвячені аналізу настінних написів, гасел, передвиборної полеміки, політичного скандалу. Спеціально розглядаються жанри протесту, підтримки, раціонально-аналітичні та аналітико-статистичні жанри, гумористичні жанри і віртуально орієнтовані низькі жанри.

У третьому випадку одиницями дослідження стають комунікативні стратегії і тактики. В рамках даного напрямку аналізується комунікативна поведінка суб'єктів політичної діяльності. Сучасні політичні лідери, прагнучи домогтися успіху у виборців, нерідко використовують свого роду «мовні маски». Мовна поведінка в значній мірі залежить від соціально-комунікативної ролі політика, яка в свою чергу залежить від його соціального статусу, від використовуваних стратегій, тактик і мовних прийомів.

Аналіз безпосередньо мовної складової медіа дискурсу дозволяє скласти уявлення про функціонування мови на сучасному етапі його розвитку: простежити за утворенням нових одиниць, помітити зникнення існуючих. Лінгвокультурна специфіка реалізується в семантиці, синтатиці, прагматиці мовних знаків, які наповнюють текст, що в сукупності становить культурологічну маркованість медіадискурсу. При цьому категорія культурної

специфічності представлена сукупністю одиниць культурологічного контексту, що відносяться до всіх його чотирьох рівнях: денотативному, конотативному, асоціативному і метафоричному [27]. Лінгвістичну основу даної категорії складають слова, що позначають реалії та артефакти, слова і словосполучення з культуро-специфічними конотаціями, лексичні одиниці з стійкими асоціативними зв'язками.

Характерною особливістю політичних промов є широке вживання метафор, які побудовані переважно на військовій лексиці: битва за виборця, інформаційна війна, атака на демократію, дипломатичні битви. Значне місце в семіотичному просторі політичного дискурсу займає афористика, яка фіксує у своїй семантиці великий пласт знань. Е. М. Верещагіна і В. Г. Костомаров включають в число мовних афоризмів такі типи одиниць: 1) прислів'я і приказки; 2) крилаті слова - «короткі цитати, образні вислови, вислови історичних осіб»; 3) заклики, девізи, гасла; 4) суспільно-наукові формули і природничо-наукові формулювання [2: 71].

Політична афористика - це мовні рефлексії політичної комунікації. Вона відноситься до орієнтуючих знаків, за якими політик орієнтується в дискурсі. Відмінні риси афоризмів - новизна, оригінальність думки, домінування суб'єктивності, агітаційний «підтекст», лестощі, маніпулятивного, що дає політичному дискурсу магію впливу на слухача завдяки своєму «зовнішньому оформленню і внутрішнього зміст».

Необхідно відзначити, що наявність власного набору афоризмів надає на відповідну компетентність мовця, його соціальний статус, рівень освіченості і ерудованості та, відповідно, може істотно впливати на думку слухача про нього, бажання зайняти сторону цього політичного діяча.

Треба відзначити, що основним стилістичним принципом організації мови в публіцистиці є поєднання стандарту та експресії. Для політичної мови і

дискурсу США характерна експресивність, підкреслена достатком стилістичних засобів: *From the House to the Senate, a demon lurks, luring the country's leaders to twist and mangle words into grotesque amalgamations* - політичні лідери країни, піддавшись спокусі, перекручують слова, створюючи часом безглузді, позбавлені сенсу фрази. Однак подібна «висока» експресія в меншій мірі властива українській мові, тому в процесі перекладу найчастіше використовується прийом зниження образності. Переклад метафоричних виразів з англійської мови на українську, як правило, також супроводжується зниженням образності в мові перекладу в порівнянні з текстом оригіналу: *John McCain's admission to the Weekly Standard's Steve Hayes ... that he would consider the possibility of choosing a pro-choice running mate is rightly seen as a trial balloon to gauge reaction among conservative base voters to such a move.* - Заява Джона Маккейна про те, що він готовий розглянути можливість обрання в якості кандидата на пост віце-президента політика - прихильника легалізації абортів, яке він зробив в інтерв'ю кореспонденту *Weekly Standard's* Стіву Хейзу, варто сприймати радше як спробу прозондувати ґрунт з метою оцінити реакцію консервативно налаштованих виборців на подібний хід.

Також у науковій літературі йдеться про те, що вітчизняні ЗМІ в останнє десятиліття активно збільшують число невмотивованих запозичень в українській мові, і на сторінках українських газет можна зустріти такі варіанти передачі реалій політичного дискурсу ЗМІ, як прочойс і пролайф. На думку дослідників [68], прийом транскрипції в даному випадку не дозволяє розкрити значення званих понять, а самі лексичні одиниці виглядають чужими і занадто екзотичними в українському дискурсі. *Pro-choice* - всесвітньо відомий суспільно-політичний рух, що виник відразу після того, як в 1973 році верховний суд США скасував заборону на аборти, що існувала в більшості штатів. Йому протиставлено рух *pro-life* - «на захист життя» («за життя»).

Питання переведення цих реалій досі є спірним. На думку дослідників [59], найбільш коректним варіантом перекладу є описовий: a pro-choice running mate - кандидат у віце-президенти - прихильник легалізації абортів.

Таким чином, представляється можливим зробити висновки, що політичний дискурс можна розглядати як мовні утворення (усні чи письмові), що зачіпають сфери політики, які реалізуються вербально і екстравербально за рахунок мовностилістичних особливостей.

Дискурс в контексті даного дослідження визначається мисленнєво-комунікативним процесом, вербалізованим за допомогою мовних знаків. Когнітивний аспект дискурсу політика включає специфічні дискурсоутворюючі концепти-ідеологеми в рамках індивідуальної концептосфери політика, а його комунікативний аспект націлений на ідеологічний вплив, здійснюваний стратегіями і тактиками дискурсу.

1.2. Перекладацькі особливості відтворення політичного дискурсу

Найважливіша характеристика політичного електорального дискурсу - це культурна специфіка. Політичний дискурс ЗМІ, будучи предметом інтересу лінгвокультурології, являє собою миттєвий зріз мовного і культурного стану суспільства. Медіатексти насичені культурозначимою інформацією, в них фіксуються і відображаються як загальні, так і специфічні особливості функціонування національних мов і культур. Саме тому виявлення і опис культурозначимих компонентів медіамовлення виявляється сьогодні однією з найважливіших дослідницьких завдань.

Культурні характеристики електорального дискурсу тісно пов'язані з іншою його найважливішою характеристикою - прецедентністю. Переклад прецедентних текстів завжди представляє складну перекладацьку задачу.

Прецедентність - це один із проявів найважливішої категорії дискурсу, інтертекстуальності. Прецедентні феномени в широкому розумінні - будь-які широко відомі імена, висловлювання, тексти, ситуації, що мають широкий вжиток і легко впізнавані в даному лінгвокультурному співтоваристві, - являють собою інтерес з точки зору теорії і практики перекладу. Будучи своєрідною проекцією лінгвокультурного простору, який їх породжує, тексти, що відносяться до дискурсу мас-медіа, містять реалії, посилання на історичні події. Лінгвокультурний простір розуміється як сукупність мовних культурних феноменів, широко відомих в даному лінгвокультурному середовищі і становлять культурну грамотність середнього його представника. Відповідно використання прецедентних феноменів підвищує ступінь автентичності висловлювання, сприяє створенню «своєї» атмосфери, закритості від «комунікативних чужинців» і, таким чином, є ефективним засобом звернення до культурної ідентичності аудиторії [25].

Високим рівнем прецедентного відрізняється політичний дискурс США, і, оскільки необхідність перекладу в політичному дискурсі прецедентних одиниць виникає повсюдно, перед перекладачем постає дилема: чи варто такі одиниці в перекладі замінити, опустити або дати перекладацький коментар.

Як американські, так і українські діячі в своїх промовах незмінно використовують ту прецедентну інформацію, яка має відношення до ціннісних орієнтирів лінгвокультурної спільноти і відображає сучасну проблематику. На думку відомого перекладача П.Р. Палажченко, існують три тексти, які знайомі кожному американцеві: це перші абзаци Декларації незалежності, державний гімн та Геттисбергська промова президента Лінкольна. Крім того, більшості американців відомий зміст Білля про права - перші десять поправок до Конституції США. Витяги з цих прецедентних документів або алюзії на них є невід'ємною частиною публічних виступів американських політиків, особливо

передвиборних агітаційних промов. На україномовного читача такі прийоми не справляють ніякого враження: ні згадка промови Лінкольна, ні цитування знаменитої «I have a dream» М.Л. Кінга не викличе у нього патріотичних почуттів, оскільки дані прецедентні тексти не є частиною його культури.

У питанні передачі на іноземну мову прецедентних текстів цікаво простежити алгоритм дій в усному перекладі. У книзі перекладача П.Р.Палажченко знаходимо такий епізод з перекладацької практики А.Д. Швейцера:

«Оскільки <...> анекдоти генерала були, по суті, неперекладними, я обзавівся американською збіркою, що містила жарти на всі випадки життя, і ретельно її простудіював. Вислухавши черговий зразок генеральського гумору, я переказував замість нього один з відповідних ситуації анекдотів зі збірки, причому з незмінним успіхом» [48]. Таким чином, заміна прецедентного тексту мови оригіналу на прецедентний текст мови перекладу виявляється виправданою, але лише за умови збереження комунікативного ефекту висловлювання.

У дискурсі американських президентських виборів трансформації піддається незначне число прецедентних феноменів. Причому частина з них носить формальний характер, наприклад необхідні граматичні зміни для подання висловлювання в непрямій мові. Для українського передвиборчого дискурсу характерні велика поширеність і варіативність видів трансформації прецедентних феноменів. Вони піддаються трансформації для того, щоб залучити читача в мовну гру з автором і викликати, таким чином, зацікавленість. Участь в «створенні» сенсу висловлювання, самостійне відновлення інтертекстуальних зв'язків тягне за собою емоційну залученість, що створює сприятливу основу для надання запланованого впливу [20: 188].

Переклад політичного дискурсу має ряд функціональних і стилістичних особливостей, які знаходяться в прямій залежності від особливостей самого політичного дискурсу. З загальномовних функцій найбільш актуальною для політичного дискурсу є функція впливу на адресата. Теорія перекладу на сучасному етапі свого розвитку звертає увагу на взаємозв'язок перекладу і соціолінгвістичних чинників. Робиться висновок, що реципієнт незмінно сприймає текст перекладу через призму своєї національної культури і відповідно деякі змістовні аспекти висловлювання будуть апіорі не зрозумілі або невірно витлумачені.

Назви партій в США часто носять дуже подібний характер, і адекватний переклад такої лексики неможливий без наявності у перекладача фонових знань про американську партійну систему. Наприклад, в статтях американських ЗМІ, присвячених передвиборній тематиці, зустрічається словосполучення Blue Dogs. Той факт, що обидва слова написані з великої літери, повинен навести перекладача на думку, що це не просто політичне прізвисько або іронічне порівняння з синіми собаками, але назва установи або державного утворення. У листопаді 1994 року у відповідь на республіканський успіх на виборах групи помірних і консервативних демократів в палаті представників США об'єдналися, назвавши себе «демократами синьої собаки» (англ. Blue Dog Democrats). В якості талісмана вони вибрали синю собаку, очевидно, натякаючи на старий жарт про те, що житель півдня проголосує за демократів, навіть якщо кандидатом від демократів буде «жовта собака». «Жовта собака» перетворилася в блакитну, так як блакитний колір - це традиційний колір демократів. Кращим варіантом перекладу в даному випадку є описовий переклад із смисловим розвитком, що супроводжується зниженням образності: Blue Dogs - партія консервативних мешканців півдня. Назва цієї партії останнім часом все частіше з'являється на сторінках американських суспільно-політичних видань, і в

україномовних ЗМІ можна зустріти варіанти перекладу «Партія синіх псів» або «Демократи синьої собаки». В цьому випадку потрібен перекладацький коментар, оскільки середньостатистичний український читач не настільки близько знайомий з партійною системою США і подібний переклад без пояснення може викликати незрозуміння.

Наступний приклад може служити ілюстрацією труднощів при перекладі неологізмів, властивих політичного дискурсу: Conservatives are panning the president's performance. «This is another hype-and-blame trick from a president who thinks turning the economy around and solving our unemployment problem is everyone else's job but his own». - Консерватори критикують роботу президента. «Це черговий приклад політики оковамилювання, що проводиться президентом Обамою, який вважає, що управляти економікою країни і вирішувати проблеми безробіття повинен хто завгодно, але тільки не він сам». За допомогою створення неологізму hype-and-blame представники республіканської партії на чолі з М. Ромні, що є одним з головних суперників Б. Обама на президентських виборах 2012 року, висловили критику на адресу Обама і його політики в Білому домі. Паралельність конструкцій незмінно викликає у адресата повідомлення, тобто виборців, асоціацію зі знаменитим слоганом «Hope and Change», який став лейтмотивом президентської кампанії Обама в 2008 році. Лексема «оковамилювання» відноситься до зниженого стилю, що накладає суттєві обмеження в її вживанні. Однак мова української преси в більшості випадків допускає використання зниженою або навіть лайливої лексики, тому запропонований варіант «політика оковамилювання» буде доречний в перекладі. Крім того, реалія hype-and-blame trick також тяжіє до розмовного стилю; відповідно наведений варіант перекладу дозволяє зберегти стилістичне оформлення висловлювання, а яскраво виражена експресивність і негативна

конотація прекрасно працюють на створення необхідного комунікативного ефекту.

В значній мірі денотативний культурологічний контекст політичного дискурсу складають громадські та політичні реалії, алюзії до прецедентних текстів, цитати. Відмітна риса американського сучасного електорального дискурсу - алюзії на сакральні тексти. Політичний і релігійний дискурси можуть «переплітатися». Так, в дискурсі Б. Обама значне місце займають месіанські мотиви, алюзії на біблійні сюжети й мови М.Л. Кінга-мол. [33: 157]. Для правильної інтерпретації і перекладу алюзій і цитат необхідно володіти загальною ерудицією і фоновими знаннями про культуру і країну походження початкового тексту. Зрозуміло, неможливо пам'ятати напам'ять всі прецедентні тексти - джерела цитат і метафор, тому в тих випадках, коли інтуїція або контекст підказують, що в тексті захована цитата, перекладачеві тексту можуть допомогти англomовні словники цитат (наприклад, «Oxford Dictionary of Quotations» і «Penguin Dictionary of Modern Quotations»).

Ще один важливий аспект політичного дискурсу, який необхідно враховувати при перекладі, - парадигма політкоректності. Постколоніальне західне суспільство, рух за права жінок і сексуальних меншин привели за останні десятиліття до значних змін в лексичному складі англійської мови. У гендерних політкоректних евфемізмах спостерігається нейтралізація за ознакою статі шляхом відходу від «сексистських» суфіксів -man, -woman, -er і -ess:

- policeman, policewoman - police officer «офіцер поліції»;
- chairman, chairwoman - a chairperson або навіть chair «голова» (звернення Madam Chair звучить пікантно);
- air hostess - flight attendant «бортпровідник»;
- waiter, waitress - server;
- fireman - a firefighter «вогнеборець» тощо.

Дискримінуючий «чоловічий» суфікс *-man* близький до викорінення. Саме слово «women», за спостереженнями деяких дослідників, все частіше пишеться як *womyn* або навіть *wimmin* щоб уникнути асоціації зі словом *man*.

Чи потрібно відображати такі зміни в перекладі? Негативна відповідь, здавалося б, очевидна. Внутрішня форма слова вторинна, носії української мови навряд чи звертають особливу увагу на поєднання викладач Іванова, лікар Іванова тощо. Однак в останні роки в українському дискурсі спостерігається посиленна увага до евфемізмів, тому це питання залишається відкритим.

Виникає питання і при передачі політкоректних евфемізмів-словосполучень. В англійській мові, особливо в американському варіанті, є безліч таких слів. Одним з найбільш продуктивних в утворенні нових евфемізмів є суффіксоїд *-challenged*:

- *an invalid* «інвалід» - *a physically challenged person*, що можна спробувати перевести як «людина, котра переборює фізичні труднощі»;
- *fat* «товстий» - *horizontally challenged* - «долає горизонтальні труднощі»;
- *bald* «лисий» - *follicularly challenged* - «долає фолікулярні труднощі» або «фолікулярно відсталий».

Політкоректні евфемізми рекомендується передавати також евфемізмами, роблячи максимально близьку кальку. Разом з тим ми перекладаємо не тільки з мови на мову, а й з культури на культуру, а в нашій, україномовній культурі евфемізми поширені не так широко. Проблему поглиблює та обставина, що до сих пір далеко не всі евфемізми, породжені толерантністю, зареєстровані тлумачними словниками, не кажучи вже про словники двомовні. Перекладачеві таких текстів доводиться проявляти неабияку винахідливість у перекладі подібної лексики.

Функціональна специфіка електорального дискурсу по відношенню до інших видів дискурсу проявляється в його базовій інструментальній функції -

боротьбі за владу [19]. Одна з важливих особливостей текстів ЗМІ практично всіх жанрів - поєднання в них елементів повідомлення і впливу. Хоча головною функцією масової комунікації прийнято вважати передачу інформації, ця передача досить рідко буває повністю нейтральною, тобто абсолютно вільною від елементів впливу на аудиторію. У більшості випадків передача інформації супроводжується прямим або завуальованим виразом оцінки, мовними засобами та мовними прийомами, що спонукають аудиторію до певної реакції на передану інформацію, засобами привернути увагу до інформації або до точки зору, яка виражається в повідомленні. Дослідження функціональних і стилістичних особливостей політичного дискурсу допомагає здійснити переклад зі збереженням необхідного комунікативного ефекту, що є, безумовно, першочерговим завданням перекладача.

1.3. Дискурсивні стратегії і тактики електорального дискурсу

Мовний вплив в політичному дискурсі здійснюється за допомогою стратегій і тактик. Для кожного носія лінгвокультури «стратегічне і тактичне планування мовних дій - цілком усвідомлювана завдання. У політичному дискурсі мовне планування досягає рівня технологій» [51].

Стратегія розглядається як «мовна сутність: технологічна одиниця мовного впливу, організації діалогу/тексту» [20: 180]. Одні дослідники використовують термін «дискурсивна стратегія» [55], розуміючи під дискурсом природний діалог. Інші говорять про «комунікативні стратегії, виділяючи серед них вербальні і невербальні [68].

Будучи інструментом «реалізації комунікативних цілей в культурно-соціальній вербальній інтеракції», стратегія спирається на ментальний і вербальний ресурс [68].

Ментальний ресурс дискурсивних стратегій полягає у потребі «стратегічно концептуалізувати знання». «В основі дискурсивної діяльності лежать структури знання - фіксовані форми ментального досвіду», які в прихованому вигляді «знаходяться в згорнутому стані, а при наявності зовнішнього впливу можуть активуватися, «розгортатися» і організовувати ментальні простори». Отже, «ментальною основою стратегій є концепт» [7].

Вербальний ресурс стратегії «представлений безліччю одиниць, за допомогою яких актуалізується концептуалізовано стратегічно актуальне знання» [23].

Вербальні засоби реалізації мовних стратегій електорального дискурсу в основному відносяться до вербальних засобів апеляції - засобам призову. За даними Н.В. Петлюченко, вербальні засоби призову включають в себе імперативи, інфінітиви, конструкції з модальними дієсловами, форми майбутнього часу, а також слогани. Політичні лідери використовують тактику призову, якщо «відчувають недостатньо активну реакцію аудиторії на їх виступи» [58].

Стратегії президентського дискурсу втілюють когнітивний рівень особистості - її інтенції. Поняття інтенції позначає в філософії прагнення, намір, мету, спрямованість свідомості, мислення на який-небудь предмет. Виділяють гіперінтенції, які реалізує в глобальних стратегіях, і локальні (ситуативні) інтенції. І.Є. Фролова зазначає, що «цілеспрямованість мовленнєво-мисленнєвої комунікативної діяльності індивіда співвідносна з її стратегічність. Стратегія являє собою «інструмент реалізації немовних цілей в дискурсивній діяльності» [49: 167]. Комунікативна стратегія - це комплекс мовних, пізнавальних та комунікативних дій, «єдність таких компонентів діяльності, як мета, процеси, засоби, умови, оцінка і результат» [49: 169]. Стратегії містять такі характеристики:

- дискурсивна стратегія має соціально-інтеракційну природу, виступає інструментом соціальної взаємодії;
- дискурсивна стратегія також виступає інструментом реалізації позамовної, комунікативно значущих цілей;
- як мовно-мисленнєва сутність дискурсивна стратегія являє собою єдність ментального і вербального планів, відповідно маючи ментальний і вербальний корелят (співвідносне поняття);
- дискурсивна стратегія має статичне і динамічне, процесуальне і результативне вимірювання;
- структура дискурсивної стратегії є складно організованою;
- дискурсивна стратегія виконує регулятивну функцію, є інструментом регулювання, зокрема, ряд дискурсивних стратегій регулюють міжособистісні відносини комунікантів [47].

Серед стратегій мовного впливу в інституціональному дискурсі виділяють персуазивну і аргументативну. Існує ієрархія або рівні стратегій. Глобальна стратегія визначається як «загальна стратегія дискурсу, яка організовує його і має в якості ментальної кореляти прототип - мінімізоване і типізоване концептуальне знання («типовий образ»), а локальні стратегії спрямовані на «досягнення більш конкретних цілей». В рамках нашого дослідження розглядаються локальні стратегії, такі як агітаційна, аргументативна, маніпулятивна і стратегія дискредитації.

Більш низький рівень представляють тактики - «дії, що сприяють реалізації стратегій» [36: 121]. Далі слідує прийом в рамках однієї конкретної тактики: «на нижчому рівні ієрархічної моделі дискурсивної стратегії знаходяться мовні/мовленнєві засоби, за допомогою яких реалізується тактика або прийом» [36: 123].

З когнітивної точки зору «в будь-якому акті мовного спілкування комуніканти переслідують немовні цілі, які в підсумку впливають на діяльність і свідомість реципієнта» [10: 107]. Р. Блакар стверджує, що висловитися нейтрально неможливо, оскільки навіть неформальна розмова передбачає «здійснення влади», тобто вплив на сприйняття і структурування світу іншою людиною [10: 110].

З когнітивної точки зору мовні стратегії можуть бути описані як сукупність процедур над моделями світу учасників ситуації спілкування. Тим самим, можна говорити «про формування та перетворення базових когнітивних категорій, якими людина керується в своєму щоденному житті» [14]. На думку О.С. Іссерс, «існують специфічні категорії, регулярно представлені в текстах персуазивної комунікації. Концепти цих категорій служать когнітивним підставою мовних стратегій» [18].

Говорячи про глобальну інтенцію, О.С. Іссерс стверджує, що політичні лідери коректують свої комунікативні «дії в залежності від ситуації, що склалася, залишаючись в рамках єдиного надзавдання» [18: 137]. У політичному дискурсі надзавдання або глобальна мета - завоювання і утримання влади.

Глобальна стратегія президентського дискурсу - це персуазивно-маніпулятивний вплив, який орієнтований на зміну світосприйняття аудиторії. О.С. Іссерс зазначає, що «кінцевою метою будь-якої мовної стратегії є корекція моделі світу адресата» [18: 159].

У персуазивному дискурсі адресат здійснює соціальну владу - «контроль однієї групи над діями і/або свідомістю іншої групи» і таким чином впливає на їх «знання, установки і ідеології» [18, с. 163].

Політичні лідери використовують «ряд пропозицій, реакцій і контрпропозицій, вводять в розмову свої власні інтерпретації (проблем, тим, подій, образів тощо), бажаючи зробити їх спільними і тим самим домогтися

реалізації свого задуму» [37]. Б. Обама, наприклад, як політичний лідер використовує в своєму електоральному дискурсі ті поняття (концепти), які на його думку складають ціннісний орієнтир для американського народу [37].

Стратегії мають цільову орієнтацію, це спосіб «досягти певних цілей» [55]. Однак це не означає, «що учасники взаємодії завжди їх усвідомлюють. Часто вони діють несвідомо, ірраціонально і емоційно. Комуніканти здатні використовувати стратегії автоматично, хоча можлива подальше декодування стратегій. При цьому «цілі мовця і слухача можуть не збігатися, також як і цілі суспільства і цілі індивіда.

Отже, під мовної стратегією ми розуміємо «сукупність мовних дій, спрямованих на вирішення загального комунікативного завдання мовця («глобального наміру» мовця), а мовною тактикою слід вважати одне або кілька дій, які сприяють реалізації стратегії» [39]. В цілому, «динамічний характер мовної тактики забезпечує гнучкість стратегії, оперативне реагування на ситуацію. Зазвичай завдання, яке мовець бачить як мету комунікативного акту, який не вирішується за допомогою одного звернення до партнера (це швидше виняток, ніж правило). Досягнення мети здійснюється в ході діалогу, об'єднаного з точки зору єдиної надзавданням. При цьому учасники діалогу, переслідуючи свої цілі протягом усього комунікативного акту, як правило, не користуються готовими схемами - послідовностями мовних актів, а конструюють свої звернення по ходу діалогу в залежності від ситуації» [39].

Тактика спілкування - це динамічне використання комунікантами мовних умінь для побудови діалогу в рамках тієї чи іншої стратегії. О.С. Іссерс говорить про можливість досягнення мети, «якщо мовець протягом усього циклу спілкування контролює інтелектуальні та емоційні процеси слухача таким чином, щоб ті привели його в кінцевому рахунку до потрібного рішення (дії)» [18]. Для політика, як і для будь-якого суб'єкта комунікації, «тактики є

практичним інструментом мовця» [18]. Зокрема, з їх допомогою можна домогтися, щоб «партнер діяв відповідно до бажання мовця (conversational influence attempts)».

В цілому, лінгвісти сходяться на думці, що «стратегія - це характеристика когнітивного плану спілкування, яка контролює оптимальне рішення задач гнучким і локально керованим способом в умовах нестачі інформації про подальші дії інших учасників комунікації» [43]. Стратегія визначається І.Є.Фроловою як ментально-вербальний конструкт, який організовує діяльність суб'єктів у соціальній інтеракції відповідно з певними комунікативними намірами [49].

На практиці «при формуванні стратегії, згідно з концепцією М.М. Бахтіна, спочатку з'являється задум/мотив - тема дискурсу і цей задум зумовлює вибір типу дискурсу, а потім відбувається зворотний вплив: задум сам коригується обраним типом дискурсу» [6: 254]. Тим самим, «мотив веде до формування цілей/інтенцій, досягненню яких сприяють певні дії» [6:261]. Комунікативна інтенція є невід'ємною і основною характеристикою будь-якої комунікативної дії.

З точки зору семіотики «мовна тактика може включати в себе як одне, так і декілька висловлювань». При цьому «специфікою мовних стратегій в цілому і мовних тактик зокрема є комплексність використання мовних засобів для досягнення комунікативної мети. Сама послідовність мовних актів може бути тактично мотивована. З іншого боку, в одному і тому ж вислові можна виявити стратегічні смисли різного порядку» [37]. Наприклад, Б. Обама використовує комплекс тактик самопрезентації (as President), обіцянки (I will double) і ціннісні орієнтації (the benefit): As President, I will double the number of single workers who receive the EITC and triple the benefit for full-time workers making the minimum wage, from the \$ 175 they get today to \$ 555 [74].

У плані відповідності стратегій і тактик принципам комунікації стандартними вважають випадки, коли «всі учасники комунікації йдуть назустріч одна одній згідно з принципом кооперації» [63]. У реальних ситуаціях дискурсу ці установки не завжди працюють: «однією з відмінних рис комунікативних правил є їх постійне порушення; люди не тільки зацікавлено вислуховують один одного і прагнуть до співпраці, але і протистоять один одному (в думках, оцінках, поглядах)» [63]. Тим самим крім принципу кооперації можна «говорити про принцип некооперації, що базується на пріоритеті інтересів мовця над інтересами слухача» [63].

За параметром наявності/відсутності установки на кооперацію мовні стратегії діляться на кооперативні та некооперативні (конфронтаційні). До першого типу відносяться стратегії схвалення і апологетики, розради, умовлянь тощо, до другого - стратегії дискредитації, сварки тощо. Кооперативна стратегія визначається як багаторівневий план комунікативної поведінки, який обумовлює систему мовних дій, спрямованих на реалізацію принципу кооперації шляхом актуалізації позитивних емоцій і стимулів для досягнення комунікативної мети. При цьому «установка на конфліктну мовну поведінку, як і установка на кооперацію, виявляється через категорію ввічливості, що має певні мовні маркери» [49]. Відсутність солідарності з опонентом служить інтенціональною основою конфронтаційних стратегій.

Конфронтація (в термінах Л.Л. Славова це мегастратегія) «набуває ознак дискурсивної стратегії завдяки тому факту, що в підсвідомості комунікантів є загальне знання про стереотипи конфронтаційної поведінки» [40]. Його категоріальна сутність «полягає в дисгармонізації міжособистісних відносин комунікантів на підставі наявності протиріччя» [40].

В електоральному дискурсі присутні як інтенції кооперації (односпрямовані), так і протистояння (різноспрямовані). Перші спираються на

«використання кооперативно спрямованих стратегій, що характеризують загальну комунікативну діяльність комунікантів як унісон, спрямовану на співпрацю» [22]. Другі обумовлюють використання «конфліктно спрямованих стратегій, які характеризують загальну комунікативну діяльність комунікантів як конкуруючу. Комуніканти прагнуть досягти своєї мети, домінувати, але і при цьому можливе досягнення консенсусу» [22].

У монологічному/діалогічному електоральному дискурсі можуть одночасно вирішуватися і зазвичай присутні кілька стратегічних завдань; тактика самопрезентації присутній практично в будь-якій мовній дії. Однак практичне розмежування цих цілей умовно і являє суто евристичний інтерес.

Висновки до розділу 1

1. Дискурс в контексті даного дослідження визначається мисленнєво-комунікативним процесом, вербалізованим за допомогою мовних знаків. Когнітивний аспект дискурсу політика включає специфічні дискурсоутворюючі концепти-ідеологеми в рамках індивідуальної концептосфери політика, а його комунікативний аспект націлений на ідеологічний вплив, здійснюваний стратегіями і тактиками дискурсу. Політичний дискурс відображає існуючу політичну реальність, змінюється разом з нею і одночасно бере участь в її створенні і зміні.

2. Переклад політичного дискурсу має ряд функціональних і стилістичних особливостей, які знаходяться в прямій залежності від особливостей самого політичного дискурсу. З загальномовних функцій найбільш актуальною для політичного дискурсу є функція впливу на адресата. Теорія перекладу на сучасному етапі свого розвитку звертає увагу на взаємозв'язок перекладу і соціолінгвістичних чинників. Робиться висновок, що

реципієнт незмінно сприймає текст перекладу через призму своєї національної культури і відповідно деякі змістовні аспекти висловлювання будуть апріорі не зрозумілі або невірно витлумачені.

3. Мовний вплив в політичному дискурсі здійснюється за допомогою стратегій і тактик. Серед стратегій мовного впливу в інституціональному дискурсі виділяють персуазивну і аргументативну. Існує ієрархія або рівні стратегій. Глобальна стратегія визначається як «загальна стратегія дискурсу, яка організовує його і має в якості ментальної кореляти прототип - мінімізоване і типізоване концептуальне знання («типовий образ»), а локальні стратегії спрямовані на «досягнення більш конкретних цілей». В рамках нашого дослідження розглядаються локальні стратегії, такі як агітаційна, аргументативна, маніпулятивна і стратегія дискредитації. Більш низький рівень представляють тактики.

РОЗДІЛ 2

ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК АМЕРИКАНСЬКОГО ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСУ

2.1. Стратегії політичної агітації

Електроральний дискурс є частиною політичної агітації в цілому. Як зазначає Є.І. Шейгал, агітація - це одна з основних функцій і стратегій політичного дискурсу, її мета - боротьба за владу [51: 137].

У публічній агітації ще Аристотель виділив два різновиди: «схиляти або відхиляти». Стратегія агітації розкриває полемічність політичного дискурсу - вербальну і невербальну театралізовану агресію, спрямовану на перепереконання, нав'язування цінностей і оцінок громадянам суспільства.

Основна мета агітаційної стратегії електрорального дискурсу - «впливати на вчинки слухачів, щоб спонукати їх до вчинення певної дії» [61]. У дискурсі американських кандидатів в президенти (аналізувались передвиборчі промови Барака Обами, Хіларі Клінтон та Дональда Трампа) агітаційна стратегія, як правило, реалізується тактиками обіцянки і призову/спонукання адресата до дії.

У політичному дискурсі глобальна інтенція кооперації, втілена через локальну інтенцію агітації, досягається тактикою обіцянки за рахунок створення в аудиторії позитивного образу духовного та фізичного благополуччя шляхом впровадження значущих для народу цінностей і обіцянки їх практичного досягнення.

Мовними маркерами тактики обіцянки аналізованих політиків служать лексичні одиниці зі значенням обіцянки (promise).

Знаки невербального мовлення демонструють стійкий функціональний зв'язок з вербальною комунікацією і в ідіодискурсі кандидатів в президенти

зводяться, в основному, до рухів руки або голови: це кивання головою, рух двох рук, стиснений кулак, помах правої руки, рух вказівного пальця, О-подібний жест).

Наприклад, в межах електорального дискурсу для введення умовних підрядних речень Обама використовує сполучник «when»/«коли», а не сполучник «if»/«якщо», оскільки «if» передбачає альтернативу, а «when» - вже вирішене питання і відрізняється ступенем впевненості в тому, що промовець буде обраний президентом. Тим самим подібний сполучник служить способом прихованого впливу на свідомість адресата (маніпулювання). Концепт «економіка» номінований прямо (spending money), а концепт «нація» - за допомогою концептуальної онтологічної метафори «середній клас - це предмет, який повинен увійти в колію» (on track) після реформи цільового оподаткування (earmark reform). Ця метафора створює позитивний імідж президента в свідомості аудиторії, асоціюючи його з економічними змінами в кращу сторону.

(1) *We need earmark reform. And when I'm president (жест «щипка соли»), I will go line by line to make sure that we are not spending money unwisely. But the fact is that eliminating earmarks alone is not a recipe for how we're going to get the middle class back on track (BO, URL).*

Проведений аналіз передвиборчих обіцянок електорального дискурсу дає можливість виділити серед них конкретні і абстрактні. Так, Х.Клінтон та Д.Трампа усвідомлено розмежовують свої обіцянки на довгострокові, не конкретизуючи терміни і засоби реалізації задуманого, і прив'язані до конкретних термінів, цифр, результатів в сфері безпеки, соціальній та економічній сферах. За тематичним параметром в передвиборчому дискурсі аналізованих політиків виявлено:

1. Конкретні обіцянки, які стосуються певних проблем, які майбутній президент має намір вирішити сам (або з допомогою своєї команди), акцентуючи увагу на когнітивних ознаках ключових концептів:

- концепт економіка (мінімізація паливної залежності, збільшення мінімальної зарплати, фінансові штрафи);
- концепт охорона здоров'я (план реформ у сфері охорони здоров'я);
- концепт безпека (виведення військ з Іраку, розгортання додаткових військових сил в Афганістані, створення Програми з питань колективної безпеки);

2. Абстрактні обіцянки:

- концепт нація (сфера відповідальності і питання освіти);
- концепт безпека (протистояння терористичним угрупованням в цілому).

Розглянемо приклади передвиборних промов, засновані на конкретних обіцянках. Так, Х.Клінтон має намір зменшити паливну залежність і знизити викиди вуглецю. Президент робить акцент на кількості використовуваного населенням автотранспорту і палива і обіцяє, що до 2020 року буде спостерігатися значна паливна економія. Тим самим він актуалізує концепт економіка (save). Образна складова концепту розкривається в онтологічній метафорі-персоніфікації економна людина, яка здатна заощадити 2,5 мільйона барелів нафти [74]).

У наступних висловлюваннях актуалізовано концепт економіка (minimum wage, income) у формі когнітивної метафори дохід - це людина, яка щорічно «піднімає» мільйони американців з бідності. Тим самим метафора формує у свідомості народу Америки позитивну асоціацію зростання доходів з кандидатом в президенти Х.Клінтон і її командою:

(8) *One of the most successful anti-poverty programs in history has been the Earned Income Tax Credit (зниження тембру мови) - additional income that lifts*

nearly 5 million Americans out of poverty every year. As President, I will double minimum wage for the number of single workers from the \$ 175 they get today to \$ 555 (HC, URL).

Потенціал тактики обіцянки підсилює когнітивна метафора вмістилище зі згадуванням кожного (every) американця: програма охорони здоров'я (*health care plan*) - це укриття, яке захистить всіх громадян:

(11) And I promise you this - (вказівний палець піднятий, а великий палець стосується кінчика середнього пальця) I will sign a universal health care plan that covers every American by the end of my first term in office as your President. Count on it (BO, URL).

Гарантії безпеки в дискурсі і в діях кандидатів в президенти дуже важливі для громадян США. Д.Трамп використовує тактику обіцянки (I will create), запевняє громадян у створенні Програми Колективну Безпеку, підкріплюючи свої слова голосовими акцентами і уповільненням темпу мови.

У випадках, коли мова йде про проблеми, вирішення яких неможливо в даний момент, політики використовують обіцянки абстрактного порядку. Так, аргументуючи свою думку про стан справ в країні, Д.Трамп - майбутній президент говорить про індивідуальну відповідальність і обіцяє приділити особливу увагу формуванню колективної відповідальності в світі. При цьому концепт нація актуалізований метонімічно (перенесення → нація → уряд → Washington):

(12) But just as we have individual responsibilities, at the dawn of the 21st century we also have a collective responsibility. This responsibility is one that's been missing from Washington for far too long - a responsibility I intend to take very seriously as President (DT, URL).

В цілому, в кооперативному дискурсі тактика обіцянки актуалізує всі ключові концепти-ідеологеми, вона маркується лексично (дієсловами обіцянки),

граматично (умовними підрядними реченнями) і супроводжується, як правило, кінетично (жестами: руху розкритих долонь, «щіпка солі») і просодично: зниженням тембру, уповільненням темпу мови.

Тактика обіцянки пов'язана з тактикою призову/спонукання до дії. Для політичного дискурсу в цілому характерно «здійснення акту переконання, перетягування опонентів на свою сторону», спонукання адресата діяти [36]. Тактика призову/спонукання в дискурсі «звичайно розміщується після обіцянок <...> і завершує текст виступу» [36], підкріплюючи образ харизматичного вождя.

При цьому заклик є частиною «суспільно-політичної комунікації», а «мовець і адресат є суб'єктами» політичної діяльності [36]. Заклик нерідко визначається через апеляцію - «звернення з проханням, звернення до громадської думки», хоча сама апеляція є різновидом призову. Серед різних типів закликів: заклик-гасло, заклик-апеляція, заклик-звернення і заклик-звернення. За нашими даними, в пропрезидентському дискурсі Д.Трампа і Х.Клінтон превалює заклик-звернення як «складний мовної акт в рамках суспільно-політичної комунікації, який призначений для конкретного адресата - товариства <...> з метою спонукати його виконати дію» [27]. У президентському дискурсі Д.Трампа тактика призову маркується дієсловами у формі наказового способу *let's ...*, конструкцією *It's time to ...*, після яких слідують конкретні заклики і спонукання.

У тактиці призову агітація заснована на емоційному навіювання позитивного або негативного плану. У дискурсі Х.Клінтон тактика призову-гасла, за нашими даними, не перевищує 8% із загального числа висловлювань, у Д.Трампа трохи вище – до 13%. Так, у своїй передвиборчій кампанії Трамп використав заклики-гасла, що дають надію на позитивні зміни життя американського народу «*change we can believe in*», «*yes we can*», «*hope*», «*bend*

over» (намагатися з усіх сил). На думку Е. І. Шейгал, «слова-лозунги призначені для висунення на передній план в агітаційних цілях актуальних політичних реалій». Вони виконують «агітаційно-пропагандистське завдання на відносно постійній основі, перебуваючи в полі зору електорату досить тривалий час» [51].

Серед закликів експліцитного характеру спонукання до дії займає, за зібраними даними, лідируюче місце (65%) в дискурсі передвиборчої агітації американських політиків. Тематика передвиборчих закликів відповідає основним дискурсоформуючих концептів: охорона здоров'я, економіка, безпека. Оскільки фокус закликів і спонукань в передвиборному дискурсі американських політиків зосереджений на проблемах охорони здоров'я, економіки і безпеки, концепт нація присутній в їх висловлюваннях імпліцитно, тому що всі звернення кандидатів в президенти спрямовані до американського народу.

У наступному прикладі тактика призову реалізована експліцитно (маркер *It's time to ...*); вона розкриває позиції Б. Обама як прихильника реформи охорони здоров'я і об'єднання представників бізнесу, демократичних і республіканських сил для модифікації системи страхування населення і роботи фармацевтичних компаній. Концепти охорона здоров'я (*health care*) і нація (*unions*) актуалізуються за допомогою метафоричних моделей страхові / медичні кампанії - це люди, які сидять за столом:

(18) *It's time to turn the page on health care - to bring together unions and businesses, Democrats and Republicans, and to let the insurance and drug companies know that while they get a seat at the table, they do not get to buy every chair* (BO, URL).

У наступному прикладі актуалізовані концепти охорона здоров'я (*health care*) і нація, останній представлений когнітивною метафорою персоніфікації, її різновидом покоління - це людина, яка здатна розмовляти. Сам заклик

звернений до народу Америки - підтримати план президента щодо реформи охорони здоров'я:

(19) *Let's be the generation that says right here, right now, that we will have universal health care in America by the end of the next president's first term* (BO, URL).

Концепти нація і безпека актуалізовані в закликах як метонімічно (America замість нація), так і лексемами - номінаціями окремих концептуальних ознак безпеки (peace), концепт безпека представлений когнітивною метафорою війська - це артефакт (інтегративний простір метафоричного перенесення - предмет, який можна принести/повернути додому):

(23) *America, it's time to start bringing our troops home. It's time <...> to come to the table and find peace* (BO, URL).

У наступних прикладах присутня апеляція до різних складових концепту безпека: фінансова безпека (prosperity), фізична безпека (safe). Концепт нація представлений двома різновидами когнітивної метафори-персоніфікації: в першому випадку покоління - це людина, яка може гарантувати робочим процвітання, а в другому - її різновид покоління - це людина, яка може покінчити з бідністю:

(24) *Let's be the generation that ensures our nation's workers are sharing in our prosperity* (BO, URL).

(26) *Let's be the generation that ends poverty in America. Every single person willing to work should be able to get job training that leads to a job, and earn a living wage that can pay the bills, and afford child care so their kids have a safe place to go when they work. Let's do this* (BO, URL).

В цілому, серед тактик призову в президентському дискурсі американських політиків переважають заклики-звернення, які об'єктивують дискурсоформуючі концепти охорона здоров'я, економіка безпека і нація. Цілям

персуазивного і аргументативного впливу служать конструкції типу: It's time ..., let's ... і дієслова наказового способу.

2.2. Аргументативні стратегії і тактики американського електорального дискурсу

Аргументація реалізує інтенцію - змінити переконання іншої сторони (аудиторії). Аргументація - це «вербальна, соціальна і раціональна діяльність, метою якої є переконання розумної особистості в істинності тези з допомогою сукупності тверджень, які або доводять, або спростовують тезу» [52].

Когнітивна теорія аргументації «ґрунтується на визначенні процесу мовної комунікації» [45] як «передачі знань від одного учасника ситуації спілкування до іншого» [45]. Стратегія аргументації трактується як «вибір того, «що сказати» і того, «де сказати це».

Політична пропаганда, як підкреслює Є.І. Шейгал, «діє через аргументацію, оперування фактами, раціональне переконання» [51]. При цьому аргументація - це інтелектуальна діяльність, включена «практично в усі сфери життя людини, пов'язані з потребою переконання адресата в необхідності прийняття висунутої тези» [51]. Аргументація визначається як «різновид комунікативної діяльності, спрямованої на переконання адресата за допомогою аргументів (де аргумент - це засіб переконання, має мовну форму вираження і апелює до розумових здібностей адресата і його особистісних цінностей)» [51]. Переконання - одне із стратегічних завдань аргументації, яке спрямоване на трансформацію концептосфери адресата і тим самим контролює його свідомість. Так, аргументація (в тому числі емоційна аргументація передвиборчого дискурсу) постає як «спосіб мовного впливу на адресата за

допомогою тез і аргументів, в результаті якого в модель адресата вводяться нові знання з метою <... > впливу на процес прийняття <...> рішень» [47].

В цілому, аргументативна стратегія в електоральному дискурсі американських політиків містить в собі набір реалізуючих її тактик: самопрезентації, ототожнення і тактику ілюстрації.

Тактика самопрезентації типова для американської «індивідуалістичної» культури: «в індивідуалістичних культурах здійснюється ідіоцентрична соціалізація особистості; <...> члени таких товариств цінують особисту автономію, змагальність, самодостатність ... »[43]. Тактика самопрезентації втілює одне з головних завдань харизматичного політичного лідера - завдання «сподобатися народу» і служить засобом формування його іміджу в ході політичної боротьби за отримання/утримання влади.

Імідж - «це стереотип людини, що закріпився в масовій свідомості. Він покликаний в концентрованій формі відображати суть людини або партії» [12]. На думку Г.Г. Почепцова, люди мають «публічне «Я», за яким іноді може ховатися інше «Я»», тобто імідж «являє собою звернене зовні «Я» людини, так зване її публічне «Я».

Механізм досягнення необхідного кандидату в президенти результату включає використання позитивних образів для формування в свідомості виборця позитивних характеристик своєї особистості. Стратегії самопрезентації найбільш характерні для електорального дискурсу, коли політик вирішує завдання уявлення себе і своєї програми (і ширше - партії і команди) виборцям. Їх можна розділити на інформаційно-інтродуктивні, інформаційно-модифікуючі і інформативно-креативні.

Інформаційно-інтродуктивні стратегії служать введенню теми і її оцінюванню адресантом політичного дискурсу. Вони діють на основі когнітивно-інформативних стратегій самопрезентації, змістовного аналізу і

оцінки ситуації, які реалізуються в трьох тактиках, що виділяються на підставі того, яка зі складових концепту - понятійна, образна або ціннісна - піддається оцінці адресанта. Це, відповідно, тактики понятійної, образної та ціннісної категоризації. У нашій роботі ми розглядаємо тактику самопрезентації як частину аргументативної стратегії, яка, в свою чергу, підпорядковується глобальній стратегії кооперації.

Інформативно-модифікуючі стратегії застосовуються для здійснення аргументованого раціонально-емоційного впливу, за рахунок досягнення розриву асоціативних зв'язків адресата і встановлення нових. Фактично, вони служать для модифікації (зміни) раніше поданої інформації.

У інформативно-креативних стратегіях аудиторія виступає як референціальний об'єкт. Дані стратегії безпосередньо трансформують концептосферу виборця, вводячи нову інформацію і спонукаючи виборців зробити вибір на користь кандидата. Тактика введення додаткової інформації складається в повідомленні адресату нових фактичних даних, що стосуються обговорюваної ситуації, які можуть бути вигідні для адресанта.

Наприклад, в ситуації презентації планів Х.Клінтон на майбутнє стратегії дискурсу дозволяють політику ввести потрібну йому тему/інформацію, потім змінити думку про цю тему у аудиторії і на завершення дати своє бачення проблеми, тим самим змінюючи свідомість слухачів, вигідну самому політику і його команді. В цілому, для самопрезентації Х.Клінтон актуалізує значущі для аудиторії концепти шляхом їх прямих номінацій (використовуючи ім'я концепту), або називаючи певні ознаки концептів нація, охорона здоров'я та економіка.

Мовними маркерами тактики самопрезентації служать дієслова самооцінки, наміри, мислення в формах Present Simple (I stand before you/I'm best suited), Future Continuous (I'll be going), Past Simple (I accepted/I introduced).

Формуючи впізнаваний позитивний імідж, свої публічні виступи кожен з аналізованих політиків традиційно починає з жартівливого висловлювання. Як правило, такі жарти пов'язані з темою виступу політика або націлені на широку аудиторію, яка не може похвалитися почуттям гумору. Такий маркер невербальної комунікації як сміх/посмішка робить політика ближче до народу, знижує офіційність ситуації і сприяє сприйняттю вербальних повідомлень аудиторією.

За допомогою навмисного виклику сміху як маркера самопрезентації Б. Обама намагається розрядити обстановку і налагодити контакт з аудиторією, позиціонуючи себе як «простого» і «свою» людину, який цікавиться спортивним життям і т.п. У його висловлюванні концепт нація актуалізований метонімії (delegation замість Americans):

(32) *Well, first of all, I have not attended Olympics in the past, I'll be going to a lot of Olympic Games post-presidency. (Laughter.) I think the delegation speaks for itself. You've got outstanding Americans, outstanding athletes, people who will represent us extraordinarily well* (BO, URL).

Тактика самопрезентації найбільш повно реалізується в заявах політиків про висунення своєї кандидатури на пост президента. У своєму передвиборному дискурсі Б. Обама позиціонує себе як виходець із народу з невеликою зарплатою (близько 1 тисячі доларів на місяць). Основною тезою є його слова про те, що він має намір вкласти свою лепту в поліпшення Америки. У наступному прикладі концепт нація (community, America) актуалізується за допомогою когнітивної метафори америка - це будівля, яке можна будувати:

(33) *But a group of churches had offered me a job as a community organizer for \$ 13,000 a year. And I accepted the job, sight unseen, motivated then by a single, simple, powerful idea - (руки з'єднані в замок) that I might play a small part in building a better America* (BO, URL).

За допомогою тактики самопрезентації Д.Трампа демонструє народу Америки свої позитивні якості (I carried, I fought, I passed), актуалізуючи концепт економіка (bankruptcy bill, money) і концепт нація (American people):

(36) *They're the voices I carried with me to Washington, where the first bill I introduced was to make college more affordable; where I fought against a bankruptcy bill that made it harder for families to climb out of debt; and where I passed the most sweeping lobbying reform in a generation - reform that forced lobbyists to tell the American people who they're raising money from and who in Congress they're funneling it to* (DT, URL).

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що завдяки тактиці самопрезентації Д.Трампа формує в свідомості американського народу імідж харизматичного лідера, героя, рятівника країни, свого хлопця. Для цієї тактики є типовою актуалізація ключових концептів-ідеологем нація, економіка і велич Америки. Самопрезентація Д.Трампа маркована як лексично (озвучування конкретних цифр і дат), так і граматично (використання обмеженого числа дієслівних форм), супроводжується невербальними засобами.

Тактика ототожнення (самоототожнення) з народом служить в дискурсі Х.Клінтон досягненню глобальної мети - отримання влади шляхом забезпечення позитивного сприйняття як самої особистості політика, так і його дій. «Суть тактики ототожнення - в демонстрації символічної приналежності до певної соціальної, статусної або політичної групи». Якщо лідер сприймається як «свій» і озвучує проблеми, які близькі його аудиторії, він може розраховувати на її підтримку.

Персуазивна мета політика досягаються за рахунок формування позитивного образу у аудиторії. Тактика ототожнення спирається на понятійну категоризацію і спрямована на зміну понятійної складової релевантних для ситуації впливу концептів.

Ця тактика включає ототожнення об'єктів одного або різних рівнів. Ототожнення, засноване на встановленні нових асоціацій, може здійснюватися через безпосереднє ототожнення ($A \in B$); зближення з властивостями або «фамільна схожість» (A володіє B); ототожнення з окремою ознакою (A має відношення до B); зближення з нетиповими ознаками (A має відношення до B).

В американському суспільстві виборці традиційно віддають свій голос за кандидата, який належить до тієї партії, за представників якої вони голосують десятиліттями, і вибір робиться несвідомо. У сім'ях прийнято протягом декількох поколінь голосувати за республіканців або за демократів.

За нашими даними, в тактиках ототожнення Х.Клінтон актуалізуються ідіоконцепти нація, економіка, охорона здоров'я та безпека. Так, актуалізація концептів в тактиках ототожнення здійснюється як прямо, так і метафорично, а також невербальними засобами. Як мовні маркери ототожнення себе і своєї команди з країною Д.Трампа, як правило, замінює займенник *I* на займенник *we*. Президент не прямо говорить про те, що він зробив, а побічно повідомляє про свої позитивні результати, використовуючи займенник множини або назва цілої країни *America*, маючи на увазі свою команду (метонімія), тим самим знижуючи рівень власної відповідальності за можливі негативні наслідки своєї політики.

Наприклад, Д.Трампа ототожнює себе з народом Америки, актуалізуючи концепт нація (*people*):

(41) *<...> we are no longer divided, North and South, slave and free. <...> we have the chance to face the challenges of this millennium together, as one people - as Americans* (DT, URL).

У наступному прикладі просодика супроводжується актуалізацією концепту нація (*America, people*) у вигляді когнітивної метафори Америка - це людина, яка знаходиться на роздоріжжі:

(42) *At a time when America finds itself at a crossroads, facing challenges we have not seen in decades, we need to hold on to this idea more than ever. The powerful idea that in the face of impossible odds, ordinary people can do extraordinary things* (DT, URL).

У тактиці ототожнення в дискурсі Д.Трампа також зафіксована одночасна актуалізація декількох концептів, наприклад, нація і безпека (America, secure), де останній також представлений поняттям фізична безпека (система скорочення викидів вуглекислого газу):

(44) <...> (погляд вліво і вгору) *cap-and-trade system that would achieve real near-term reductions in greenhouse gas emissions and return America to a position of leadership so that we can secure an effective and equitable global solution to this crisis* (DT, URL).

Використовуючи тактику ототожнення себе з народом (we all), Х.Клінтон наполягає на такій державній економічній політиці, яка допоможе жінці досягти успіху, одночасно позиціонуючи себе як захисницю жіночої статі:

(46) *We all have a stake in choosing policies that help women succeed* (HC, URL).

Використовуючи тактику самоототожнення з релігійними і цивільними лідерами (We are working, we are mobilizing), Б. Обама позиціонує себе і свою команду як захисників соціальних (релігійних) меншин (religious minorities):

(48) *We are working with a broad coalition against those who have subjected religious minorities to unspeakable violence and persecution, and we are mobilising religious and civic leaders to defend vulnerable religious communities* (BO, URL).

Концепт БЕЗПЕКА актуалізується в президентському дискурсі Д.Трампа за рахунок поняття financial security (saving), а тактика ототожнення маркована займенником 1 особи множини (we):

(50) *When the auto industry accounts for one in ten American jobs, we all have a stake in saving those jobs* (DT, URL).

Лексично тактика маркується займенниками 1 особи однини і множини.

Тактика ілюстрації. Локальна мета електорального дискурсу досягається за рахунок використання конкретних прикладів, фактів, які свідчать про минулі і майбутні події, які показують політика в хорошому світлі. Відомо, що в риторичі ілюстративний тип аргументу вважається одним з найпоширеніших засобів впливу. Підкріплюючи свої слова реальними аргументами, кожен із аналізованих політиків налаштовує аудиторію на сприйняття як уже відомої інформації, що відноситься до його минулих позитивних вчинків, так і до політичних дій, спрямованих на перспективу.

Механізм ілюстрування передбачає актуалізацію ключових ідіоконцептів і використовує мовні маркери: конкретні дані, числівники тощо. Успішність цієї тактики передбачає серйозну підготовчу роботу помічників кандидата в президенти, які відповідають за правдивість і ілюстративність наведених даних, - всієї команди професійних політичних менеджерів», всіх «менеджерських систем підтримки.

Так, Обама наводить приклад зростання робочих місць на більш, ніж 4 мільйони за останні 2,5 року. У наступному прикладі тактики ілюстрації актуалізовані концепти нація, економіка (workers, manufacturing jobs) і концептуальна метафора бізнес - це людина, який закриває свій офіс. Подібна тактика сприяє формуванню позитивного іміджу Б. Обами, який перераховує, чого зміг домогтися за час свого першого терміну перебування при владі:

(54) *We've seen small businesses who almost had to shutter their doors during the crisis <...> (погляд вліво вниз) And somehow, inch by inch, yard by yard, mile by mile, they've been able to come all the way back and are now starting to hire workers*

again: over 4.4 million jobs created over the last 2½ years, over 500,000 manufacturing jobs (BO, URL).

Ілюструючи глобальні зміни в країні, Обама наводить приклад з історії США, нагадуючи про Велику Депресію і висадки людини на Місяць. Він апелює до почуттів гордості за свою країну і створює позитивний приклад звершень, кажучи про зміни, які можуть статися з його допомогою, і актуалізуючи концепт нація (country, people) за допомогою номінацій patriots, millions. Ці слова асоціюють в свідомості аудиторії колишні звершення країни з образом її нинішнього президента:

(56) And we should take heart, because we've changed this country before. In the face of tyranny, a band of patriots brought an Empire to its knees. In the face of secession, we unified a nation and set the captives free. In the face of Depression, we put people back to work and lifted millions out of poverty. We welcomed immigrants to our shores, we opened railroads to the west, we landed a man on the moon (BO, URL).

Тактика ілюстрації реалізується за допомогою аргументації Х.Клінтон на захист жінок за надання їм рівних (full and equal) можливостей, при цьому актуалізується концепт економіка:

(57) We need to make to ensure that women are full and equal participants in the economy (HC, URL).

Ілюструючи положення американок-трудівниць, Х.Клінтон актуалізує концептуальний ознака економіка - важка праця (working hard). Ця тактика підвищує вплив заклику політика (we have to do better) поліпшити становище працюючих жінок як елемента зростання загального добробуту:

(62) So while many women are working hard to support themselves and their families, they're still facing unfair choices, outdated workplace policies. That holds them back, but it also holds all of us back. We have to do better, because women

deserve better. And, by the way, when women do well, everybody does well (НС, URL).

У наступному прикладі Б. Обама ілюструє результат своєї діяльності, актуалізуючи комплекс з трьох концептів-ідеологем: концепт нація (people); концепт економіка (tax cuts); охорона здоров'я (health care).

(64) *People told me I could not reform a death penalty system that had sent 13 innocent people to death row. But we did that. They doubted whether we could put government back on the side of average people - but we put tax cuts in the pockets of the working families who needed them instead of the folks who did not. And I passed health care reform that insured another 150,000 children and parents* (ВО, URL).

Таким чином, тактику ілюстрації лексично маркують цифрові показники і деталі.

2.3. Маніпулятивно-конфронтаційні стратегії і тактики американського електорального дискурсу

Питання маніпулювання індивідуальною і масовою свідомістю останнім часом стало центром досліджень значної кількості психологів і лінгвістів. Маніпуляція (від лат. Manipulus - пригорща, жменю, manus - рука: дія рукою або руками при виконанні якої-небудь складної роботи) отримала переносне значення - «витівка, махінація». Мовне маніпулювання відбувається за рахунок спотворення «денотата-події» в ході оперування реченнями в рамках цілого тексту, фрагмента тексту або окремого висловлювання».

Зокрема, за допомогою маніпулятивних прийомів і тактик політичного опонента можна виставити в поганому світлі, при цьому маніпулятивна стратегія частково перетинається зі стратегією дискредитації, яку В.І. Карасик називає різновидом маніпулятивної стратегії. Цілі впливу у цих двох стратегій

збігаються, хоча метою маніпулятивного впливу не завжди є прагнення негативного (дискредитуючого) плану.

У цій роботі ми розмежовуємо стратегії маніпуляції на маніпулятивно-кооперативні, представлені в електоральному дискурсі американських політиків тактиками ціннісних орієнтацій, наснаги і надії; і маніпулятивно-конфронтаційні - тактика прогнозування негативних наслідків.

Тактика ціннісної орієнтації. Персуазивний потенціал політичних виступів нерозривно пов'язаний з тим, наскільки політичний лідер може реально оцінювати ціннісну складову аудиторії і актуалізувати її в своїх публічних виступах.

Політичний дискурс в цілому і електоральний дискурс, зокрема, пов'язаний з ціннісними орієнтирами в суспільстві, які утворюють його концептуальну основу.

Поняття цінності трактується в філософії як здатність того чи іншого предмета, явища задовольняти потреби, бажання, інтереси соціального суб'єкта (індивіда, групи людей, суспільства).

Локальна інтенція політика, який вдається до тактики ціннісної орієнтації, сфокусована на завоюванні довіри якомога більшої кількості виборців за рахунок комплексного використання в дискурсі політика апеляцій до загальнолюдських цінностей. Механізм цієї тактики заснований на актуалізації позитивно забарвлених або бажаних для аудиторії подій, фактів, цілей за допомогою їх постійного озвучування.

До числа мовних маркерів тактики ціннісної орієнтації належать: 1) граматичні (дієслівні форми Present Simple/Continuous, Past Simple, Present Perfect), 2) лексичні (прямі і переносні номінації ключових концептів, а також номінації антицінностей).

У наступному фрагменті дискурсу кандидата в президенти присутні як цінності - охорона здоров'я (health care), освітня система (school system), так і анти цінності - війна (war in iraq) і криза в області охорони здоров'я. Криза образно представлена в формі контейнера/вмістилищ, в якому знаходиться народ Америки. Подібна метафора виступає способом створення вигідного політику позитивного асоціативного зв'язку в свідомості аудиторії і виявляє зв'язок виходу з кризи в сфері охорони здоров'я з ім'ям Обама, провокуючи виборців голосувати за того кандидата, який в їх образному уявленні може вивести їх з кризи. Довіри до кандидата додає жест напіврозкритою долонню, що сприяє формуванню довірчих почуттях у тих, до кого спрямований цей жест Б. Обама:

(67) *They're ready to turn the page on the old politics and the old policies - whether it's the war in Iraq or the (напіврозкрита долоню) health care crisis we're in, or a school system that's leaving too many kids behind despite the slogans* (BO, URL).

Американці дуже патріотичні, цим користується Д.Трампа під час своїх передвиборчих виступів. Він каже про основні цінності народу США – країну (country), людей (people) і союзи ах (union), які формуються з робітників. Все це складові концепту нація (nation). Ціннісні концепти (value concepts) в дискурсі базуються на взаємному розумінні того, що залишається недомовленим. Така недомовленість присутня в образному шарі концепту, актуалізованого онтологічною когнітивною метафорою країна - це людина, яка пристосовується/бореться. Трамп підкреслює, що Америка - не та країна, яка пристосовується (settles), а та, що бореться (fought) за виживання. Подібна метафора сприяє формуванню почуття гордості за свою країну у народі США:

(67) *We are not a country that settles for survival of the fittest, but a people who have always fought for survival of the nation. That's how we gave workers the right to organize and form a union (DT, URL).*

Тактика ціннісної орієнтації втілюється в дискурсі Д.Трампа лексично (номінації *dignity* і *faith*), підкреслюючи прихильність політика американським ідеалам і цінностям свободи віросповідання:

(72) *All people deserve the fundamental dignity of practicing their faith free from fear, intimidation and violence* (DT, URL).

Тактика ціннісної орієнтації реалізується і високою оцінкою конкретних груп населення, наприклад, вихвалянням представниць слабкої статі (*women, passion and courage, highest ideals*), що служить актуалізацією концепту нація:

(73) *With passion and courage, women have taught us that when we band together to advocate for our highest ideals, we can advance our common well-being and strengthen the fabric of our nation* (CH, URL).

Номінації базових американських цінностей (*peace, human rights, prosperity*) і антицінностей (*war, genocide, dangerous weapons*) актуалізують концепт нація (*men and women*) і служать формуванню образу Б. Обама - миротворця в усьому світі:

(75) *America led the world in constructing an architecture to keep the peace: a Marshall Plan and a United Nations, mechanisms to govern the waging of war, treaties to protect human rights, prevent genocide, restrict the most dangerous weapons. The service and sacrifice of our men and women in uniform has promoted peace and prosperity from Germany to Korea* (BO, URL).

У наступному прикладі Х.Клінтон прямо апелює до основної цінності Американського народу - нації, використовуючи слова *core values*, тим самим актуалізуючи концепт нація через його значення (*country, American people*) за

допомогою метафоричної моделі країна - це артефакт, предмет, який можна розгорнути назад:

(77) *<...> in 2008 was start this process <...> to turn this country back towards those core values, to turn this country back towards our best selves and our best ideals. <...> we believed in this country, and we believed in the American people* (CH, URL).

Тактика ціннісної орієнтації в дискурсі Д.Трампа спрямована на згуртування народу США за рахунок актуалізації концепту нація (American people) і основних цінностей і віри в позитивні зміни:

(78) *When the American people come together and focus on those values that have made us strong, they cut through all the nonsense. It does not matter how much the other side spends, change happens* (DT, URL).

Наступна цінність, яка відповідає ключовому концепту електрорального дискурсу безпека (secure), образно представлена антицінностями терористів і актуалізована онтологічної метафорою терористи - це сутність, яку можна послабити, виснажити. За словами Д.Трампа, запорукою забезпечення внутрішньої безпеки є боротьба з тероризмом, який є «ворогом» для Америки. Невербально Д.Трамп підкріплює свої слова, направляючи вказівний палець правої руки на аудиторію, акцентуючи сказане: (вказівний палець правої руки)

(81) *We did not develop new capabilities to defeat enemy, or launch a comprehensive strategy to dry up the terrorists 'base of support. We did not reaffirm our basic values, or secure our homeland* (DT, URL).

Для актуалізації цінності економіки Х.Клінтон використовує один зі складових концепту економіка (free market), який створює процвітання. Образ, який нав'язує Клінтон народу США, представляється у вигляді когнітивної метафори вільний ринок - це мотор. Подібне метафоричне порівняння виступає

способом формування почуття гордості у американців за свою країну і закріплює асоціативні зв'язки правління демократів з процвітанням Америки:

(83) *I believe that America's free market has been the engine of America's great progress. It's created a prosperity that is the envy of the world* (CH, URL).

Концепти нація (America) і економіка (manufacturing) актуалізуються когнітивними онтологічними метафорами промисловість - це людина, яка повертається і цінності - це артефакт, здатний рухатися вгору:

(84) *Manufacturing is coming back to America. Home values are on the rise* (CH, URL).

В цілому, ідіологічна складова електорального дискурсу американських політиків охоплює звернення до ціннісних орієнтирів як матеріального, так і духовного порядку. Вміле використання кандидатами в президенти даної тактики - спосіб не тільки підвищити свою привабливість і тим самим харизматичність, а й запорука успішного маніпулятивного впливу на масову аудиторію за допомогою поєднання мовних маркерів, таких як апеляція до позитивних досягнень народу Америка (з використанням дієслівних форм Present, Past Tenses), прями і метафоричні номінації концептів, які збігаються з основними цінностями народу. Невербальні маркери вигідно відрізняють дану тактику різноманітністю жестів: стиснутий кулак, долоню на рівні голови тощо.

Тактика наснаги. Локальна інтенція адресанта в рамках цієї тактики націлена на формування позитивного сприйняття реалій, створення у аудиторії відчуття радості, наснаги і надії на краще майбутнє, впевненості в правильності політики свого кандидата. Ці завдання підпорядковані глобальній меті завоювання і зміцнення довіри аудиторії.

Тактика наснаги в дискурсі політиків заснована на апеляції до вищих сил: приміром, Х.Клінтон проводить паралель між Всевишнім і політикою, говорить про Божественне присутності у своїй політичній діяльності. Піднесенню

аудиторії служить і цитування президентів А. Лінкольна і Дж. Кеннеді. Х.Клінтон використовує лексему *inspire*, звертаючись до простих людей (*ordinary people*), які, на його думку, здатні на видатні вчинки (*extraordinary things*). Так, звертаючись до народу Америки і актуалізуючи концепт нація (*people*) Х.Клінтон направляє вказівний палець правої руки в сторону аудиторії, акцентуючи сказане:

(85) *So doing the Lord's work is a thread that's run through our politics since the very beginning. Imagine Lincoln's Second Inaugural without its reference to "the judgments of the Lord." Or King's "I Have a Dream" speech without its reference to "all of God's children." Or President Kennedy's Inaugural without the words, "here on Earth, God's work must truly be our own." At each of these junctures, by summoning a higher truth and embracing a universal faith, our leaders inspired ordinary people to achieve extraordinary things* (CH, URL).

У своєму передвиборному виступі в Детройті Д.Трамп каже про виробниче диво (*production miracle*) автовиробників міста, нагадуючи про успіхи правління Ф. Рузвельта, який надихнув людей на економічний прорив. Оперуючи концептом нація (*people, country*), Д.Трамп надихає своїх виборців на нове американське диво (*American miracle*), відкриваючи обидві долоні (знак відкритості і довіри):

(86) *The automakers had achieved a "production miracle", and it labeled Detroit "the Miraculous City . " It was a miracle that was distinctly American - the idea that in the face of impossible odds, people who love their country can rise to meet its greatest challenges. It's the kind of American miracle we need today* (DT, URL).

Тактика наснаги як спосіб маніпуляції масовою свідомістю з використанням мовних засобів в рамках «дискурсу надії» (*discourse of hope*), детально описаного в книзі британського політолога М. Леттца служить

посиленню персуазивна-маніпулятивного впливу електорального дискурсу. Так, актуалізація концепту безпека (peace) у дискурсі Х.Клінтон дає надію на безпеку повсякденному житті американських громадян навіть в умовах такої анти цінності, як війна. Використовуючи антоніми, такі як war, peace, despair, hope, Х.Клінтон маркує тактику наснаги, інтенсифікуючи ключові слова і знижує тембр голосу, чим привертає увагу аудиторії:

(88) *In the face of war, there can be peace . In the face of despair, there can be hope* (CH, URL).

При цьому особливу роль відіграє інтерсуб'єктивність дискурсу, яка проявляється у вираженні мовцем своєї впевненості в майбутньому, прихильності своїм ідеалам, віри в реальність перспектив.

Тактика наснаги і вселення надії на безпеку і краще життя реалізована висловлюваннями, аякий актуалізує концепт нація в онтологічній когнітивній метафорі-персоніфікації (модель Америка - це людина, який демонструє свої досягнення):

(89) *America must show through deeds as well as words - that we stand with those who seek a better life. That child looking up at the helicopter must see America and feel hope* (CH, URL).

Реалізація концепту економіка (market, rating agencies) в тактиці наснаги в електоральному дискурсі показує виборцеві, що Д.Трамп має намір повернути надію народу на прибуткове функціонування ринку. Тактику маркує вказівний палець, спрямований в бік аудиторії, як спосіб акцентувати сказане:

(90) *I believe that if we hope to restore trust in the markets, we must be able to trust the judgment of our rating agencies* (DT, URL).

В цілому, тактика наснаги експліцитно реалізується в електоральному дискурсі. Ця тактика комплексно реалізує дискурсоформуючі концепти безпека, нація, економіка в і використовує мовні маркери (модальнідієслова, дієслівні

форми Present і Past Simple, інфінітивні конструкції, герундій; лексеми зі значенням прагнення і надії).

Тактика умиротворення опонента. Тактика згоди з опонентом або, по І. І. Серякова - поступливості, спрямована на ухилення від конфліктної взаємодії. Механізм маніпулятивного впливу тактики умиротворення опонента полягає в тому, що погоджуючись з опонентом, політик дає помилковий позитивний настрій для потенційних виборців опонента. Виборці підсвідомо відчують, що можуть довіряти кандидату. Тим самим, кажучи, що опонент прав (Senator McCain's absolutely right, Governor Romney and I agree), політики маніпулюють свідомістю і впливають на вибір аудиторії.

Тактика умиротворення опонента актуалізує концепти економіка і нація. Мовні маркери цієї тактики представлені граматично: за допомогою дієслівних форм Present Simple, Passive, а також лексично (дієсловами зі значенням згоди: to agree, to be right і т.п.).

Використовуючи тактику умиротворення опонента, Х.Клінтон висловлює свою згоду з питань зовнішньої політики, актуалізуючи концепт економіка за допомогою метафоричної моделі економіка - це артефакт, який можна перебудувати. Говорячи «we», Х.Клінтон вказує в сторону аудиторії, чимчастково знімає з себе відповідальність за вимовлені слова, формуючи вигідний йому образ у народі Америки:

(93) And for the most part I agree on many of the steps that have to be taken. We've got to provide moral support to the Poles and Estonia and Latvia and all of the nations that were former Soviet satellites. But we've also got to provide them with financial and concrete assistance to help rebuild their economies (CH, URL).

Під час передвиборної кампанії 2012 року Б. Обама частково погоджується з губернатором М. Ромні, своїм опонентом в питаннях оподаткування, актуалізуючи концепт економіка (tax, corporate tax, expenses,

profit). Актуалізація важливого для аудиторії концепту економіка сприяє формуванню політичного іміджу політика шляхом створення позитивних асоціативних зв'язків: Б. Обама → зниження податку/lower our corporate tax rate, Б. Обама → податкові переваги/tax advantages:

(94) *We need to create jobs here. And both Governor Romney and I agree actually that we should lower our corporate tax rate. It's too high. But there's a difference in terms of how we would do it. I want to close loopholes that allow companies to deduct expenses when they move to China; that allow them to profit offshore and not have to get taxed, so they have tax advantages offshore (BO, URL).*

Тактика прогнозування негативних наслідків служить дискредитації опонента шляхом критики його дій в майбутньому. Механізм персуазивно-маніпулятивного впливу полягає в імпліцитному зверненні до життєво важливим для американських громадян концептів і формуванні негативних асоціацій з опонентом. Реалізуючи цю тактику, як правило, актуалізуються концепти нація і економіка. Мовними маркерами тактики служать дієслівні форми Present Simple, Present Continuous.

В цілому, тактика прогнозування негативних наслідків служить формуванню негативного іміджу опонента, з одного боку, і позитивного іміджу президента-харизматика (здатність до пророцтва), з іншого; при цьому в дискурсі актуалізуються концепти нація і економіка, взаємодіють мовні і невербальні (жестові і голосові) засоби.

Висновки до розділу 2

1. Персуазивно-маніпулятивний вплив на електорат в дискурсі американських політиків в стратегії і тактиці, розмежованих за принципом

мети: 1) кооперація - стратегії агітації (тактика обіцянки, призову/спонукання), стратегії аргументації (тактика самопрезентації, ототожнення, ілюстрування), маніпулятивно-кооперативні стратегії (тактика ціннісної орієнтації адресата, тактика наснаги), тактика наснаги, а також тактика умиротворення опонента) і 2) конфронтація - стратегії дискредитації (тактика звинувачення і критики), а також маніпулятивно-конфронтаційні стратегії (тактика прогнозування негативних наслідків).

2. В електоральному дискурсі американських політиків стратегія агітації реалізується тактиками обіцянки і призову/спонукання адресата до дії. Тактика обіцянки розділяється на довгострокові і короткострокові. Тактика призову в передвиборчому дискурсі об'єктивує ключові концепти дискурсу політиків в свідомості і підсвідомості електорату, акцентуючи увагу на темах охорони здоров'я, економіки, безпеки і проблеми освіти.

3. Стратегії аргументації в дискурсі кандидатів в президенти націлені на всі сфери життя людини і служать цілям переконання адресата та спонукання його до дії. Її реалізують: тактика самопрезентації і тактика ототожнення.

4. Маніпуляція масовою свідомістю як вид психологічного впливу здійснюється в передвиборчому дискурсі за допомогою негативно і позитивно забарвлених тактик: 1) маніпуляція, заснована на інформації негативного (дискредитуючого) плану, має на меті показати недоліки опонентів; 2) маніпуляція, заснована на цінностях, надіях і очікуваннях виборців, спрямована на підвищення власного рейтингу політика. Серед маніпулятивно-кооперативних стратегій виявлені тактики: маніпуляції цінностями, наснаги, умиротворення опонента.

5. Конфронтаційні стратегії і тактики електорального дискурсу (за чисельністю в 3 рази менше, ніж кооперативних), вони обмежені стратегіями дискредитації і маніпулятивно-конфронтаційними стратегіями. Користуючись

тактикою звинувачення і критики для успішного персуазивна впливу, політик одночасно вводить нову інформацію негативного характеру (інтродуктивно-інформативна стратегія), показуючи свою перевагу над опонентом і прославляючи себе самого: маніпулятивно-конфронтаційна тактика прогнозування негативних наслідків в електоральному націлена на прихований вплив на американських громадян, шляхом створення негативних асоціацій

РОЗДІЛ 3

ВІДТВОРЕННЯ АМЕРИКАНСЬКОГО ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

3.1. Способи еквівалентного відтворення українською мовою стратегій і тактик американського електорального дискурсу

Правильність і повнота передачі інформації полягає в тому, що відрізняє власне переклад від переказу чи викладу у скороченому вигляді, від усіх типів так званих адаптацій. Через це не виникає сумнівів, що можливість правильної передачі позначення речей, про які йде мова в оригіналі, та образів, пов'язаних з ними, потребує наявності певних знань про реальність, зображеної в тексті оригіналу (в незалежності від того, чи були отримані такі знання через пряме знайомство з цією дійсністю, набуті з книг або інших джерел). Мова йде про так звані «фонові знання», як називають комплекс уявлень, що формують реальне тло, на якому розгортається життєва картина іншої держави.

Сучасні процеси міжкультурної комунікації приділяють перекладу вагомую увагу, причому все частіше переклад тлумачать як механізм репрезентації іншої культури. Перекладачу відводиться роль не просто вербального перекодувальника, а інтерпретатора семантичного коду, який закладений у вихідному тексті. Перекладач не лише передає мовну одиницю оригіналу через мовну одиницю перекладу, в реальності він передає функцію вихідної мовною одиниці оригіналу мовною одиницею перекладу, яка має аналогічну функцію [55: 28].

Процес перекладу, незважаючи на те, в яких умовах він здійснюється (сприятливих чи несприятливих) і з якою швидкістю, складається з двох моментів: щоб перекласти, потрібно, в першу чергу, все зрозуміти, чітко

усвідомлюючи, що саме перекладається, провести аналіз у випадку, коли оригінал викликає певні труднощі, його критичну оцінку.

Після цього необхідно вибрати відповідні засоби вираження в мові перекладу. Кожне тлумачення оригіналу, є воно вірним чи невірним, і певне ставлення до нього зі сторони перекладача, яке може бути позитивним чи негативним, протягом усього процесу перекладу потребує вибору мовних засобів лексичного складу мови перекладу. Коли перекладач діє свідомо, а не механічно, у цього є зацікавленість у виборі найбільш оптимальних мовних засобів.

Головне завдання – об'єктивне відображення оригіналу – має сприятливий вплив на відбор відповідних засобів мови перекладу, потрібних для правильного розуміння оригіналу. Перекладений дискурс повинен мати на іншомовного адресата ідентичний вплив, який оригінал має на свого адресата. Домінанта електорального дискурсу - це поняття цінності, яку потрібно відтворити в перекладеному політичному тексті, враховуючи ціннісну ієрархію різних культур. Для стратегій і тактик електорального дискурсу важливе значення мають моральні та етичні цінності, пов'язані зі специфікою національного менталітету та темпераменту [27].

Переклад фактажу, який використовується у промовах американських політиків, не викликає великої кількості проблем, на відміну від перекладу тих уривків, які містять емоційні аргументи. Це можна пояснити тим, що мовні одиниці, якими виражаються раціональні факти, як правило вживаються в прямому значенні (в окремих випадках вони навіть моносемантичні):

(6) *John McCain proposes \$200 billion in new tax breaks for corporate America, \$1 billion alone for just eight of the largest companies, but no relief for 100 million American families* (BO, URL) – Джон МакКейн пропонує знизити податки американських корпорацій на 200 мільярдів доларів і на 1 мільярд – восьми

найбільших компаній, але не пропонує жодних знижок для 100 мільйонів американських родин.

Як видно з даного прикладу, при перекладі не виникло суттєвих проблем. Звісно, при перекладі у речення були внесені зміни (ці трансформації зумовлені нормами мови перекладу), але вони стосуються структури самого речення. Переклад такого тексту (інформаційного) не пов'язаний з труднощами з передачею мовою перекладу стилістичних та прагматичних аспектів мовних одиниць, оскільки такий тип тексту не має образності, у ньому не передаються почуття та емоції. Через це потрібно звернути особливу увагу на передачу емоцій у мові перекладу. Як було зазначено, у передвиборних агітаційних промовах, обраних для аналізу, емоційні аргументи виражалися через: емоційно забарвлену лексику, стилістичні тропи (метафори, епітети та інші), стилістичні фігури (різного характеру повтори), фразеологічні одиниці та через розмовну лексику. Такі елементи науковці відносять до категорії лексичних проблем перекладу. Таким чином, у даному розділі потрібно проаналізувати переклад саме таких одиниць мови.

В процесі вирішення лексичних проблем перекладу не можна забувати про адекватність перекладу. Виділяють три способи еквівалентності перекладу:

1. формальна еквівалентність, яка проявляється у подібному змісті, структурі та семантичних компонентах речення:

(10) *John McCain was wrong* (DT, URL) – Джон МакКейн був неправий.

2. часткова еквівалентність, яка проявляється у невідповідності одному з рівнів – лексичному, граматичному або стилістичному. Еквівалентність такого типу досягають через перекладацькі трансформації (лексичні і граматичні субституції, додавання, опущення, парафрази, компенсації). Щоб досягти такої еквівалентності, особлива увага приділяється стилістичному та прагматичному аспектам еквівалентності.

Для дотримання стилістичної еквівалентності використовують при перекладі лексичні одиниці, які мають відповідну стилістичну та емотивну конотацію (тобто слова високої, нейтральної та зниженої стилістичної тональності). Прагматичної еквівалентності досягають тільки при врахуванні екстралінгвістичного контексту та наявності необхідних фонових знань у перекладача:

(17) *Millions of Americans have been knocked down* (DT, URL) - Мільйони американців просто збиті з ніг.

3. ситуативна еквівалентність, при якій одне і те саме явище у мові оригіналу та у мові перекладу описують з різних позицій через відмінностях у мовних картинах світу. Таким типом еквівалентності є переклад кліше, наказів, застережень, фразеологізмів, усталених виразів та інше. Цей рівень передбачає у процесі передачі змісту і смислу повідомлення відсутність збереження форми загаломі: наприклад, *something is out of kilter* – щось пішло не в те русло.

У лексичному складі будь-якої мови є багато слів із постійним емоційним значенням. Проте це не ті слова, які вказують на предмети, явища чи поняття, це слова із конотативним забарвленням. Категорія емотивних лексем також включає слова із різних груп: вигуки, слова, якими виражаються людські емоції, та слова, які прямо не співвідносяться з певними предметами чи явищами, але виражають почуття, емоції та ставлення людини до цих предметів та явищ. Вони можуть використовуватись у будь-якому контексті, що і спричиняє десемантизацію їх значень: *awfully nice, pretty good*. У цих прикладах вони виконують функції інтенсифікаторів. В окремих випадках ці лексеми є вигуками: *Fine! Awful!* При перекладі потрібно дібрати у мові перекладу слова з відповідною емотивною функцією:

(22) *gas prices went up dramatically* (DT, URL) - Ціни на газ різко зросли.

(99) *what really happened* (DT, URL) - що насправді сталося.

(100) *public policy that truly reflects our values* (DT, URL) - державна політика, яка справді відображає наші цінності

(25) *we know too well how both the Republican and Democratic Parties operate* (BO, URL) - Ми занадто добре знаємо, як діють як Республіканська, так і Демократична партії

При перекладі прислівника *dramatically* виникаються складнощі через те, що за звучанням він має велику схожість із українським прислівником *драматично*, проте необхідно пам'ятати про існування так званих «хибних друзів перекладача», оскільки в реальності цей прислівник означає ефектно, яскраво, вражаюче, неймовірно, значно, сильно. При перекладу обрано значення *неймовірно*, оскільки воно у повній мірі передає емотивність англійського прислівника: ціни на газ неймовірно зросли. При перекладі наступних двох прислівників необхідно дібрати такі відповідники в українській мові, як *насправді* та *правдиво*: що *насправді* трапилося; державна політика, яка *правдиво* відображає наші цінності. Стосовно останнього інтенсифікатора *too well*, то при перекладі варто обрати відповідник *занадто вже добре*, оскільки він повною мірою передає емотивність слова оригіналу умові перекладу: *Занадто вже добре ми знаємо як працюють Республіканська та Демократична партії*. Окрім того, для перекладу цього речення використано транспозицію – означення *занадто вже добре* перенесли на початок вислову, щоб посилити стилістичний ефект.

На особливу увагу заслуговує переклад епітетів. Промови жінок-політиків викликають більше труднощів при перекладі ніж промови чоловіків, адже ці промови більш насичені емоціями. У своїх промовах жінки використовують більше епітетів ніж чоловіки. Дуже часто ці елементи мови оригіналу можна замінити рівноцінними за образністю елементами мови перекладу. Проте, іноді не вдається зберегти у повній мірі образність цих одиниць. Для прикладу

візьмемо такі епітети: *stolen elections*, *a sick government*, *"wasted" vote*, *right reasons*, *a vital pipeline*. Епітети *stolen* і *wasted* виражають марність минулих виборів і використані для того, щоб застерегти виборців від колишніх помилок. Тому емотивність не буде втрачена якщо дослівно їх перекласти – вкрадені вибори та змарнований голос.

Перекласти словосполучення *a sick government* можна через смисловий розвиток. У цьому випадку дослівний переклад неможливий, адже було б занадто грубо – хворий уряд. Саме тому це словосполучення можна передати як слабкий чи недієздатний уряд. Емотивність цього елемента у даному випадку дещо втрачається. Наступний епітет (*Americans expect us to go to Washington for the right reasons...*) також варто передати за допомогою смислового розвитку, адже іменник до якого відноситься цей епітет має багато значень (причина, мотив, аргумент, підстава, привід). Якщо для перекладу обрати варіант підстава, епітет можна передати за допомогою прикметника вагома: Американці очікують, що ми маємо вагомі підстави для того, щоб потрапити у Вашингтон... Епітет *vital* у словосполученні *a vital pipeline* перекладається як життєво важливі трубопроводи. При цьому емотивність слова та його прагматичне навантаження не втрачається, адже йде мова про вирішення проблеми постачання енергоносіїв, без яких не може існувати жодна розвинена країна.

Одним з важливих елементів політичних промов є метафоричні висловлювання та фразеологічні одиниці. Усі політики застосовують ці одиниці мови у своїх промовах, хоча жінки роблять це частіше. Передача цих одиниць також викликає труднощі при перекладі політичних промов. Як відомо, у мові перекладу метафоричні висловлювання мови оригіналу можна передати декількома шляхами – повним еквівалентом, метафорою з подібною образністю, або методом опису, повністю втративши при цьому образність вихідної метафори. Для прикладу:

(28) *Yes, we must provide more ladders to success for young men who fall into lives of crime and despair; average hockey mom* (НС, URL) - Так, ми повинні забезпечити більше сходів для досягнення успіху молодим чоловікам, котрі потрапляють у злочинне життя та відчай; звичайна пересічна мама

Метафоричне вислів *provide more ladders to success* та *fall into lives of crime and despair* у перекладеному тексті передається через використання метафор зі схожою семантикою - дати шанс досягти успіху та зійшли з правильного шляху. Форма вираження при цьому змінилася майже повністю: Так, ми повинні дати шанс досягти успіху молодим людям, які зійшли з правильного шляху. Метафора *average hockey mom* потребує пояснення, адже в українській мові немає такого поняття, яке б допомогло повністю передати значення цієї метафори. *Average hockey mom* означає, що це звичайна пересічна мати, основним завданням якої є виховання дітей. Образність цього висловлювання втрачена повністю.

Що ж до фразеологічних одиниць, то їхнє значення у мові перекладу також передається декількома шляхами:

1. Повними еквівалентами, якщо вони мають міжнародний характер (походять з латинської чи давньогрецької мов або є цитатами з Біблії тощо) або є сталими словосполученнями (значення цих одиниць впливає зі значення окремих їхніх частин): *Pandora's box* – скринька Пандори, *sword of Damocles* – Дамоклів меч, *above suspicion* – поза підозрою.

2. Частковими еквівалентами або одиницями з відповідною образністю перекладаються фразеологічні зрощення:

(29) *The Bush-McCain foreign policy has dug us into a very deep hole with very few friends to help us climb out* (DT, URL) - Завдяки політиці Буша-МакКейна ми опинилися у дуже глибокій ямі, і залишилося лише декілька друзів, які можуть допомогти нам з неї вибратися

Хоча в українській мові існує подібна фразеологічна одиниця – викопати комусь яму, але у промові цей вислів зазнав трансформації.. Як видно з прикладу, при перекладі це речення зазнало багатьох перетворень (додавання, смисловий розвиток, зміна типу речення), але всі вони були застосовані з метою збереження смислового навантаження та емотивності висловлювання. Наступну фразеологічну одиницю можна передати за допомогою фразеологічної одиниці з відповідною образністю:

(38) *When they did not allow blacks to vote in their primaries it was the straw that broke the camel's back...*(НС, URL) – Коли вони не дозволили чорношкірим брати участь у їхньому голосуванні – це вже вийшло за всі межі / чаша була переповнена...

У цьому прикладі для перекладу можна застосувати два варіанти перекладу.

2. Описовим перекладом передаються фразеологічні одиниці-ідіоми (їхнє значення неможливо встановити зі значення окремих їхніх частин). Для прикладу візьмемо наступний вираз:

(39) *We will move heaven and earth to give our children good education* (НС, URL) - Ми зробимо все можливе для того, щоб наші діти отримали хорошу освіту.

Цей вираз можна передати шляхом пояснення.

Для перекладу фразеологічної одиниці з наступного речення також варто перекласти за допомогою описового перекладу, адже в українській мові немає фразеологічної одиниці з відповідним чи подібним значенням

(40) *I can't make head nor tail of his speech...* (НС, URL) – Я неможу нічого зрозуміти з його промови.

При перекладі таких фразеологічних одиниць практично неможливо зберегти образність висловлювання.

Як відомо, щоб стати ближчим до аудиторії, політики намагаються висловлюватися зрозумілою для аудиторії мовою. З цією метою у своїх промовах вони використовують розмовну лексику. Саме при передачі емотивності такої лексики виникають труднощі. Адже тут необхідно зберегти стильову еквівалентність. Одиниці розмовної лексики мови оригіналу необхідно передавати відповідними одиницями мови перекладу:

(47) ...*a plan that would gamble your retirement* (BO, URL) – план, який би поставив на карту вашу пенсію.

Дієслово *to gamble* використовується гравцями в азартні ігри. У нього є кілька значень - грати в азартні ігри, сильно ризикувати, тож переклад поставив на карту можна вважати правильним, який повністю передає семантику дієслова *to gamble*.

Дуже часто у своїх промовах політики використовують такі стилістичні фігури, як різнопланові повтори:

1. Ускладнений повтор

(51) *In politics, there are some candidates who use changes to promote their careers. And then there are those, like John McCain, who use their careers to promote changes* (BO, URL) – Серед політиків є ті, хто використовує зміни для того, щоб сприяти розвитку власної кар'єри. Проте, є і такі, як Джон МакКейн, хто використовує власну кар'єру, для того щоб спровокувати зміни.

У даному випадку неможливо повноцінно передати ускладнений повтор у мові перекладу через відмінні особливості будови мови оригіналу та мови перекладу. Ці відмінності пов'язані з валентністю мовних одиниць та з правилами перекладу інфінітивних конструкцій англійської мови на українську.

2. Анафора – повторення одного і того самого слова на початку окремих, співвіднесених між собою відрізків мовлення:

(54) Vote your dreams. Vote your conscience. Vote our future (НС, URL) - Голосують ваші мрії. Голосує ваша совість. Голосує ваше майбутнє.

У даному прикладі анафора утворилася завдяки інверсії. У наведеному прикладі ця стилістична фігура була збережена при перекладі.

3. Епанафора – повторення на початку нового речення слів, якими закінчилося попереднє:

(55) *...when I look at my grandchildren – I realize why I'm here. I'm here for their future* (DT, URL) – ...коли я дивлюся на своїх онуків – я розумію чому я тут. Я тут заради їхнього майбутнього.

4. Епіфора – повторення кінцевих елементів – підсилює значення повторюваного компоненту, підбиває підсумки як у логічному, так і у емоційному плані:

(61) *...The fact is, al-Qaida and the Taliban-the people who actually attacked us on 9/11 – have regrouped in those mountains between Afghanistan and Pakistan and are plotting new attacks. And the Chairman of the Joint Chiefs of Staff echoed Barack's call for more troops. John McCain was wrong. Barack Obama was right. ...Now, after seven years of denial, even the Bush administration recognizes that we should talk to Iran, because that's the best way to advance our security. Again, John McCain was wrong. Barack Obama was right.* (НС, URL) - ...Відомо, що ал-Каїда і Талібан, які атакували нас 11 вересня, знову згурпувалися в горах між Афганістаном та Пакистаном і готують нові напади. І тепер Об'єднаний комітет керівників штабів прислухався до закликів Б.Обами збільшити чисельність військ. Дж.МакКейн помилявся. Б.Обама був правий. ...І тепер, після 7 років ігнорування, в адміністрації Дж.Буша зрозуміли, що ми повинні провести переговори з Іраном, адже це найкращий шлях захистити нашу країну. І знову, Дж.МакКейн помилявся. Б.Обама був правий.

При перекладі необхідно зберегти цю стилістичну фігуру, адже вона (як інші вищевказані) сприяє ритмічності мови, яка, у свою чергу, підвищує рівень уваги аудиторії до оратора. До того ж, нова інформація на знайомому фоні краще запам'ятовується.

У даному випадку епіфора була збережена у тексті перекладу. Отже, у передвиборних політичних промовах аргументація виражається логічними фактами та емоційними аргументами.

Переклад фактажу не викликає значних труднощів, адже виражається мовними одиницями у прямому значенні та не містить емотивного навантаження. Лексичні проблеми перекладу пояснюються, перш за все, неспівпадінням в концептуальних картинах світу українського і американського народів. Іншою перепорою для сприйняття аргументів політиків, носіїв мови оригіналу, аудиторією мови перекладу є недостатня база фонових знань про країну мови оригіналу. Труднощі перекладу виникають у результаті прагнення перекладача зберегти стилістичну та прагматичну еквівалентність лексем мови оригіналу у мові перекладу. Багато проблем виникає при перекладі емоційно-зabarвленої лексики, стилістичних тропів (наприклад метафор), фразеологічних одиниць, стилістичних фігур тощо. Дуже часто при перекладі змінюється структура речень тексту оригіналу у тексті перекладу: прості речення об'єднуються у складні і навпаки, або частина складного речення у тексті перекладу виражається вставною конструкцією. Збереження сили емоційних аргументів залежить від знань та умінь перекладача відтворювати значення цих одиниць мови оригіналу у мові перекладу.

Проведене дослідження по збереженні стратегій і тактик при перекладі політичних промов американських політичних діячів не є вичерпним і потребує подальшого дослідження з боку структурного, граматичного та морфологічного аналізу.

3.2. Застосування перекладацьких трансформацій для збереження прагматичних функцій стратегій і тактик американського електорального дискурсу

Всі сфери людської діяльності зазнають процесу глобалізації. Кожного дня з'являються нові правила, модернізуються норми та принципи, змінюються люди та їх орієнтири. Політика має рушійний вплив як на долю цілої країни, так і на життя кожного її громадянина. Головною метою політичної промови є привернення уваги, а це можна зробити тільки в тому випадку, якщо політик може вміло користуватися мистецтвом публічного політичного виступу.

Під дією певних процесів у мові політичних виступів з'являються терміни, лакуни, різноманітні скорочення та аббревіатури. Вони складають особливий пласт лексики, який викликає труднощі при перекладі. Саме тому лексичні трансформації є досить важливими при перекладі, адже обсяг лексики двох різних мов досить часто різниться, а це породжує труднощі при перекладі.

Автори детально розглядають лексичні трансформації та їх використання у текстах політичних промов. Однією із найбільш розповсюджених перекладацьких трансформацій у текстах сучасних політичних промов є генералізація значення, заміна мовної одиниці у вихідному тексті на мовну одиницю з більш широким значенням (лексичний тип трансформацій) у тексті, що перекладається, наприклад:

(71) *It is here that we remember that even when hatred burns hottest, even when the tug of tribalism is at its most primal, we must resist the urge to turn inward. We must resist the urge to demonize those who are different. The sacrifice made here, the anguish of war, reminds us to seek the divine spark that is common to all humanity* (DT, URL) – Саме тут ми пам'ятаємо, що навіть коли ненависть палає

найгарячіше, навіть коли жага до фанатичної приналежності до свого суспільства є головною, ми повинні протистояти поклику взяти участь у цьому. Ми повинні протистояти позиву звинувачувати у всіх гріхах тих, хто відрізняється. Тут була принесена жертва, а туга війни нагадує нам, що слід шукати божественну іскру, спільну для всього людства».

При перекладі цього висловлювання було використано трансформацію генералізації значення. Вислів “the tug of tribalism” дослівно перекладається як «завзята боротьба за трибалізм», що означає непереборне бажання індивіда належати до свого суспільства, що іноді викликає міжплеменну ворожнечу. Аби не обтяжувати текст термінами, які можуть становити труднощі у розумінні, такий вислів було перекладено за допомогою більш широкого значення.

Ще однією лексичною трансформацією є транслітерація, рідше – транскрибування. Транслітерування полягає у запозиченні графічної форми слова, транскрибування – звукової форми слова. Ці трансформації ідеально підходять для перекладу різних географічних назв та власних імен і майже завжди використовуються разом:

(76) *Thank you all very much. Good luck. Please be seated. Thank you, General Graves, for that very kind introduction. Barbara and I are just delighted to be here and honored that we could be joined by our able Secretary of the Army, Mike Stone; of course, the man well-known here that heads our Army, General Sullivan, General Gordon Sullivan; and Gracie Graves, General Robert Foley, General Galloway; Shawn Daniel, well-known to everybody here, been our host, in a sense; and a West Point alum who has been at my side for 4 years, over here somewhere, General Scowcroft, graduate of this great institution who served his country with such distinction* (DT, URL) – Дуже дякую всім. Удачі. Будь ласка, сідайте. Дякую, генерале Грейвс, за теплий прийом. Ми з Барбарою дуже вдячні, що знаходимося тут і пишаємося тим, що нас запросив наш компетентний міністр

армії Майк Стоун; звичайно, людина, яку всі знають тут, яка очолює нашу армію, генерал Салліван, генерал Гордон Салліван; а також Грейсі Грейвз, генерал Роберт Фолі, генерал Галлоуей; Шон Деніел, добре відомий всім тут, який є ведучим, і випускник військової академії Вест Пойнт, який був зі мною поруч чотири роки, тут десь ще є генерал Скоукрофт, випускник цього величного університету, який служив своїй країні з такою неповторністю».

Цей уривок налічує значну кількість власних імен, які перекладалися комплексно за допомогою транслітерації та транскрибування. Також при перекладі було вжито іншу трансформацію, експлікацію. “West Point” – військова академія збройних сил США, яка територіально знаходиться у місті Вест-Пойнт, тому при перекладі, аби для носіїв мови перекладу було зрозуміло про що йдеться, автори додали пояснення власній назві.

Позаяк українська та англійська мови мають різну структуру та побудову речення, досить часто використовують лексичну трансформацію антонімічного перекладу, наприклад:

(82) *The Jerusalem Avenue passage required constant protection, repair, and reinforcement, but the will of its defenders did not waver, even in the face of death* (BO, URL) – Шлях по Єрусалимському проспекті вимагав постійного захисту, ремонту та підкріплення, але воля його захисників вистояла навіть перед лицем смерті

Слово “waver” з англійської перекладається як «коливатися», «прогинатися», у реченні присутнє заперечення. Тому при перекладі було вирішено використати трансформацію антонімічного перекладу та дієслово «вистояти» як антонім до одиниці у вихідній мові.

Досить часто при перекладі текстів політичних промов доводиться додавати деякі мовні одиниці, щоб забезпечити адекватний переклад. Такий

прийом називається додаванням. Така трансформація дозволяє зробити промову більш характерною для мови перекладу, наприклад:

(87) *Before I begin, I want to apologize for the delay but there were so many people who showed up, and because this is the largest gathering of distinguished foreign diplomats in San Francisco, since the founding of the United Nations – there was a little more of a delay in getting everyone in, and there are still people outside we hope will be able to get in* (НС, URL) – Перш ніж почати, я хочу вибачитися за затримку, але прийшло так багато людей, і через те, що це найбільша зустріч видатних закордонних дипломатів у Сан-Франциско з часу заснування ООН – була ще невелика затримка з тим, щоб впустити всіх, і все ще є люди ззовні, які, сподіваємось, зможуть потрапити до зали готелю

. З такою промовою Гіллари Клінтон виступала у Сан-Франциско в готелі Святого Франциска «Вестін». При перекладі тексту довелося використати трансформацію додавання, аби надати більше конкретики тому, де відбувається подія.

Ще однією з лексичних перекладацьких трансформацій є трансформація заміни, коли одна лексична одиниця у вихідній мові замінюється на іншу в мові перекладу, аби задовольнити потреби адекватного перекладу:

(96) *Tomorrow you'll head to the polls to elect a congressman who always puts America first, Dan Bishop. I've just come from a meeting with North Carolina officials representing communities hit by Hurricane Dorian and I expressed the unwavering solidarity of the American people, we are behind you 100%. 100%. The prayers of our entire nation are with the citizens of North Carolina, South Carolina, Georgia, Florida and everyone else that was in the storms path, and I will say I was called by the government of The Bahamas and we're helping with The Bahamas. They were hit so hard* (DT, URL) – Завтра ви вирушите на вибори, щоб обрати конгресмена, який завжди ставить Америку на перше місце, Дена Бішопа. Я

щойно прийшов із зустрічі з представниками Північної Кароліни, що представляють громади, уражені ураганом Доріаном, і я висловив непохитну солідарність американському народу, ми підтримуємо вас на 100%. Молитви цілої нації надходять до громадян Північної Кароліни, Південної Кароліни, Джорджії, Флориди та всіх інших, кого зачепив шторм, і я скажу, що мене викликав уряд Багамських островів, і ми допомагаємо Багамам. Вони постраждали дуже сильно.

У промові Дональда Трампа було вжито декілька разів слово “hit”, в українській мові воно має значення «вдарити», позаяк йшлося про ураган, при перекладі було застосовано трансформацію заміни та використано такі слова: «бути ураженим» та «постраждати». Вираз “to be behind” має першочергове значення «бути позаду», але таким виразом президент хотів показати, що він та весь народ стоять позаду та є тилом для людей, тому при перекладі було використано слово «підтримувати». Ураган Доріан пройшовся декількома штатами Америки. Дослівно це було перекладено як «деякі штати встали на дорозі урагану». Щоб надати адекватний переклад, автори використали трансформацію заміни та змогли зберегти зміст висловлювання, використавши словосполучення «кого зачепив шторм».

Досить часто при перекладі політичних промов перекладачі покладаються на стилістичні трансформації. Подібні трансформації використовуються, коли у текстах налічуються мовні одиниці, які не присутні у мові перекладу або коли перекладач має на меті зберегти експресивність, зробити акцент на стилі мовлення, а не намагається донести структуру тексту.

Однією з таких трансформацій є використання синонімічних заміни. У більшості випадків перекладачі використовують синонімічну заміну для того, щоб текст звучав більш природньо для носіїв мови перекладу:

(7) Here at Pearl Harbor, America's first battle of the Second World War roused a nation. Here, in so many ways, America came of age. A generation of Americans – including my grandparents – the Greatest Generation – they did not seek war, but they refused to shrink from it. And they all did their part on fronts and in factories. And while, 75 years later, the proud ranks of Pearl Harbor survivors have thinned with time, the bravery we recall here is forever etched in our national heart. I would ask all our Pearl Harbor and World War II veterans who are able to, to please stand or raise your hands – because a grateful nation thanks you (BO, URL) – Тут, у Перл-Харбор, перша битва Америки у Другій світовій війні пробудила націю. Тут Америка, у багатьох планах, подорослішала. Покоління американців – включаючи моїх бабусь та дідусів – найвеличніше покоління. Воно не прагнуло війни, але відмовилось зрікатися від неї. І всі вони виконували свою роль на фронтах і на фабриках. І хоча через 75 років доблесні ряди тих, які вижили у Перл-Харбор, із часом порідшали, хоробрість, яку ми згадуємо тут, назавжди викроїлась на нашому національному серці. Я б попросив усіх наших ветеранів Перл-Харбор та Другої світової війни, які спроможні, будь ласка, підніміться або підніміть руки, адже вдячна нація дякує вам».

Вираз “come to age” перекладається як «досягати повноліття», але у цьому випадку Барак Обама мав на увазі, що події, які відбулися протягом Другої світової війни та у Перл-Харбор, змусили Америку стати сильнішою нацією. При перекладі дієслова “to shrink” автори використали синонімічну заміну, адже в першу чергу слово перекладається як «відступатися, відмовлятися». Беручи до уваги контекст, автори вирішили використати саме еквівалент «зрікатися», адже за змістом він є більш логічним. Виразом «викроїтися на серці» в українській мові позначають речі, які надовго залишаються у пам'яті і накладають певний відбиток на людей. Тому при перекладі значення «гравіювати» було використано синонім, який найкраще відповідав змісту.

Через відмінності у двох мовах виникає проблема з безеквівалентною лексикою. У такому випадку перекладачі використовують таку стилістичну трансформацію як описовий переклад. Цей спосіб допомагає перекладачу відтворити пояснення до мовних одиниць, які не мають еквівалентів у мові перекладу:

(21) *This is a massive storm; hurricane-force winds extend some 175 miles in every direction of the center. The storm may strengthen as it meets the cold front approaching from the northwest, and that's when it changes from a tropical storm to a nor'easter, which has very big implications for those areas to the west of us and to the north of us* (BO, URL) – Це масивна буря; вітри через дію урагану простягаються приблизно на 175 миль у кожному напрямку від центру. Буря може посилитися, коли зустрічається з холодним фронтом, що наближається з північного заходу, і тоді вона змінюється з тропічної бурі на ураган зі снігом, що має дуже великі наслідки для цих районів на захід та на північ від нас».

Описовий переклад досить часто використовують для перекладу реалій, які характерні для однієї країни та зовсім далекі для культури іншої. Наприклад, у цьому уривку йдеться про результати урагану Сенді та використовує у своїй доповіді таку реалію як “a nor'easter”. Загалом еквівалент в українській мові існує «Норд-Ост2, але такий еквівалент нічого не говорить українському слухачеві, позаяк цей вид урагану може виникнути лише на північно-східному узбережжі США, який бере початок з Атлантичного океану, та результатом якого можуть бути опади зі снігом.

(30) *Now this journey is a testament not just to you as individuals but also to the families that surround you, because your journey began long before you got that first military haircut and put on white-over-grey. Without your families, you never would have had the strength to tackle Beast Barracks while your peers back home were enjoying a final, carefree summer before college. Your families were the ones*

you called for a shoulder to lean on or a kick in the pants. They've been there for you for every moment of triumph and every moment of challenge. Their unending love and support provide the very foundation that allows you to stand strong today (BO, URL) – Тепер ця мандрівка є свідченням не лише для вас як особистості, а й для сімей, які вас оточують, тому що ваша подорож розпочалася задовго до того, як вам зробили першу військову стрижку і ви одягли військову форму. Без ваших родин у вас ніколи не було б сил подолати кадетську підготовку, поки ваші ровесники повертаються додому, насолоджуючись заключним, безтурботним літом перед коледжем. Ваші сім'ї були тими, на кого ви завжди могли покластися та від кого могли отримати прочухана. Вони були з вами у кожному мить тріумфу та у скрутну хвилину. Їх нескінченна любов і підтримка служать тією основою, яка дозволяє вам сьогодні міцно стояти на ногах».

У такому виступі Обама використала декілька реалій, які відомі лише американському народу. Наприклад, “Beast Barracks” – програма кадетського базового тренування, яке триває 7 тижнів та перетворює людей на кадетів у військовій академії Вест-Пойнт. Словосполученням “white-over-grey” позначають форму американських солдатів, яка складається з сірих штанів, білої футболки без рукавів та білої фуражки. Вислів “moment of challenge” можна дослівно перекласти як «момент виклику», «складнощі», але за контекстом можна підібрати синонім, який буде мати однаковий сенс, хоча і відрізнитися від прямого еквіваленту.

Наступною стилістичною перекладацькою трансформацією є компенсація. Її принцип полягає у додаванні необхідних мовних одиниць, які втрачаються при перекладі або які зовсім неможливо передати, наприклад:

(45) *The signs of this friendship stand in our nation's capital. Just steps from the White House, we've raised statues of men with names like Pulaski and Kościuszko* (DT, URL) – Ознаки цієї дружби стоять у столиці нашої країни. Усього за

кілька кроків від Білого дому ми возвели монументи національним героям з такими іменами як Казимир Пуласький та Тадеуш Костюшко»

Компенсація – як вид перекладацької трансформації, який використовується досить рідко. Окрім вміння перекладати, перекладачу необхідно мати багато фонових знань аби вміти компенсувати інформацію, якою слухач / читач не володіє.

У цьому уривку слово “men” автори замінили словосполученням «національні герої». Адже не всі люди знають, що особи, про яких говорить Дональд Трамп, є учасниками Американської революції та почесними громадянами США, хоча за походженням вони були поляками. Також у тексті було компенсовано інформацію щодо імен, позаяк у промові були згадані лише прізвища, тому при перекладі було додано імена, аби читач / слухач отримав більше інформації.

Ще однією стилістичною трансформацією є адаптація. Ця перекладацька трансформація націлена на відтворення інформації, яка є чужою та незрозумілою для носіїв мови перекладу. Досить часто таким мовними одиницями можуть слугувати лакуни, реалії та вирази, характерні для вихідної мови:

(60) *As dawn broke that December day, paradise never seemed so sweet. The water was warm and impossibly blue. Sailors ate in the mess hall, or readied themselves for church, dressed in crisp white shorts and t-shirts. In the harbor, ships at anchor floated in neat rows: the California, the Maryland and the Oklahoma, the Tennessee, the West Virginia and the Nevada. On the deck of the Arizona, the Navy band was tuning up* (BO, URL) – «Коли настав світанок у той грудневий день, рай ніколи не здавався таким солодким. Вода була теплою і неможливо блакитною. Моряки їли у військовій їдальні або готувалися до церкви, одягнені у білосніжну форму: білі шорти та футболки. У гавані кинули свої якорі

рівними рядами кораблі: «Каліфорнія», «Меріленд» і «Оклахома», «Теннессі», «Західна Вірджинія» та «Невада». На палубі «Арізони» група ВМС налаштувалася на роботу».

Термін “mess hall” перекладається як «обідати за одним столом». Досить часто таке визначення дають їдальням у тюрмах або на військових кораблях. Йдеться про кораблі, які стояли у гавані, та про моряків, які готувалися до початку нового дня. Можна зробити висновок, що йдеться саме про «військову їдальню». Також при перекладі було використано лапки, щоб показати, що “the California, the Maryland and the Oklahoma, the Tennessee, the West Virginia and the Nevada” – назви кораблів, а не штатів.

(66) *It was locker room talk, as I told you. That was locker room talk. I'm not proud of it. I am a person who has great respect for people, for my family, for the people of this country. And certainly, I'm not proud of it. But that was something that happened* (DT, URL) – Як я вам говорив, це були пусті балачки за кавою. Це були пусті балачки. Я не пишаюся цим. Я людина, яка дуже поважає людей, мою родину, людей цієї країни. І звичайно я не пишаюся цим. Але сталося те, що сталося.

У своїй промові Дональд Трамп використав ідіоматичний вираз “locker room talk”, що перекладається як «розмова у курилці», що означає марні розмови, які ні до чого не приводять. При перекладі було використано вислів, який є більш характерним для української мови – «пусті балачки», додано вислів «за кавою», адаптувавши текст до україномовного населення.

В результаті проведеного дослідження було встановлено, що специфіка перекладу текстів політичних промов полягає в тому, що вони поєднують у собі риси, окрім публіцистичного і наукового, також і художнього стилю. Тому при перекладі англомовних політичних промов українською необхідно звертати увагу, в першу чергу, на лексико-стилістичні особливості таких текстів.

Основним способом перекладу політичних промов виявилось використання перекладацьких трансформацій: генералізації, конкретизації, заміни, додавання і калькування. Подібні тексти налічують значну кількість використання стилістичних засобів, таких як епітети, метафори, порівняння, гіпербола, використання риторичних запитань. Найменш поширеними способами перекладу виявилися транслітерування, описовий переклад та наближений переклад. Найбільш розповсюдженими стилістичними трансформаціями є конкретизація та генералізація, трансформації заміни та додавання, транскрибування, транслітерування і антонімічний переклад.

Висновки до розділу 3

В результаті проведеного дослідження було встановлено, що специфіка перекладу текстів політичних промов полягає в тому, що вони поєднують у собі риси, окрім публіцистичного і наукового, також і художнього стилю. Тому при перекладі англомовних політичних промов українською необхідно звертати увагу, в першу чергу, на лексико-стилістичні особливості таких текстів.

Основним способом перекладу політичних промов виявилось використання перекладацьких трансформацій: генералізації, конкретизації, заміни, додавання і калькування. Подібні тексти налічують значну кількість використання стилістичних засобів, таких як епітети, метафори, порівняння, гіпербола, використання риторичних запитань. Найменш поширеними способами перекладу виявилися транслітерування, описовий переклад та наближений переклад. Найбільш розповсюдженими стилістичними трансформаціями є конкретизація та генералізація, трансформації заміни та додавання, транскрибування, транслітерування і антонімічний переклад.

ВИСНОВКИ

Таким чином, на основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

Дискурс в контексті даного дослідження визначається мисленнєво-комунікативним процесом, вербалізованим за допомогою мовних знаків. Когнітивний аспект дискурсу політика включає специфічні дискурсоутворюючі концепти-ідеологеми в рамках індивідуальної концептосфери політика, а його комунікативний аспект націлений на ідеологічний вплив, здійснюваний стратегіями і тактиками дискурсу. Політичний дискурс відображає існуючу політичну реальність, змінюється разом з нею і одночасно бере участь в її створенні і зміні.

Переклад політичного дискурсу має ряд функціональних і стилістичних особливостей, які знаходяться в прямій залежності від особливостей самого політичного дискурсу. З загальномовних функцій найбільш актуальною для політичного дискурсу є функція впливу на адресата. Теорія перекладу на сучасному етапі свого розвитку звертає увагу на взаємозв'язок перекладу і соціолінгвістичних чинників. Робиться висновок, що реципієнт незмінно сприймає текст перекладу через призму своєї національної культури і відповідно деякі змістовні аспекти висловлювання будуть апріорі не зрозумілі або невірно витлумачені.

Мовний вплив в політичному дискурсі здійснюється за допомогою стратегій і тактик. Серед стратегій мовного впливу в інституціональному дискурсі виділяють персуазивну і аргументативну. Існує ієрархія або рівні стратегій. Глобальна стратегія визначається як «загальна стратегія дискурсу, яка організовує його і має в якості ментальної кореляти прототип - мінімізоване і типізоване концептуальне знання («типовий образ»), а локальні стратегії

спрямовані на «досягнення більш конкретних цілей». В рамках нашого дослідження розглядаються локальні стратегії, такі як агітаційна, аргументативна, маніпулятивна і стратегія дискредитації. Більш низький рівень представляють тактики.

Персуазивна-маніпулятивний вплив на електорат в дискурсі американських політиків в стратегії і тактиці, розмежованих за принципом мети: 1) кооперація - стратегії агітації (тактика обіцянки, призову/спонукання), стратегії аргументації (тактика самопрезентації, ототожнення, ілюстрування), маніпулятивно-кооперативні стратегії (тактика ціннісної орієнтації адресата, тактика наснаги), тактика наснагу, а також тактика умиротворення опонента) і 2) конфронтація - стратегії дискредитації (тактика звинувачення і критики), а також маніпулятивно-конфронтаційні стратегії (тактика прогнозування негативних наслідків).

В електоральному дискурсі американських політиків стратегія агітації реалізується тактиками обіцянки і призову/спонукання адресата до дії. Тактика обіцянки розділяється на довгострокові і короткострокові. Тактика призову в передвиборчому дискурсі об'єктивує ключові концепти дискурсу політиків в свідомості і підсвідомості електорату, акцентуючи увагу на темах охорони здоров'я, економіки, безпеки і проблеми освіти.

Стратегії аргументації в дискурсі кандидатів в президенти націлені на всі сфери життя людини і служать цілям переконання адресата та спонукання його до дії. Її реалізують: тактика самопрезентації і тактика ототожнення.

Маніпуляція масовою свідомістю як вид психологічного впливу здійснюється в передвиборчому дискурсі за допомогою негативно і позитивно забарвлених тактик: 1) маніпуляція, заснована на інформації негативного (дискредитуючого) плану, має на меті показати недоліки опонентів; 2) маніпуляція, заснована на цінностях, надіях і очікуваннях виборців, спрямована

на підвищення власного рейтингу політика. Серед маніпулятивно-кооперативних стратегій виявлені тактики: маніпуляції цінностями, наснаги, умиротворення опонента.

Конфронтаційні стратегії і тактики електорального дискурсу (за чисельністю в 3 рази менше, ніж кооперативних), вони обмежені стратегіями дискредитації і маніпулятивно-конфронтаційними стратегіями.

Користуючись тактикою звинувачення і критики для успішного персуазивна впливу, політик одночасно вводить нову інформацію негативного характеру (інтродуктивно-інформативна стратегія), показуючи свою перевагу над опонентом і прославляючи себе самого: маніпулятивно-конфронтаційна тактика прогнозування негативних наслідків в електоральному націлена на прихований вплив на американських громадян, шляхом створення негативних асоціацій.

В результаті проведеного дослідження було встановлено, що специфіка перекладу текстів політичних промов полягає в тому, що вони поєднують у собі риси, окрім публіцистичного і наукового, також і художнього стилю. Тому при перекладі англомовних політичних промов українською необхідно звертати увагу, в першу чергу, на лексико-стилістичні особливості таких текстів.

Основним способом перекладу політичних промов виявилось використання перекладацьких трансформацій: генералізації, конкретизації, заміни, додавання і калькування. Подібні тексти налічують значну кількість використання стилістичних засобів, таких як епітети, метафори, порівняння, гіпербола, використання риторичних запитань. Найменш поширеними способами перекладу виявилися транслітерування, описовий переклад та наближений переклад. Найбільш розповсюдженими стилістичними трансформаціями є конкретизація та генералізація, трансформації заміни та додавання, транскрибування, транслітерування і антонімічний переклад.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексієвець О. М. Просодичні засоби інтенсифікації висловлювань сучасного англійського мовлення. Тернопіль: Економічна думка. 2002. 200 с.
2. Алексеева И. С. Профессиональный тренинг переводчика. Учебное пособие по устному и письменному переводу для переводчиков и преподавателей. Санкт-Петербург: Союз, 2001. 288 с.
3. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс. Москва: Прогресс, 1990. С. 5-32.
4. Арутюнова Н. Д. Дискурс. *Энциклопедический лингвистический словарь*. Москва. 1990. С. 136-137
5. Бархударов Л.С. Язык и перевод. Москва: Международные отношения. 1975. 240 с
6. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров. *Эстетика словесного творчества*. Москва. 1979. С. 237-280.
7. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики. *Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр.* К.: КНУ імені Тараса Шевченка. 2004. С. 11–16.
8. Бодуэн де Куртенэ И. А. Избранные труды по общему языкознанию. Москва. 1963. 391 с.
9. Воробйова О. П. Метафори про метафору: дидактичний. *Записки з романо-германської філології : Одес. нац. ун-т імені І.І. Мечникова*. Вип. 25. 2010. С. 76–84.

10. Горина Е. В. Когнитивно-коммуникативные характеристики американского электорального дискурса республиканцев. Дис. Харьков, 2008. 240 с.
11. Даньшина Е.В. Имидж политического лидера в американском предвыборном дискурсе. *Вісник Харків. нац. ун-ту імені В. Н. Каразіна*. 2006. № 726. С. 113–116.
12. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политической филологии. *Политическая наука. Политический дискурс : история и современные исследования*. Москва. 2002. №3. С. 32-43.
13. Дмитрук О.В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі друкованих та інтернетвидань 2000-2005 років): Автореф. дис. Київ, 2006. 19 с.
14. Еременко А. А. Домен ЭКОНОМИКА в современном американском президентском политическом дискурсе. *Функциональная лингвистика : сб. науч. работ*. Симферополь. 2012. № 3. С 174-177.
15. Ємельянова О. В. Варіативність комунікативних стратегій та тактик дискурсу фінансового прогнозу. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна*. 2011. № 953. С. 30–34.
16. Ільченко М.Л. Реалізація стратегії емоційної аргументації на синтаксичному рівні в американських передвиборчих теледебатах. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія “Інозмена філологія. Методика викладання іноземних мов”*. 2016. Вип. 83. С. 17-22.
17. Ільченко М. Л. Гендерна специфіка стратегій комунікативного домінування в американських передвиборчих теледебатах. Автореф. дис. Харків, 2014. 23 с
18. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва: Изд-во ЛКИ. 2008. 288 с.

19. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации. Минск : Харвест. 2007. 256 с.
20. Крисанова Т.А. Функціональний стиль VS дискурс. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Острог. 2016. Вип. 62. С. 188-190.
21. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. Москва: ЭТС. 2002. 424 с.
22. Лавриненко И. Н. Стратегии и тактики мены коммуникативных ролей в современном англоязычном кинодискурсе. Дис. Харьков, 2011. 259 с
23. Лассвел Г. Политическая лингвистика. 2006. № 20. С. 264-280.
24. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англomовному дискурсі. Харків: Константа. 2004. 292 с.
25. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. Москва: ИТДГК «Гнозис». 2003. 280 с.
26. Матузкова О.П. Англійська ідентичність як лінгвокультурний феномен: когнітивно-дискурсивний аспект. Автореф. дис. Одеса, 2014. 39 с.
27. Милевская Т. В. Дискурс и текст: проблема дефиниции. URL: www.teneta.ru/rus/me/milevskat-discourseandtextdfn.htm.
28. Минкин Л. М. К теории праксематики: темпоральный субстрат речевого акта. *Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна*. 2003. № 586. С.38-44.
29. Морозова Е. И. Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект. Харьков : Экограф. 2005. 300 с.
30. Науменко Л. П. Лінгвоконцептосфера сучасного англomовного бізнес-дискурсу в комунікативно-прагматичному вимірі. Київ : Логос. 2015. 498 с.

31. Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. – Москва: Изд-во Института психотерапии. 2000. 208 с.
32. Полякова Т. А. Стратегии аргументации в современном политическом дискурсе. URL: <http://www.elib.krasu.ru/handle/2311/7307>
33. Попова З. Д. Понятие концептосферы. Когнитивная лингвистика. URL: <http://zinki.ru/book/kognitivnaya-lingvistika/ponyatie-konceptosfery/>
34. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя: Прем'єр. 2008. 332 с.
35. Прокопенко А. А. Семантичний простір номінацій HEALTHCARE у президентському дискурсі Барака Обами. *Новая филология : сб. науч. работ.* Запорожье : ЗНУ. 2014. № 64. С. 84- 90.
36. Прокопенко А. А. Тактика обещания в президентском дискурсе Барака Обамы. *Contemporary Tendencies in Science and Education: Studies of the Germanic, Romance Languages and Translation : International Scientific and Practical Internet Conference.* Mykolaiv : The Mykolaiv V. O. Sukhomlynsky National University. 2015. P. 120-124.
37. Прокопенко А. А. Реализация тактики призыва/побуждения в президентском дискурсе Барака Обамы. URL: <http://foreign-languages.karazin.ua/ru>
38. Самохина В.О. Деалектико-діалогічна сутність феномена інтертекстуальності як поліфонії текстів. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія: Іноземна Філологія.* Харків. 2015. Вип. 81. С. 21-28
39. Седов К. Ф. О манипуляции и актуализации в речевом воздействии. *Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр.* Саратов: Изд-во Саратов. ун-та. 2003. Вып. 2. С. 20-27.
40. Славова Л. Л. Мовна особистість політика: когнітивно-дискурсивний аспект. Житомир: Вид-во ЖДУ. 2010. 358 с.

41. Солощук Л. В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англомовному дискурсі. Автореф. дис. Київ, 2009. 42 с.
42. Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англомовному дискурсі. Харків : Константа. 2006. 300 с
43. Стецик Т. С. Система лінгвістичних засобів вираження персуазивності в політичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету „Острозька академія”. Серія „Філологічна”*. Острог : Вид-во Нац. ун-ту „Острозька академія”. 2013. Вип. 38. С. 225–227.
44. Стецик Т. С. Лінгво-психологічні особливості американського політичного дискурсу у ХХ–ХХІ століттях. *Наукові записки Національного університету „Острозька академія”. Серія „Філологічна”*. Острог : Вид-во Нац. ун-ту „Острозька академія”. 2014. Вип. 44. С. 296–299.
45. Стецик Т. С. Ідеологічні стратегії переконання у політичному дискурсі демократів (на матеріалі дебатів). *Наукові записки Національного університету „Острозька академія”. Серія „Філологічна”*. Острог : Вид-во Нац. ун-ту „Острозька академія”. 2014. Вип. 48. С. 242–244.
46. Стецик Т. С. До проблеми переконання електорату засобами риторики. *Буковинський журнал*. Чернівці : ЧНУ. 2011. №2. С. 169–172.
47. Тхір М. Б. Створення іміджу президента в американському політичному дискурсі: лінгвокогнітивний та комунікативнокогнітивний аспекти (на матеріалі політичних промов Барака Обама). Автореф. дис. Херсон, 2014. 22 с.
48. Ущина В.А. Позиціонування суб'єкта в англомовному дискурсі ризику : соціокогнітивний аспект. Луцьк : Вежа. 2015. 380 с.
49. Фролова І. Є. Дискурсивна стратегія як організуючий конституант вербально-соціальної інтеракції. Київ: Логос. 2009. 283 с.

50. Шевченко И.С. Дискурс как мыслекоммуникативное образование. *Вестник ХНУ им. В.Н. Каразина*. 2003. № 586. С. 33-38
51. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена. 2000. 368 с.
52. Anderson N. A. Discursive Analytical Strategies : Understanding Foucault, Koselleck, Laclau, Luhmann. Bristol : The Police Press. 2003. 160 p.
53. Brown C. B. Barack Obama as the Great Man: Communicative Constructions of Racial Transcendence in White-Male Elite Discourses. *Communication Monographs*. 2011. V. 78, #4. P. 535-556.
54. Bucholts M. Language and Identity. Malden : Blackwell, 2004. P. 369 – 394
55. Campbell J. The Inner Reaches of Outer Space. Metaphor as Myth and as Religion. New York, Philadelphia, et al. : Harper and Row Publishers, 1986. 158 p.
56. Carroll W. A Time of Change Facing Kennedy: Themes of Inaugural Note Future of Nation Under Challenge of New Era. *The New York Times*. 1961, January 21. P. 9.
57. Chernov G.V., Setton R., Hild A. Inference and anticipation in simultaneous interpreting. A probability-prediction model. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2004. 268 p.
58. Clausner T. C. Domains and image schemas. *Cognitive Linguistics*. 1999. Vol. 9, No 2. P. 1-31.
59. Collomb J.-D. The Ideology of Climate Change Denial in the United States. *European Journal of American Studies*. 2014. Vol 9, No 1. Document 5.
60. Dijk T. A. van. Cognitive context models and discourse. Amsterdam : Benjamins.1997b. P. 189-226.
61. DiMaggio A. Howison J. D. The Rise of the Tea Party: Political Discontent and Corporate Media in the Age of Obama. Theda Skocpol and Vanessa

Williamson, The Tea Party and the Remaking of Republican Conservatism. URL: <http://ejas.revues.org/9974>

62. Fairclough N. Language and Power. London: Longman, 1989. 259 p.
63. Jones, H. R. Discourse analysis. A resource book for students. Abingdon: Oxon. Routledge. Journal of translation and interpretation. 2005. pp.70-84.
64. Kuhn T. Metaphor in Science. Cambridge. 1993. P. 533–542
65. Lakoff G. More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor. Chicago : Chicago University Press. 1989. 230 p
66. Maturana H. R. The Neurophysiology of Cognition. In Cognition: A Multiple View. URL: <http://www.enolagaia.com/M70-80BoC.html>
67. New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language. N.Y. : Lexicon Publications, Inc., 1993. 1216 p.
68. Riccardi A. Interpreting research. Descriptive aspects and methodological proposals. Amsterdam: Benjamins Translation Library. 2002. p. 15-29.
69. Van Dijk, T.A. Critical Discourse Analysis. URL: [http://www.discourses.org/OldArticles/Critical %20discourse%20analysis.pdf](http://www.discourses.org/OldArticles/Critical%20discourse%20analysis.pdf)
70. Wodak R. Language, Power and Ideology. 1989, pp. 199-226.
71. Yule G. Pragmatics. Oxford, 2000. 139 p.

СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

72. (OIDE) - Online Etymology Dictionary. URL: <http://www.etymonline.com>
73. (OED) - Oxford English Dictionary. The definite record of the English language. URL: <http://www.oed.com>

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

74. (BO) - Barack Obama. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu>
75. (DT) - Donald Trump. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu>
76. (HC) - Hillary Clinton. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu>

ДОДАТКИ

Додаток А

**Вербальні засоби вираження когнітивно-комунікативних характеристик
американського електорального дискурсу**

	Текст оригіналу	Текст перекладу
1.	<p><i>We need earmark reform. And when I'm president, I will go line by line to make sure that we are not <u>spending money unwisely</u>. But the fact is that <u>eliminating earmarks alone is not a recipe for how we're going to get the middle class back on track</u></i></p> <p>(BO, URL)</p>	<p>Нам потрібна цільова реформа. І коли я стану президентом я буду проходити рядок за рядком, щоб переконатись, що ми не <u>витрачаємо гроші нерозумно</u>. Але справа в тому, що усунення лише орієнтирів не є рецептом того, як ми <u>повернемо середній клас на правильний шлях</u></p>
2.	<p><i>And as far as Japan is concerned, I want to help all of our allies, but we are losing billions and billions of dollars. We can not be <u>the policeman of the world</u>. We can not protect countries all over the world...</i> (DT, URL)</p>	<p>Що стосується Японії, я хочу допомогти всім нашим союзникам, але ми втрачаємо мільярди і мільярди доларів. Ми не можемо бути <u>жандармом світу</u>, ми не можемо бути <u>поліцейським світу</u>, ми не можемо захищати країни в усьому світі</p>
3.	<p><i>..you are willing to spout the Putin line, sign up for his wish list, break up NATO, do whatever he wants to do</i></p>	<p>А ви готові хвалити Путіна, ви готові розламати НАТО зробити все, що він хоче</p>

	(HC, URL)	
4.	<i>But it was a terrible recession. So now we've <u>dug ourselves out of it</u>. We're <u>standing</u>, but <u>we're not yet running</u></i> (BO, URL)	Рецесія у нас була жахлива, ми <u>вибралися з цієї діри</u> , ми стоїмо, ми <u>ще не біжимо</u>
5.	<i>I have a much better-she spent-let me tell you-she spent hundreds of millions of dollars on an advertising- they get <u>Madison Avenue</u> into a room, they put names-oh, temperament, let's go after- I think my strongest asset, maybe by far, is my temperament</i> (DT, URL)	Вона сотні мільйонів доларів витратила на рекламу, знаєте на <u>Медісон Авеню...</u> Мій найбільший великий актив - це мій темперамент, мій настрій
6.	<i>John McCain proposes <u>\$200 billion</u> in new tax breaks for corporate America, <u>\$1 billion</u> alone for just eight of the largest companies, but no relief for <u>100 million</u> American families</i> (BO, URL)	Джон МакКейн пропонує знизити податки американських корпорацій на <u>200 мільярдів</u> доларів і на <u>1 мільярд</u> – восьми найбільших компаній, але не пропонує жодних знижок для <u>100 мільйонів</u> американських родин
7.	<i>Here at Pearl Harbor, America's first battle of the Second World War roused a nation. Here, in so many ways, America <u>came of age</u>. A generation of Americans – including my grandparents – the Greatest</i>	Тут, у Перл-Харбор, перша битва Америки у Другій світовій війні пробудила націю. Тут Америка, у багатьох планах, <u>подорослішала</u> . Покоління американців – включаючи моїх бабусь та дідусів –

	<p><i>Generation – they did not seek war, but they refused <u>to shrink</u> from it. And they all did their part on fronts and in factories. And while, 75 years later, the proud ranks of Pearl Harbor survivors have thinned with time, the bravery we recall here is forever etched in our national heart. I would ask all our Pearl Harbor and World War II veterans who are able to, to please stand or raise your hands – because a grateful nation thanks you</i> (CH, URL)</p>	<p>найвеличніше покоління. Воно не прагнуло війни, але відмовилось зрікатися від неї. І всі вони виконували свою роль на фронтах і на фабриках. І хоча через 75 років доблесні ряди тих, які вижили у Перл-Харбор, із часом порідшали, хоробрість, яку ми згадуємо тут, назавжди <u>викроїлась</u> на нашому національному серці. Я б попросив усіх наших ветеранів Перл-Харбор та Другої світової війни, які спроможні, будь ласка, підніміться або підніміть руки, адже вдячна нація дякує вам</p>
8.	<p><i>One of the most successful anti-poverty programs in history has been the Earned Income Tax Credit - additional <u>income that lifts nearly 5 million Americans out of poverty</u> every year. As President, I will double <u>minimum wage</u> for the number of single workers from the \$ 175 they get today to \$ 555</i> (HC, URL)</p>	<p>Однією з найуспішніших програм боротьби з бідністю в історії був Податковий кредит на заробіток - <u>додатковий дохід, який щороку виводить із бідності майже 5 мільйонів американців.</u> Як президент, я подвою <u>мінімальну заробітну плату</u> за кількість самозайнятих працівників із 175 доларів, які вони отримують сьогодні, до 555 доларів</p>

9.	<i>And the kind of plan that Donald has put forth would be <u>trickle-down economics all over again. In fact, it would be the most extreme version <...> I call it <u>Trumped-up trickle-down</u>, because that's exactly what it would be</u></i> (HC, URL)	І такий план, який надає Дональд, це знову <u>просочування благ</u> від верху до низу, то, що ми вже бачили, тільки екстремальна версія. Це <u>просочування від Трампа</u> вниз
10.	<i>John McCain <u>was wrong</u></i> (DT, URL)	Джон МакКейн <u>був неправий</u>
11.	<i>And I <u>promise</u> you this - I will sign a universal <u>health care plan that covers every American</u> by the end of my first term in office as your President. Count on it</i> (BO, URL)	І я <u>обіцяю</u> вам це - я підпишу <u>універсальний план охорони здоров'я, який охоплює кожного американця</u> до кінця мого першого терміну перебування на посаді вашого президента. Розраховуйте на це
12.	<i>But just as we have individual responsibilities, at the dawn of the 21st century we also have a collective responsibility. <u>This responsibility is one that's been missing from Washington for far too long</u> - a responsibility I intend to take very seriously as President</i> (DT, URL)	Але так само, як ми маємо індивідуальні обов'язки, на зорі 21 століття ми також маємо колективну відповідальність. Цієї відповідальності не вистачає Вашингтону занадто довго – відповідальності, яку я маю намір взяти дуже серйозно як президент
13.	<i>You were very much involved in every aspect of this country. Very much. And you do have experience. I say the one</i>	Ви займалися усіма аспектами життя цієї країни. У Вас є досвід. Так, дійсно, те, що є у Вас і немає у

	<i>thing you have over me is experience. But it is <u>bad experience</u> because what you've done has turned out <u>badly</u> (DT, URL)</i>	мене - це досвід. Але досвід цей <u>поганий</u> , тому що все, що ви робили, було <u>погано</u>
14.	<i>But I want to respond to what Donald said about refugees, made these claims repeatedly. I am not going to let anyone into this country who is not vetted, who we do not have confidence in, <u>but I am not going to slam the door on women and children</u> (HC, URL)</i>	Я також хочу відповісти з приводу біженців. Те, що сказав Дональд, він постійно це повторює. Я нікого не пущу в країну, хто не пройшов ретельної перевірки. Однак, <u>я не буду закривати двері перед обличчям жінок і дітей</u>
15.	<i>You built a lot of business on the backs of little guys. And, indeed, I have met a lot of the people who were stiffed by you and your businesses, Donald. I've met dishwashers, painters, architects, glass installers, marble installers, drapery installers, like my dad was, who you refused to pay when they finished the work that you asked them to do (HC, URL)</i>	Ви свій бізнес побудували, <u>експлуатуючи людей</u> . І я зустріла багато людей, яких ви обдурили, і архітекторів ви обдурили і тих, хто встановлює фіранки, таких як мій батько
16.	<i>She's got <u>bad judgment</u> and honestly, so <u>bad</u> that she should never be president of the United States (HC, URL)</i>	У неї взагалі немає ніякого... <u>вона взагалі не розбирається в політиці</u>
17.	<i>Millions of Americans <u>have been</u></i>	Мільйони американців <u>просто збиті</u>

	<i>knocked down</i> (DT, URL)	<u>з ніг</u>
18.	<i>It's time to turn the page on health care - to bring together unions and businesses, Democrats and Republicans, and to let the <u>insurance and drug companies know that while they get a seat at the table, they do not get to buy every chair</u></i> (BO, URL)	<u>Настав час перегорнути сторінку</u> про охорону здоров'я - об'єднати профспілки та бізнес, демократів та республіканців, а також повідомити страхові та фармацевтичні компанії, які, <u>хоча займають місце за столом, не можуть придбати кожен стілець</u>
19.	<i>Let's be the <u>generation that says right here, right now, that we will have universal health care in America by the end of the next president's first term</u></i> (BO, URL)	Давайте будемо <u>тим поколінням, яке</u> прямо зараз, прямо зараз, <u>говорить про те, що до кінця</u> першого терміну наступного президента ми матимемо універсальну <u>медичну допомогу</u> в Америці
20.	<i>Such a <u>nasty</u> woman</i> (DT, URL)	Яка <u>брудна</u> жінка
21.	<i>This is a massive storm; hurricane-force winds extend some 175 miles in every direction of the center. The storm may strengthen as it meets the cold front approaching from the northwest, and that's when it changes from a tropical storm to a <u>nor'easter</u>, which has very big implications for those areas to the west of us and to the north of us</i>	Це масивна буря; вітри через дію урагану простягаються приблизно на 175 миль у кожному напрямку від центру. Буря може посилитися, коли зустрічається з холодним фронтом, що наближається з північного заходу, і тоді вона змінюється з тропічної бурі на <u>ураган зі снігом</u> , що має дуже великі наслідки для цих районів на

	(BO, URL)	захід та на північ від нас
22.	<i>Gas prices went up <u>dramatically</u></i> (DT, URL)	Ціни на газ <u>різко</u> зросли
23.	<i><u>America, it's time to start bringing our troops home. It's time <...> to come to the table and find peace</u></i> (BO, URL)	<u>Америка, час почати повертати наші війська додому. Пора <...> підійти до столу і знайти спокій</u>
24.	<i><u>Let's be the generation that ensures our nation's workers are sharing in our prosperity</u></i> (BO, URL)	Будьмо тим <u>поколінням, яке гарантує, що працівники нашої країни беруть участь у нашому процвітанні.</u>
25.	<i><u>We know too well how both the Republican and Democratic Parties operate</u></i> (BO, URL)	Ми <u>занадто добре</u> знаємо, як діють як Республіканська, так і Демократична партії
26.	<i><u>Let's be the generation that ends poverty in America. Every single person willing to work should be able to get job training that leads to a job, and earn a living wage that can pay the bills, and afford child care so their kids have a safe place to go when they work. Let's do this</u></i> (BO, URL)	Будьмо <u>поколінням, яке припинить бідність</u> в Америці. Кожна людина, яка бажає працювати, повинна мати можливість пройти професійну підготовку, яка веде до роботи, і заробляти на прожитковий мінімум, за який можна оплачувати рахунки, і дозволяти собі догляд за дитиною, щоб їхні діти мали <u>безпечне місце</u> , поки вони працюють. Давай зробимо це
27.	<i><u>I intend to <...> stand up to bullies, whether they're abroad or at home.</u></i>	Будь то за кордоном, будь то у себе в країні ми не повинні дозволити

	<i>We can not let those <u>who would try to destabilize the world to interfere with American interests and security</u> (HC, URL)</i>	тим, <u>хто</u> намагається <u>дестабілізувати світ</u> , втручатися в інтереси американської безпеки
28.	<i>Yes, we must <u>provide more ladders to success for young men who fall into lives of crime and despair; average hockey mom</u> (HC, URL)</i>	Так, ми повинні <u>забезпечити більше сходів</u> для досягнення успіху молодим чоловікам, котрі потрапляють у злочинне життя та відчай; <u>звичайна пересічна мама</u>
29.	<i>The Bush-McCain foreign policy has <u>dug us into a very deep hole with very few friends to help us climb out</u> (DT, URL)</i>	Завдяки політиці Буша-МакКейна ми <u>опинилися у дуже глибокій ямі</u> , і залишилося лише декілька друзів, які можуть допомогти нам з неї вибратися
30.	<i>Now this journey is a testament not just to you as individuals but also to the families that surround you, because your journey began long before you got that first military haircut and put on <u>white-over-grey</u>. Without your families, you never would have had the strength to tackle <u>Beast Barracks</u> while your peers back home were enjoying a final, carefree summer before college. Your families were the ones you called for a</i>	Тепер ця мандрівка є свідченням не лише для вас як особистості, а й для сімей, які вас оточують, тому що ваша подорож розпочалася задовго до того, як вам зробили першу військову стрижку і ви одягли <u>військову форму</u> . Без ваших родин у вас ніколи не було б сил подолати <u>кадетську підготовку</u> , поки ваші ровесники повертаються додому, насолоджуючись <u>заключним, безтурботним літом</u> перед

	<i>shoulder to lean on or a kick in the pants. They've been there for you for every moment of triumph and every moment of challenge. Their unending love and support provide the very foundation that allows you to stand strong today</i> (BO, URL)	коледжем. Ваші сім'ї були тими, на кого ви завжди могли покластися та від кого могли отримати прочухана. Вони були з вами у кожну мить тріумфу та у <u>скрутну хвилину</u> . Їх нескінченна любов і підтримка служать тією основою, яка дозволяє вам сьогодні міцно стояти на ногах
31.	<i>We have people that are <u>political hacks</u> negotiating our trade deals</i> (DT, URL)	<i>Політичні нездари</i> обговорюють ці угоди
32.	<i>Well, first of all, I have not attended Olympics in the past, I'll be going to a lot of Olympic Games post-presidency. (Laughter.) I think the <u>delegation speaks for itself</u>. You've got outstanding <u>Americans</u>, outstanding athletes, people who will represent us extraordinarily well</i> (BO, URL)	Ну, по-перше, я раніше не відвідував Олімпіади, я буду їхати на багато Олімпійських ігор після президентства. (Сміх.) Я думаю, <u>делегация говорит сама за себе</u> . У вас є видатні <u>американці</u> , видатні спортсмени, люди, які надзвичайно добре нас представлятимуть
33.	<i>But a group of churches had offered me a job as a community organizer for \$ 13,000 a year. And I accepted the job, sight unseen, motivated then by a single, simple, powerful idea - that I might play a small part in <u>building a better America</u></i> (BO, URL)	Але <u>група церков запропонувала мені роботу організатора громади за 13 000 доларів на рік</u> . І я прийняв цю роботу, невидиму для зору, спонуканий тоді єдиною, простою, потужною ідеєю, що я міг би відіграти незначну роль у <u>побудові</u>

		<u>кращої Америки</u>
34.	<i>... my argument is not with his supporters, it's with him and the <u>divisive campaign</u> he has run and the inciting of violence at his rallies and the <u>very brutal</u> kinds of comments about not just women, but all Americans</i> (HC, URL)	Я не проти його... не проти тих, хто його підтримує, я виступаю проти нього, проти його <u>кампанії</u> , того <u>розбрату</u> , який він сіє на своїх мітингах, ті <u>агресивні коментарі</u> , які він робить не тільки проти жінок, проти різних американців
35.	<i>If we put another two or perhaps three justices on, that will happen. And that will happen automatically in my opinion because I'm putting pro-life justices on the court. I will say this, it will go back to the states and the states will then make a determination</i> (CH, URL)	Якщо ми поставимо ще два чи, можливо, три судді, це станеться. І це відбудеться автоматично, на мою думку, тому що я назначаю суддів, які підтримують позицію захисту життя людини. Я скажу це, це все повернеться до дерад, і тоді держави приймуть рішення
36.	<i>They're the voices I <u>carried with me to Washington</u>, where the <u>first bill I introduced</u> was to make college more affordable; where I <u>fought against a bankruptcy bill</u> that made it harder for families to climb out of debt; and where I <u>passed the most sweeping lobbying reform in a generation</u> - reform that forced lobbyists to tell the American people who they're raising</i>	Це голоси, які я <u>проніс із собою до Вашингтона</u> , де <u>першим законопроектом</u> , який я представив, було зробити коледж більш доступним; де я <u>боровся проти законопроекту про банкрутство</u> , яке ускладнило сім'ям відмову від боргів; і де я <u>пройшов найглибшу реформу лобіювання в цілому поколінні</u> - реформу, яка змусила

	<i>money from and who in Congress they're funneling it to (DT, URL)</i>	лобістів говорити американському народові, з кого вони збирають гроші і кому в Конгресі вони направляють їх
37.	<i>Well, I respect his children. His children are <u>incredibly able and devoted</u> and I think that says a lot about Donald (HC, URL)</i>	Я поважаю його дітей, я думаю, що вони <u>дуже здібні й віддані</u> , і я думаю, що це віддає йому честь
38.	<i>When they did not allow blacks to vote in their primaries it was the straw that <u>broke the camel's back</u> (HC, URL)</i>	Коли вони не дозволили чорношкірим брати участь у їхньому голосуванні – це вже <u>вийшло за всі межі/чаша була переповнена...</u>
39.	<i>We will move heaven and earth to give our <u>children good education</u>. (HC, URL)</i>	Ми зробимо все можливе для того, щоб наші <u>діти отримали хорошу освіту</u>
40.	<i>I can't make head nor tail of his speech... (HC, URL)</i>	Я неможу нічого зрозуміти з його промови
41.	<i>we are no longer divided, North and South, slave and free. <...> we have the chance to face the challenges of this millennium together, as <u>one people - as Americans</u> (DT, URL)</i>	ми вже не розділені на Північ і Південь, рабів і вільних. <...> ми маємо шанс протистояти викликам цього тисячоліття разом, <u>як один народ - як американці</u>
42.	<i>At a time when <u>America finds itself at a crossroads</u>, facing challenges we have not seen in decades, we need to</i>	У той час, коли <u>Америка опиняється на роздоріжжі</u> , стикаючись із викликами, яких ми

	<i>hold on to this idea more than ever. The powerful idea that in the face of impossible odds, ordinary <u>people</u> can do extraordinary things (DT, URL)</i>	не бачили десятиліттями, нам потрібно триматися цієї ідеї як ніколи раніше. Потужна ідея, що перед неможливими шансами <u>звичайні люди</u> можуть робити надзвичайні речі
43.	<i>And this is what's caused <u>the great migration</u>, where she's taking in tens of thousands of Syrian refugees, who probably in many cases - not probably, who are definitely ... in many cases, ISIS-aligned, and we now have them in our country and wait until you see this is going to be the great <u>Trojan horse</u> and wait until you see what happens in the coming years (DT, URL)</i>	І це те, що привело до цієї <u>колосальної міграції</u> , коли десятки тисяч сирійських біженців, які напевно, можливо, нехай не можливо, дійсно вони підтримують ІГ, а зараз вони в нашій країні і подивіться, це насправді <u>Троянський кінь</u> , подивіться, що відбудеться в найближчі роки
44.	<i>cap-and-trade system that would achieve real near-term reductions in greenhouse gas emissions and return <u>America</u> to a position of leadership so that we can <u>secure</u> an effective and equitable global solution to this crisis (DT, URL)</i>	система обмеження торгівлі, яка дозволить досягти реального скорочення скорочень викидів парникових газів і поверне <u>Америку</u> на лідерські позиції, щоб ми могли <u>забезпечити</u> ефективне та справедливе глобальне рішення цієї кризи
45.	<i>The signs of this friendship stand in</i>	Ознаки цієї дружби стоять у столиці

	<i>our nation's capital. Just steps from the White House, we've raised statues of men with names like <u>Pulaski and Kościuszko</u></i> (DT, URL)	нашої країни. Усього за кілька кроків від Білого дому ми возвели монументи національним героям з такими іменами як <u>Казимир Пуласький</u> та <u>Тадеуш Костюшко</u>
46.	<i>We all have a stake in choosing policies that help women succeed</i> (HC, URL)	<u>Ми всі беремо участь у виборі політики, яка допомагає жінкам досягти успіху</u>
47.	<i>... a plan that would <u>gamble</u> your retirement</i> (BO, URL)	план, який би <u>поставив на карту</u> вашу пенсію
48.	<i>We are working with a broad coalition against those who have <u>subjected religious minorities to unspeakable violence and persecution, and we are mobilising religious and civic leaders to defend vulnerable religious communities</u></i> (BO, URL)	<u>Ми працюємо з широкою коаліцією проти тих, хто піддав релігійні меншини невимовному насильству та переслідуванням, і ми мобілізуємо релігійних та громадських лідерів для захисту вразливих релігійних громад</u>
49.	<i>So he goes around with <u>crocodile tears</u> about how terrible it is. But he has given jobs to Chinese steelworkers, not American steelworkers</i> (DT, URL)	Він плаче <u>крокодилячими сльозами</u> , проте підтримує китайських сталеливарників, а не американських
50.	<i>When the auto industry accounts for one in ten American jobs, we all have a stake in <u>saving those jobs</u></i> (DT, URL)	Коли на автопромисловість припадає одне з десяти американських робочих місць, ми всі беремо участь у <u>збереженні</u> цих

		робочих місць
51.	<i>In politics, there are some candidates who use changes to promote their careers. And then there are those, like John McCain, who use their <u>careers</u> to promote changes</i> (BO, URL)	Серед політиків є ті, хто використовує зміни для того, щоб сприяти розвитку власної <u>кар'єри</u> . Проте, є і такі, як Джон МакКейн, хто використовує власну <u>кар'єру</u> , для того щоб спровокувати зміни.
52.	<i>We've seen <u>small businesses who almost had to shutter their doors during the crisis</u> <...> And somehow, inch by inch, yard by yard, mile by mile, they've been able to come all the way back and are now starting to hire workers again: over 4.4 million jobs created over the last 2½ years, over 500,000 <u>manufacturing jobs</u></i> (BO, URL)	Ми бачили <u>малий бізнес, якому під час кризи майже доводилося зачиняти двері</u> <...> І якимось чином, дюйм за дюймом, ярд за ярдом, миллю за миллю, вони змогли повернутися назад і зараз знову починає наймати робітників: понад 4,4 мільйона робочих місць створено за останні 2½ року, понад 500 000 <u>робочих місць</u>
53.	<i>so he tried to put the whole racist <u>birther lie</u> to bed. <...> And the <u>birther lie</u> was a very hurtful one</i> (HC, URL)	Він постарався всю <u>брехню про народження президента</u> поховати <...> Ця <u>брехня з народженням президента</u> багато шкоди принесла
54.	<i><u>Vote your dreams. Vote your conscience. Vote our future</u></i> (HC, URL)	<u>Голосують</u> ваші мрії. <u>Голосує</u> ваша совість. <u>Голосує</u> ваше майбутнє
55.	<i>...when I look at my grandchildren – I realize why <u>I'm here. I'm here</u> for their</i>	...коли я дивлюся на своїх онуків – я розумію чому <u>я тут. Я тут</u> заради

	<i>future – ...</i> (DT, URL)	їхнього майбутнього.
56.	<i>And we should take heart, because we've changed this <u>country</u> before. In the face of tyranny, a band of <u>patriots</u> brought an Empire to its knees. In the face of secession, we unified a <u>nation</u> and set the captives free. In the face of Depression, we put <u>people</u> back to work and lifted millions out of poverty. We welcomed immigrants to our shores, we opened railroads to the west, we landed a man on the moon</i> (BO, URL)	І нам слід взяти до серця, бо ми вже змінювали цю <u>країну</u> . Перед тиранією група <u>патріотів</u> поставила Імперію на коліна. В умовах сецесії ми об'єднали <u>націю</u> і звільнили полонених. В умовах депресії ми повернули <u>людей</u> до роботи і вивели мільйони з бідності. Ми зустрічали іммігрантів біля наших берегів, відкривали залізничні шляхи на захід, висаджували чоловіка на Місяць
57.	<i>We need to make to ensure that <u>women are full and equal participants in the economy</u></i> (HC, URL)	Нам потрібно забезпечити, щоб <u>жінки були повноцінними та рівноправними учасниками економіки</u>
58.	<i>You know, they responded so quickly, so professionally to the attacks that occurred by <u>Rahami</u></i> (HC, URL)	Вони дуже швидко і професійно відреагували на ті атаки, які зробив <u>Рахамі</u>
59.	<i>He actually advocated for the actions we took in <u>Libya</u> and urged that <u>Gadhafi</u> be taken out, after actually doing some business with him one time</i> (HC, URL)	Він навіть виступав за наші заходи в <u>Лівії</u> і він закликав до того, щоб <u>Каддафі</u> був повалений
60.	<i>As dawn broke that December day,</i>	Коли настав світанок у той

	<p><i>paradise never seemed so sweet. The water was warm and impossibly blue. Sailors ate in the <u>mess hall</u>, or readied themselves for church, dressed in crisp white shorts and t-shirts. In the harbor, ships at anchor floated in neat rows: <u>the California, the Maryland and the Oklahoma, the Tennessee, the West Virginia and the Nevada</u>. On the deck of the Arizona, the Navy band was tuning up</i></p> <p>(BO, URL)</p>	<p>грудневий день, рай ніколи не здавався таким солодким. Вода була теплою і неможливо блакитною. Моряки їли у військовій їдальні або готувалися до церкви, одягнені у білосніжну форму: білі шорти та футболки. У гавані кинули свої якорі рівними рядами кораблі: <u>«Каліфорнія», «Меріленд» і «Оклахома», «Теннессі», «Західна Вірджинія» та «Невада»</u>. На палубі «Арізони» група ВМС налаштовувалася на роботу</p>
61.	<p><i>...The fact is, al-Qaida and the Taliban-the people who actually attacked us on 9/11 – have regrouped in those mountains between Afghanistan and Pakistan and are plotting new attacks. And the Chairman of the Joint Chiefs of Staff echoed Barack's call for more troops. <u>John McCain was wrong. Barack Obama was right.</u> ...Now, after seven years of denial, even the Bush administration recognizes that we should talk to Iran, because that's the</i></p>	<p>...Відомо, що ал-Каїда і Талібан, які атакували нас 11 вересня, знову згрупувалися в горах між Афганістаном та Пакистаном і готують нові напади. І тепер Об'єднаний комітет керівників штабів прислухався до закликів Б.Обами збільшити чисельність військ. <u>Дж.МакКейн помилявся. Б.Обама був правий.</u> ...І тепер, після 7 років ігнорування, в адміністрації Дж.Буша зрозуміли, що ми повинні провести переговори</p>

	<p><i>best way to advance our security. Again, <u>John McCain was wrong.</u> <u>Barack Obama was right.</u></i> (HC, URL)</p>	<p>з Іраном, адже це найкращий шлях захистити нашу країну. І знову, <u>Дж.МакКейн помилявся. Б.Обама був правий.</u></p>
62.	<p><i>So while many women are <u>working hard</u> to support themselves and their families, they're still facing unfair choices, outdated workplace policies. That holds them back, but it also holds all of us back. We have to do better, because women <u>deserve better.</u> And, by the way, when <u>women do well,</u> <u>everybody does well</u></i> (HC, URL)</p>	<p>Тому, хоча багато жінок <u>докладають усіх зусиль</u>, щоб утримувати себе та свої сім'ї, вони все ще стикаються з несправедливим вибором, застарілою політикою на робочому місці. Це стримує їх, але також <u>стримує всіх нас.</u> Ми маємо робити краще, бо жінки заслуговують на краще. І, до речі, коли <u>у жінок все добре, у всіх це добре</u></p>
63.	<p><i>So <u>Ford</u> is leaving. You see that, their small car division leaving. <...> We have to stop our companies from leaving the United States and, with it, firing all of their people. All you have to do is take a look at <u>Carrier air conditioning in Indianapolis.</u> They left- fired 1,400 people</i> (DT, URL)</p>	<p><u>Форд</u> йде з країни, їх підрозділи компактних машин. <...> Нам потрібно зупинити потік робочих місць, які йдуть з нашої країни і компанії, які йдуть з нашої країни. Досить подивитися просто на те, що відбувається в Індіанapolisі, наприклад, 1400 осіб були звільнені з <u>заводів з виробництва шампунів і кондиціонерів для волосся</u></p>
64.	<p><i><u>People</u> told me I could not reform a</i></p>	<p><u>Люди</u> казали мені, що я не можу</p>

	<p><i>death penalty system that had sent 13 innocent <u>people</u> to death row. But we did that. They doubted whether we could put government back on the side of average <u>people</u> - but we put <u>tax cuts</u> in the pockets of the working families who needed them instead of the folks who did not. And I passed <u>health care</u> reform that insured another 150,000 children and parents (BO, URL)</i></p>	<p>реформувати систему смертної кари, яка відправила до смертної кари 13 невинних <u>людей</u>. Але ми це зробили. Вони сумнівалися, чи зможемо ми повернути уряд на бік пересічних <u>людей</u>, - але ми поклали <u>зниження податків</u> у кишені робітничих сімей, яким вони потрібні, замість тих, хто цього не робив. І я пройшов <u>реформу охорони здоров'я</u>, яка застрахувала ще 150 000 дітей та батьків</p>
65.	<p><i>I just got today the, as you know, the endorsement of the <u>Fraternal Order of Police</u>, we just-just came in (DT, URL)</i></p>	<p>І, як ви знаєте, сьогодні мою кандидатуру як раз підтримав <u>Ордер ... Орден поліції</u></p>
66.	<p><i>It was <u>locker room talk</u>, as I told you. That was locker room talk. I'm not proud of it. I am a person who has great respect for people, for my family, for the people of this country. And certainly, I'm not proud of it. But that was something that happened (DT, URL)</i></p>	<p>Як я вам говорив, це були <u>пусті балачки за кавою</u>. Це були пусті балачки. Я не пишаюся цим. Я людина, яка дуже поважає людей, мою родину, людей цієї країни. І звичайно я не пишаюся цим. Але сталося те, що сталося</p>
67.	<p><i>They're ready to turn the page on the old politics and the old policies -</i></p>	<p>Вони готові перегорнути сторінку про стару політику та стару</p>

	<i>whether it's the <u>war in Iraq</u> or the <u>health care crisis we're in</u>, or a <u>school system that's leaving too many kids behind despite the slogans</u> (BO, URL)</i>	політику - чи то <u>війна</u> в Іраку, чи <u>криза охорони здоров'я</u> , яку ми <u>переживаємо</u> , чи <u>шкільна система</u> , яка залишає занадто багато дітей позаду гасел
68.	<i>I understand that Donald has been strongly supported by the <u>NRA</u>, the <u>gun lobby is on his side</u> (HC, URL)</i>	Я розумію, що Дональд отримав підтримку <u>стрілецької асоціації</u> і <u>стрілецького лобі</u>
69.	<i>And one of the things he's done is to let loose cyber attackers to hack into government files, to hack into personal files, hack into the <u>Democratic National Committee</u> (HC, URL)</i>	І ось що він зробив, він розв'язав руки хакерам, щоб вони зламували державні файли, щоб вони зламували <u>Демократичний національний комітет</u>
70.	<i>We are not a <u>country that settles for survival of the fittest</u>, but a <u>people who have always fought for survival of the nation</u>. That's how we gave <u>workers the right to organize and form a union</u> (DT, URL)</i>	Ми не <u>країна</u> , яка <u>прагне вижити найсильніших</u> , а <u>народ</u> , який завжди боровся за виживання <u>нації</u> . Саме так ми дали <u>працівникам</u> право організувати та створювати <u>профспілки</u>
71.	<i>It is here that we remember that even when hatred burns hottest, even when <u>the tug of tribalism</u> is at its most primal, we must resist the urge to turn inward. We must resist the urge to demonize those who are different. The sacrifice made here, the anguish of</i>	Саме тут ми пам'ятаємо, що навіть коли ненависть палає найгарячіше, навіть коли <u>жага до фанатичної приналежності</u> до свого суспільства є головною, ми повинні протистояти поклику взяти участь у цьому. Ми повинні протистояти

	<i>war, reminds us to seek the divine spark that is common to all humanity</i> (DT, URL)	позиву звинувачувати у всіх гріхах тих, хто відрізняється. Тут була принесена жертва, а туга війни нагадує нам, що слід шукати божественну іскру, спільну для всього людства
72.	<i>All people deserve the fundamental <u>dignity</u> of practicing their <u>faith</u> free from fear, intimidation and violence</i> (DT, URL)	Усі люди заслуговують основного <u>права</u> сповідувати свою <u>віру</u> , не маючи страху, залякування та насильства
73.	<i><u>With passion and courage, women have taught us that when we band together to advocate for our <u>highest ideals</u>, we can advance our common well-being and strengthen the fabric of our nation</u></i> (HC, URL)	<u>Жінки з пристрасстю і мужністю навчали нас</u> , що коли ми об'єднуємося, щоб відстоювати наші <u>найвищі ідеали</u> , ми можемо просувати наше загальне благополуччя та зміцнювати структуру нашої нації
74.	<i>And even <u>someone like Captain Khan, the young man who sacrificed himself defending our country in the United States Army</u> has been subject to attack by Donald</i> (HC, URL)	Багато <u>військовослужбовців</u> потрапляють під атаки Дональда
75.	<i>America led the world in constructing an architecture to keep the peace: a Marshall Plan and a United Nations, mechanisms to govern the waging of</i>	Америка керувала світом у створенні архітектури для збереження миру: План Маршалла та Організація Об'єднаних Націй,

	<p><i>war, treaties to protect human rights, prevent genocide, restrict the most dangerous weapons. The service and sacrifice of our <u>men and women</u> in uniform has promoted peace and prosperity from Germany to Korea</i> (BO, URL)</p>	<p>механізми управління веденням війни, договори про захист прав людини, запобігання геноциду, обмеження найбільш небезпечної зброї. Служба та жертви наших <u>чоловіків та жінок</u> у формі сприяли миру та процвітанню від Німеччини до Кореї</p>
76.	<p><i>Thank you all very much. Good luck. Please be seated. Thank you, General Graves, for that very kind introduction. Barbara and I are just delighted to be here and honored that we could be joined by our able Secretary of the Army, Mike Stone; of course, the man well-known here that heads our <u>Army, General Sullivan, General Gordon Sullivan; and Gracie Graves, General Robert Foley, General Galloway; Shawn Daniel,</u> well-known to everybody here, been our host, in a sense; and a West Point alum who has been at my side for 4 years, over here somewhere, General Scowcroft, graduate of this great institution who served his country with</i></p>	<p>Дуже дякую всім. Удачі. Будь ласка, сідайте. Дякую, генерале Грейвс, за теплий прийом. Ми з Барбарою дуже вдячні, що знаходимося тут і пишаємося тим, що нас запросив наш компетентний міністр армії Майк Стоун; звичайно, людина, яку всі знають тут, яка очолює нашу армію, генерал <u>Салліван, генерал Гордон Салліван; а також Грейсі Грейвз, генерал Роберт Фолі, генерал Галлоуей; Шон Деніел,</u> добре відомий всім тут, який є ведучим, і випускник військової академії Вест Пойнт, який був зі мною поруч чотири роки, тут десь ще є генерал Скоукрофт, випускник цього</p>

	<i>such distinction</i> (DT, URL)	величного університету, який служив своїй країні з такою неповторністю
77.	<i><...> in 2008 was start this process <...> to <u>turn this country back towards those core values, to turn this country back towards our best selves and our best ideals. <...> we believed in this <u>country</u>, and we believed in the <u>American people</u></u></i> (CH, URL)	у 2008 році почався цей процес <...>, щоб <u>повернути цю країну назад</u> до тих основних цінностей, <u>повернути цю країну</u> до нашого найкращого "я" та наших найкращих ідеалів. <...> ми вірили в цю <u>країну</u> і вірили в американський <u>народ</u>
78.	<i>When the <u>American people</u> come together and focus on those values that have made us strong, they cut through all the nonsense. It does not matter how much the other side spends, change happens</i> (DT, URL)	Коли <u>американський народ</u> об'єднується і зосереджується на тих цінностях, які зробили нас сильними, вони прорізають всю дурницю. Не має значення, скільки витрачає інша сторона, відбуваються зміни
79.	<i>Your husband signed <u>NAFTA</u>, which was one of the worst things that ever happened to the manufacturing industry. <u>NAFTA</u> is the worst trade deal maybe ever signed anywhere, but certainly ever signed in this country</i> (DT, URL)	Ваш чоловік підписав договір про створення <u>північноамериканської вільної торгової зони</u> і це найгірше, що можна було зробити. Договір <u>НАФТА</u> , напевно, найгірший договір, який коли-небудь був підписаний
80.	<i>Some of them I voted for. The biggest</i>	За деякі з них я голосувала. Я за

	<i>one, a multinational one known as <u>CAFTA</u>, I voted against (HC, URL)</i>	<u>КАФТА</u> ... голосувала, проти деяких я теж голосувала, як <u>КАФТА</u> , наприклад...».
81.	<i>We did not develop new capabilities to defeat enemy, or launch a comprehensive strategy to <u>dry up the terrorists 'base of support</u>. We did not reaffirm our basic values, or <u>secure our homeland</u> (DT, URL)</i>	Ми не розробляли нових можливостей, щоб перемогти ворога, не розробили комплексну стратегію <u>для висихання бази підтримки терористів</u> . Ми не підтвердили своїх основних цінностей і <u>не захистили</u> свою батьківщину
82.	<i>The Jerusalem Avenue passage required constant protection, repair, and reinforcement, but the will of its defenders did not <u>waver</u>, even in the face of death (BO, URL)</i>	Шлях по Єрусалимському проспекті вимагав постійного захисту, ремонту та підкріплення, але воля його захисників <u>вистояла</u> навіть перед лицем смерті
83.	<i>I believe that America's <u>free market has been the engine of America's great progress</u>. It's created a prosperity that is the envy of the world (CH, URL)</i>	Я вважаю, що <u>вільний ринок Америки став двигуном великого прогресу Америки</u> . Це створило добробут, якому заздрить світ
84.	<i><u>Manufacturing is coming back to America. Home values are on the rise</u> (CH, URL)</i>	<u>Виробництво повертається в Америку. Домашні цінності зростають</u>
85.	<i>So doing the Lord's work is a thread that's run through our politics since</i>	Отже, виконувати Господню роботу - це нитка, яка проходить через

	<p><i>the very beginning. Imagine Lincoln's Second Inaugural without its reference to "the judgments of the Lord." Or King's "I Have a Dream" speech without its reference to "all of God's children." Or President Kennedy's Inaugural without the words, "here on Earth, God's work must truly be our own." At each of these junctures, by summoning a higher truth and embracing a universal faith, our leaders inspired ordinary <u>people</u> to achieve extraordinary things</i></p> <p>(CH, URL)</p>	<p>нашу політику з самого початку. Уявіть собі Другу інавгурацію Лінкольна без посилання на "суди Господа". Або виступ Кінга «Я мрію» без посилання на «всіх Божих дітей». Або інавгурація президента Кеннеді без слів: "Тут, на Землі, Божа робота має бути справді нашою власною". На кожному з цих етапів, закликаючи вищу істину та сприймаючи універсальну віру, наші провідники надихали простих <u>людей</u> на досягнення надзвичайних речей</p>
86.	<p><i>The automakers had achieved a "production miracle", and it labeled Detroit "the Miraculous City . " It was a miracle that was distinctly American - the idea that in the face of impossible odds, <u>people</u> who love their <u>country</u> can rise to meet its greatest challenges. It's the kind of American miracle we need today</i></p> <p>(DT, URL)</p>	<p>Автовиробники досягли "виробничого дива", і Детройт назвали "Чудодійним містом". Це було диво, яке було виразно американським - ідея, що в умовах неможливих шансів <u>люди</u>, які люблять свою <u>країну</u>, можуть піднятися назустріч її найбільшим викликам. Це те американське диво, яке нам потрібне сьогодні</p>
87.	<p><i>Before I begin, I want to apologize for the delay but there were so many</i></p>	<p>Перш ніж почати, я хочу вибачитися за затримку, але</p>

	<i>people who showed up, and because this is the largest gathering of distinguished foreign diplomats in San Francisco, since the founding of the United Nations – there was a little more of a delay in getting everyone in, and there are still people outside we hope will be able to get in</i> (CH, URL)	прийшло так багато людей, і через те, що це найбільша зустріч видатних закордонних дипломатів у Сан-Франциско з часу заснування ООН – була ще невелика затримки з тим, щоб впустити всіх, і все ще є люди ззовні, які, сподіваємось, зможуть потрапити до зали готелю
88.	<i>In the face of <u>war</u>, there can be <u>peace</u>. In the face of despair, there can be hope</i> (CH, URL)	В умовах <u>війни</u> може бути <u>мир</u> . Перед відчаєм може бути надія
89.	<i><u>America</u> must show through deeds as well as words - that we stand with those who seek a better life. That child looking up at the helicopter must see <u>America</u> and <u>feel hope</u></i> (CH, URL)	<u>Америка</u> повинна ділами, а також словами показати, що ми підтримуємо тих, хто шукає кращого життя. Ця дитина, дивлячись на вертоліт, повинна побачити <u>Америку</u> і <u>відчути надію</u>
90.	<i>I believe that if we hope to restore trust in the <u>markets</u>, we must be able to trust the judgment of our <u>rating agencies</u></i> (DT, URL)	Я вважаю, що якщо ми сподіваємось відновити довіру на <u>ринках</u> , ми повинні мати змогу довіряти судженням наших <u>рейтингових агентств</u>
91.	<i>We are going to be looking for ways to <u>celebrate</u> our diversity</i> (HC, URL)	Ми повинні <i>відзначати</i> нашу різноманітність
92.	<i>... where instead <u>we celebrate</u> our</i>	... ми замість цього <u>радіємо</u> нашої

	<i>diversity... (HC, URL)</i>	різноманітності...
93.	<i>And for the most part I agree on many of the steps that have to be taken. We've got to provide moral support to the Poles and Estonia and Latvia and all of the nations that were former Soviet satellites. But we've also got to provide them with <u>financial</u> and <u>concrete assistance to help rebuild their economies</u> (CH, URL)</i>	І здебільшого я погоджуюсь на багато кроків, які потрібно зробити. Ми повинні надати моральну підтримку полякам, Естонії, Латвії та всім країнам, які були колишніми радянськими супутниками. Але ми також маємо надати їм <u>фінансову та конкретну допомогу, щоб допомогти відбудувати свою економіку</u>
94.	<i>We need to create jobs here. And both Governor Romney and I agree actually that we should lower our <u>corporate tax rate</u>. It's too high. But there's a difference in terms of how we would do it. I want to close loopholes that allow companies to deduct <u>expenses</u> when they move to China; that allow them to <u>profit offshore</u> and not have to get <u>taxed</u>, so they have <u>tax advantages offshore</u> (BO, URL)</i>	Тут нам потрібно створити робочі місця. І ми, і губернатор Ромні, фактично погоджуємось, що нам слід знизити ставку <u>корпоративного податку</u> . Це занадто високо. Але є різниця щодо того, як ми це зробимо. Я хочу закрити лазівки, що дозволяють компаніям вираховувати <u>витрати</u> , коли вони переїжджають до Китаю; які дозволяють їм отримувати <u>прибуток</u> в офшорах і не мусять <u>оподатковуватись</u> , тому вони мають <u>податкові переваги</u> в офшорах
95.	<i>I can only say that I'm certainly</i>	Мій батько, слава богу, з Вами

	<i>relieved that my late father never did business with you</i> (HC, URL)	ніколи не стикався в <u>бізнес-сфері</u> .
96.	<i>Tomorrow you'll head to the polls to elect a congressman who always puts America first, Dan Bishop. I've just come from a meeting with North Carolina officials representing communities <u>hit</u> by Hurricane Dorian and I expressed the unwavering solidarity of the American people, we are <u>behind</u> you 100%. 100%. The prayers of our entire nation are with the citizens of North Carolina, South Carolina, Georgia, Florida and everyone else that was in the storms path, and I will say I was called by the government of The Bahamas and we're helping with The Bahamas. They were <u>hit</u> so hard</i> (DT, URL)	Завтра ви вирушите на вибори, щоб обрати конгресмена, який завжди ставить Америку на перше місце, Дена Бішопа. Я щойно прийшов із зустрічі з представниками Північної Кароліни, що представляють громади, <u>уражені</u> ураганом Доріаном, і я висловив непохитну солідарність американському народу, ми <u>підтримуємо</u> вас на 100%. Молитви цілої нації надходять до громадян Північної Кароліни, Південної Кароліни, Джорджії, Флориди та всіх інших, кого зачепив шторм, і я скажу, що мене викликав уряд Багамських островів, і ми допомагаємо Багамам. Вони <u>постраждали</u> дуже сильно
97.	<i>Because <u>Roe v. Wade</u> very clearly sets out that there can be regulations on abortion so long as the life and the health of the mother are taken into account</i> (HC, URL)	Тому що <u>Роу проти Уейда</u> чітко заявляє, що можна регулювати аборти, тільки якщо під питанням життя і здоров'я самої жінки

98.	<i>I would want to see <u>the Supreme Court reverse Citizens United</u> and get dark unaccountable money out of our politics (HC, URL)</i>	Я хочу, щоб <u>Верховний суд скасував Сітізенс Юнайтед</u> і завадив фінансувати нашу політику різних груп
99.	<i>what <u>really</u> happened (DT, URL)</i>	що <u>насправді</u> сталося
100.	<i>public policy that <u>truly</u> reflects our values (DT, URL)</i>	державна політика, яка <u>справді</u> відображає наші цінності

SUMMARY

Relevance of the research topic: Political activity has always played a special role in society - the place of a country in the international arena, its relations with other states, its role in the activity of the world community depend on a certain political position or situation. However, the way it is presented by political leaders plays an important role in determining the country's image. With the help of speeches, politicians have the opportunity to address both the international community and the citizens of their own country. In most cases, in the process of speaking politicians should not only inform the audience about certain aspects of public life, but, more importantly, gain the audience's commitment, persuade listeners to take a stance, and gain the support of citizens. In pursuit of these goals, politicians use in their speeches various strategies and tactics of argumentation, research of which allows, on the one hand, to establish the most effective ways to influence the audience, and on the other - to predict further actions and intentions of politicians.

The purpose and objectives of the study: The purpose of the qualification work is a comprehensive analysis of the cognitive-communicative characteristics of American electoral discourse on the example of speeches by D. Trump, B. Obama and H. Clinton and the means of rendering of said features in Ukrainian.

The object of research is the cognitive-communicative characteristics of American electoral discourse.

The subject of the research is the means of rendering the cognitive-communicative characteristics of the American electoral discourse in Ukrainian.

The material for the study was a list of 100 examples, collected by the method of a continuous sample from the election speeches of D. Trump, B. Obama and H. Clinton.

The scientific novelty of the results lies in describing the difficulties faced by the translator of American political language in general and the presidential debate in particular, as well as providing recommendations for training.

Thus, based on the study, the following conclusions can be drawn.

Discourse in the context of this study is determined by the cognitive-communicative process verbalized with the help of language signs. The cognitive aspect of political discourse includes specific discourse-forming concepts-ideologies within the individual conceptosphere of politics, and its communicative aspect is aimed at the ideological influence exerted by the strategies and tactics of discourse. Political discourse reflects the existing political reality, changes within it and at the same time participates in its creation and alteration

The translation of political discourse has a number of functional and stylistic features that are directly dependent on the features of the political discourse itself. Of the common language functions, the most relevant for political discourse is the function of influencing the addressee. The theory of translation at the present stage of its development draws attention to the relationship between translation and sociolinguistic factors. It is concluded that the recipient invariably perceives the text of the translation through the prism of their national culture and, accordingly, some substantive aspects of the statement will be a priori not clear or misinterpreted.

Linguistic influence in political discourse is exercised through strategies and tactics. Among the strategies of language influence in institutional discourse there are persuasive and argumentative ones. There is a hierarchy or levels of strategies. Global strategy is defined as a general discourse strategy that organizes it and has as a mental correlate a prototype - minimized and stereotyped conceptual knowledge ("typical image"), and local strategies are aimed at "achieving more specific goals." Our study

examines local strategies, such as propaganda, argumentative, manipulative and discrediting strategies.

Persuasive-manipulative influence on the electorate in the discourse of American politicians in strategy and tactics, delimited by the principle of purpose: 1) cooperation - strategies of agitation (tactics of promise, call / motivation), strategies of argumentation (tactics of self-presentation, identification, illustrative) (tactics of value orientation of the addressee, tactics of inspiration), tactics of inspiration, as well as tactics of appeasing the opponent) and 2) confrontation - strategies of discrediting (tactics of accusation and criticism), as well as manipulative-confrontational strategies (tactics of predicting negative consequences).

In the electoral discourse of American politicians, the strategy of agitation is realized by the tactics of promise and conscription / motivation of the addressee to action. Promise tactics are divided into long-term and short-term. Conscription tactics in election discourse objectify key concepts of politicians' discourse in the minds and subconscious of the electorate, focusing on health, economics, security, and education.

Argumentative strategies in the discourse of presidential candidates are aimed at all areas of human life and serve the purpose of persuading the addressee and motivating him to action. It is implemented by: self-presentation tactics and identification tactics.

Manipulation of mass consciousness as a type of psychological influence is carried out in the pre-election discourse with the help of negatively and positively colored tactics: 1) manipulation, based on information of a negative (discrediting) plan, aims to show the shortcomings of opponents; 2) manipulation based on the values, hopes and expectations of voters, aimed at raising the politician's own rating. Among the manipulative-cooperative strategies revealed tactics: manipulation of values, inspiration, and appeasement of the opponent.

Confrontational strategies and tactics of electoral discourse are limited by discrediting strategies and manipulative-confrontational strategies.

Using the tactics of accusation and criticism for successful persuasive influence, the politician simultaneously introduces new information of negative nature (introductory-informative strategy), showing his superiority over the opponent and glorifying himself: manipulative-confrontational tactics of predicting negative consequences in the electoral , by creating negative associations.

As a result of the study, it was found that the specifics of the translation of texts of political speeches are that they combine features of not only journalistic and scientific style but also of the artistic style as well. Therefore, when translating English political speeches into Ukrainian, it is necessary to pay attention, first of all, to the lexical and stylistic features of such texts.