

ДОГАДКО МИХАЙЛО ЮРІЙОВИЧ

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ ПУБЛІЧНИХ ПРОМОВ ТА ІНТЕРВ'Ю З
АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

035 ФІЛОЛОГІЯ

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ	7
1.1 Ораторський стиль та його особливості	7
1.2. Різновиди публіцистичного стилю.....	17
1.3. Особливості промов президентів США другої половини ХХ століття	28
Висновки до розділу 1	43
РОЗДІЛ 2. ІНДИВІДУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ОРАТОРСЬКОГО СТИЛЮ БАРАКА ОБАМИ ТА ДОНАЛЬДА ТРАМПА	45
2.1 Аналіз публічних промов Барака Обама та специфіка їхнього перекладу.....	45
2.2. Аналіз публічних промов Дональда Трампа та специфіка їхнього перекладу.....	61
Висновки до розділу 2	77
ВИСНОВКИ.....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Темою даної дипломної роботи є специфіка публічних промов та інтерв'ю з англійської мови.

Актуальність даної роботи зумовлена досить невеликою кількістю робіт, присвячених аналізу особливостей перекладу публічних промов та інтерв'ю з англійської мови на українську з точки зору розкриття унікальності особистості та характерних рис особи, що дає інтерв'ю або проголошує публічну промову перед слухацькою та глядацькою аудиторіями. Свідомі й несвідомі процеси маніпулювання людьми за допомогою слова та інструменти емоційного впливу, завдяки яким наша мова набуває найбільш потужного та довготривалого ефекту, являються невід'ємною частиною спілкування успішної людини сьогодення, і, отже, є критично важливими предметами для детального дослідження.

Важко уявити собі будь-якого провідного фахівця, якому ніколи не доводилося би давати інтерв'ю в рамках популяризації продукту своєї компанії чи фірми або проводити майстер-класи перед менш досвідченою та відносно неосвіченою аудиторією. Різноманітні діячі сфер культури, спорту, промисловості або маркетингу мусять користуватися власними навиками красномовства задля розширення колу зв'язків та заохочування нової аудиторії не тільки до сфери своєї діяльності, а й до цілком можливого у подальшому взаємовигідного співробітництва.

Рано чи пізно кожному доводиться демонструвати навика красномовства – під час співбесіди вас можуть попросити розказати про себе, тобто прорекламувати не тільки свої професійні якості, а й максимально розкрити свою особистість. Далеко не всі здатні одразу «виложити всі карти на стіл» та продемонструвати чого вони варті перед незнайомою людиною у новій незвичній обстановці навіть знаючи, що від наступних 5-10 хвилин залежить напрям та швидкість розвитку їхнього кар'єрного шляху.

Навіть такі урочисті події як новорічні свята, дні народження та річниця вже змалку вимагають від людства демонстрації навику красномовства, бо хто насправді бажає залишитись у пам'яті винуватців чи учасників урочистої події як ще один непоказний промовець – звичайно, всі жадають залишити свій слід в емоційній пам'яті слухачів, особливо, якщо свято та адресат промови йому чи їй небайдужі.

Найбільш актуальною святковою промовою можна назвати тости та побажання на весіллі, бо вони є свого роду шансом раз і назавжди увійти в історію майбутньої родини. Кожен гість (навіть малеча) має можливість стати частиною незабутнього спогаду надзвичайної події, що часто трапляється лише раз у житті.

Зовсім не дивно, що у процесі інтерв'ю чи публічною промови ми подекуди невимушено розкриваємо певні риси нашої особистості. Навіть маленькі, спершу зовсім непомітні деталі подачі спочатку заготовленого і потім по-своєму інтерпретованого матеріалу роблять нашу мову унікальною в очах її реципієнта.

Важливе значення для адекватного і точного перекладу публічних промов й інтерв'ю мають такі фактори як: контекст слів мовця, атмосфери бесіди або події, про яку йде мова, емоційний стан оратора та його цільова аудиторія, теперішні та майбутні потенційні цілі промови, невербальні засоби комунікації оратора, манера подання адресантом мовленнєвого матеріалу та рівень його схильності до дотримання власних тез у процесі публічного виступу.

Мета роботи полягає у дослідженні особливостей перекладу публічних промов та інтерв'ю президентів США другої половини XX та початку XXI століть з англійської мови на українську.

Загальна мета дослідження зумовлює потребу розв'язати такі завдання:

- проведення аналізу особливостей ораторського стилю і різновидів публіцистичного стилю;

- застосування перекладацьких прийомів та вмінь;
- з'ясування частоти використання президентами США різних прийомів впливу на аудиторію.

Об'єктом дослідження даної роботи виступають є публічні промови та інтерв'ю президентів США другої половини ХХ та початку ХХІ століть.

Предметом дослідження даної роботи виступає специфіка відтворення публічних промов та інтерв'ю президентів США другої половини ХХ та початку ХХІ століть в українській мові.

Теоретична значимість даної роботи лежить у розкритті особливостей перекладу публічних промов та інтерв'ю президентів США другої половини ХХ та початку ХХІ століть на українську мову, а також аналізу труднощів, що можуть зустрічатися під час цього процесу.

Практична значимість даної роботи лежить у тому, що завдяки детальному аналізу особливостей перекладу публічних промов та інтерв'ю президентів США другої половини ХХ та початку ХХІ століть на українську мову значно зменшується вірогідність помилок та збільшується розуміння їхнього мовленнєвого матеріалу в цілому.

Новизна даної роботи лежить у детальному розгляді специфіки перекладу публічних промов та інтерв'ю президентів США другої половини ХХ та початку ХХІ століть на українську мову.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

1.1 Ораторський стиль та його особливості

Швидкий розвиток суспільства та розширення міжкультурних зв'язків суттєво впливають на всі сфери людської діяльності. За таких умов постійний обмін інформацією стає невід'ємною частиною сьогодення. Разом з цим зростає важливість вміння домовлятися, вміння доносити до слухача, співрозмовника чи навіть цілої аудиторії свою думку, переконувати та спантеличувати, вмовляти та шокувати, спростовувати аргументи опонента, водночас переманюючи на свій бік його прихильників та тих, хто поки що зайняв нейтральну позицію, вміння здобувати неочікуваних нових друзів та в той же самий час наживати запеклих ворогів, навик, що дозволяє задобрювати й виводити із себе – саме це неповторне подекуди свідоме, а подекуди невимушене маніпулювання словом є однією із найважливіших та невід'ємних із рис успішної людини сьогодення.

Риторика вивчає вплив одних людей на інших за допомогою промови, орієнтуючись насамперед на мистецтво красивого вираження власних думок та впевненого публічного виступу, способи переконання й маніпулювання аудиторією з урахуванням її особливостей. Саме в стародавній Греції бере свій початок методика викладання основ риторики. Стародавні мислителі називали цю дисципліну наукою про красномовство. У своїй книзі «Риторика» Г.Сагач звертає увагу на те, що суспільно-політичний устрій цієї країни став запорукою розвитку ораторського мистецтва. Оскільки містами на той час керували їхні найбільш шановні мешканці, а верховним органом був Народний сбір. І політики, і навіть рядові громадяни зверталися зі своїми питаннями й проблемами до так званого «керівництва» на очах безлічі людей. На схожий

манер проходив й судовий процес стародавньої Греції: звинувачений повинен був захищати себе самостійно, і саме з цієї причини зазвичай доля його життя залежала від вміння переконувати інших у власній правоті, непричетності чи невинності.

Вже на перших порах популярності риторики з'явилися софісти – вчителі красномовності. За символічну плату представники цієї професії давали настанови й тренували бажаючих у вмінні красиво і переконливо доносити свої думки до інших. Саме ці майстри сприяли розвитку основних законів ораторського мистецтва. Перший підручник риторики був створений в V сторіччі до нашої ери греком Кораком, який свого часу відкрив школу красномовства в Сиракузах. В цьому труді автор ознайомлює свого читача з основами ораторського мистецтва [27, 55].

Риторику також активно вивчали такі відомі мислителі як Платон, Сократ, Цицерон, Демосфен та Перикл. Найбільш цікавою й водночас життєвою є історія жаги до знань риторики з боку Демосфена. Зазвичай він говорив в'яло та невиразно, що, в свою чергу, досить очікувано, викликало у публіки лише сміх над промовцем. Демосфен не міг просто змиритися із таким перебігом подій, і тому розпочав працювати над собою. Згодом йому вдалось досягнути таких висот у риториці, що люди замирали під час промов Демосфена й слухали його з широко розкритими ротами.

В свою чергу Цицерон відзначався не лише гучними та неповторними промовами, а й займався написанням трактатів на тему красномовства. На думку Цицерона, справжнім оратором могла бути тільки дуже добре освічена людина. Промовець повинен також бути борцем за справедливість та щастя собі подібних. Цицерон розробив для своєї читацької аудиторії вправи для оптимальної ритміки мови, приділяв надзвичайно велику увагу виразності мови, правильній вимові слів й дикції. Звичайно, не міг мислитель оминати увагою й невербальну сторону питання – окремі розділи присвячувалися

детальному розбору жестів та міміки. Цицерон вважав, що мова оратора повинна бути простою, але в той же час виразною, піднесеною. Він називав риторику наукою переконувати майстерністю слова.

Грек Квінтіліан приділяв велику увагу у своїх «Настановах оратору» формі подачі публічного виступу. Цей представник мислителів стародавньої Греції вважав, що промовець повинен «чіпляти» аудиторію, тим самим викликаючи у людей певні емоції – будь то щирий сміх чи погано контрольований гнів. Мова оратора має бути ясною, правильною з точки зору вимови, і, що цікаво, прикрашеною багатьма зворотами.

Аристотель в своєму трактаті «Риторика. Поетика» називав риторику мистецтвом знаходити як найбільше способів переконання щодо будь-якого предмету. Слід зазначити, що на думку Аристотеля, риторика здатна визнати переконливим будь-що, що робить її мистецтвом, не маючим свого аналогу предметів.

Засоби переконання можуть бути технічними та нетехнічними. Нетехнічними можна назвати способи переконання, які ми ще не змогли винайти, але існували раніше, – сюди належать: свідки, зізнання під час катувань, письмові договори та інше; технічними ж можна назвати ті, які можуть бути створені нами за рахунок метода, так що перші можна використовувати, а інші – потрібно ще знайти.

Засобів переконання, що надає нам мова, є цілих три різновиди: одні з них визначаються характером промовця, інші – тим чи інакшим настроєм слухача, а треті – самою мовою оратора з її справжньою чи уявною переконливістю [3, 11].

Загалом, як зазначає Г.Сагач у своїй книзі «Риторика», мислителі древньої Греції сформулювали наступні основи риторики, що з часом отримали статус аксіом і дійшли навіть до наших часів:

- Базою красномовства можуть бути природні дані людини, які необхідно розвивати;
- Право на публічний виступ дає освіта та досвід оратора. Неосвічена людина нездатна доводити до інших свої ідеї. Оратор повинен враховувати всі нюанси теми, про яку він говорить;
- Промови класифікуються. Наприклад, на такі як: воєнні, судові, ділові, навчальні;
- В основі красномовства лежить логічна думка, слово й моральність;
- Наука про красномовство розподіляється на кілька частин: труд над змістом промови, її запам'ятовування та правильна вимова, використання можливостей у створенні емоційного відгуку до себе від аудиторії [27, 63].

Що насправді являє собою поняття «ораторська мова»? Це різновид усної форми літературної мови, що застосовується переважно у різноманітних типах публічних виступів. До найбільш поширених видів ораторської мови прийнято відносити: соціально-політичну, академічну, судову, соціально-побутову та духовну. Якщо розбирати ораторську мову більш детально, то можна виділити її жанри.

З наукового стилю до ораторської мови можна віднести науково-популярну лекцію, наукову доповідь чи наукове повідомлення, лекцію у вищому навчальному закладі. Релігійний стиль в свою чергу представлений в ораторській мові жанром проповіді. До розмовного стилю належать застольна промова, вітальна й надгробна промови, також сюди можна віднести і будь-яку промову, що має урочистий характер (промови на днях народження, ювілеях, весіллях та інших святах). Офіційно-діловий стиль представлений в ораторській мові судовими та дипломатичними промовами, та крім того промовами-презентаціями. Публіцистичний стиль в свою чергу активно

використовує ораторську мову в агітаційних, парламентських, військово-політичних промовах, виступах на актуальні проблеми сьогодення: будь-то соціально-економічні, соціально-культурні, побутові чи моральні проблеми людства.

А.Пешковський у своїй збірці статей «Методика російської мови: стилістика, лінгвістика, поетика» прийшов до висновку, що ораторська мова часто стикається із протиріччям між книжною мовою (ораторській мові, як правило, передують підготовка безпосередньо тексту промови) і усною передачею підготовленого матеріалу, на що звичайно впливає розмовна мова. Цей вид літературної мови є своєрідною підрубкою письмової мови під усну. Необхідність зробити свою мову менш академічною, і, відповідно, більш простою та зрозумілою для слухачів, може зіграти злий жарт із промовцем – якщо той не справляється із стихією усної мови та вміє орієнтуватися на задовільному рівні на письмову мову. Ступінь академічності промови залежить від знань оратора в темі, проценті його слідування заготовленому матеріалу (читання тексту, відображення тексту по пам'яті з різним ступенем опору на нього, абсолютна імпровізація).

Відхід від академічної мови та бажання передавати свої думки живою розмовною мовою є характерними для усіх великих ораторів. У цілях формування у слухачької аудиторії ефекту невимушеності використовуються фразеологія, багато запитань, прямих звернень. Іншою характерною рисою ораторської мови є періодичне формування фрази вже по ходу спілкування, що якраз передбачає зворотній зв'язок із адресатом чи адресатами промови. Крім того, фрази можуть ділитися на частини задля наголосу на певних особливо важливих аспектах речення чи певного умовиводу. Звичайно, не обходять оратори стороною лексичні й інші види повторів (знову ж таки роблячи наголос на окремих пунктах промови) та асоціативні ряди, активно застосовуючи засоби невербальної комунікації – постать, міміку та жести [22, 110].

Ораторській мові притаманна полемічність. По-справжньому хороша промова повинна бути переконливою та впливати певним чином на цільову аудиторію. Це забезпечує її наповнена аргументами структура й експресивність. Прийнято розрізняти два види полемічності ораторської мови: імпліцитна (скрита, внутрішня) та неімпліцитна (відкрита, зовнішня). Перший вид використовується в тому випадку, якщо оратору необхідно переконати аудиторію, що він дійсно має рацію в даному випадку. При цьому, що важливо, промовець так і не називає напряду потенційно незгідних із ним слухачів чи опонентів, які можуть знаходитися як в одному приміщенні із ним, так і взагалі далеко від місця де виступає промовець.

Неімпліцитна ораторська мова пов'язана із відкритим захистом своїх поглядів та спростовуванням висловів й аргументів опонентів. Оратор таким чином може боротися навіть проти уявного опонента. Саме на такий тип ораторської мови у формі діалогу передусім направлені телевізійні дебати між кандидатами на пост голови (президента чи прем'єра) країни чи уряду. Однак, не є рідкістю випадок, коли кандидати використовують обидва види ораторської мови під час промов у режимі теледебатів.

Наприклад, Н.Кохтев вважає, що між оратором та опонентом може виникнути полеміка, якщо експліцитна полемічність промовця направлена на конкретну особу, і таким чином відбувається публічний захист оратором своїх поглядів. Полеміка передбачає детальний розгляд й аналіз фактичного матеріалу, статистичних даних, наукових проблем, різноманітних точок зору на те чи інше питання. На основі вище названого формується сильна аргументація на підтримку власних тем й умовиводів. Велика увага в ораторській мові також приділяється емоційному впливу на слухача, що є запорукою у процесі його переконання у своїй правоті. Кращі оратори мають у своєму розпорядженні безліч засобів полемічного впливу: іронія, сарказм, антитеза, натяки, різкі

оціночні судження, ремарки, порівняння, багатозначні умовчання, приказки тощо.

Переконливість полемічного виступу багато в чому залежить від тих аргументів й доводів, на яких засновується істинність головної ідеї публічного виступу, а також від ступеню застосування у якості доказів фактів та положень, що не потребують обґрунтування, точних цитат, повідомлень й висловів. Ці фактори дозволяють посилити інформативну значимість та аналітичну сторону ораторської мови та проявити коментаторську позицію адресанта [19, 82].

Всі частини ораторської мови переплетені та взаємопов'язані, що забезпечується за рахунок когезії, ретроспекції та проспекції. Когезія виражається різноманітними повторами, словами, що позначають часові, просторові та причино-наслідкові відносини: таким чином, отже, по-перше, по-друге, по-третє, наступне питання, на даний момент, далі побачимо, перейдемо до наступного, з одного боку, приймаючи до уваги, між тим, незважаючи на це, як виявилось, напевне.

Ретроспекція виражається в посиланнях на інформацію, що наявна незважаючи на виступ оратора (завдяки цьому встановлюється зв'язок промови оратора з загальним інформаційним контекстом), посиланнях слухачів до інформації, що звучала у його більш ранніх виступах чи була згадана на деякий час раніше в даному виступі.

Проспекція, в свою чергу, – один із елементів мови, що охоплює в собі інформацію про ті аспекти, про які буде йти мови вже у наступній частині промови. Когезія, ретроспекція та проспекція допомагають слухачу чіткіше і ясніше представити собі взаємозв'язок умовиводів й ідей, що згадав у своєму публічному виступі оратор.

Задля створення і подальшої передачі атмосфери взаєморозуміння та єднання між самим собою та аудиторією головна діюча особа публічного виступу використовує суб'єктивність мови та її контактність, що можна легко

сформувати за допомогою особових займенників. Наприклад, за допомогою нібито простого «ми» промовець запрошує свою аудиторію до дружнього та двостороннього перегляду певних фактів та створює атмосферу невимушеної розмови. Встановити контакт із слухачами або звернути їхню увагу на інформацію можна завдяки дієслівним формам, денотатом яких є спільна дія, або завдяки ввідним конструкціям, що містять у собі звернення до аудиторії: як ви бачите, як ви здогадуєтесь, як ми знаємо тощо.

Використання таких засобів та прийомів створює ситуацію безпосереднього діалогу зі слухачами та наділяє виступ невимушеним, розмовним характером. Ефективність публічного виступу залежить від того, як оратор виконує одне із своїх основних комунікативних завдань – а саме: зменшує дистанцію між собою та аудиторією. Найкращі публічні виступи характеризуються образністю, що сприяє емоційності, більшій доступності та легкістю запам'ятовування матеріалу.

Н.Даренська у методичному посібнику «Риторика» акцентує увагу на тому, що якість і стиль публічного виступу оратора безперечно буде залежати від його темпераменту та характеру. В залежності від типу нервової діяльності виділяють:

- Раціонально-логічний;
- Емоційно-інтуїтивний;
- Філософський, ліричний, або художньо-образний.

Схоже на те, що подібна класифікація засновується ще на поділу людей на чотири типи темпераменту: сангвінік, холерик, флегматик та меланхолік. Більш широко розповсюдженою є класифікація, що розподіляє ораторів на дві категорії: раціональна та емоційна. Згодом до них була додана ще й третя – змішана. Такий розподіл є найбільш точним, бо він спирається на психологічні особливості особистості людини. Змішаний тип оратора може бути визначений майже у будь-кого із нас [11, 80].

Тим не менш Н.Даренська у «Риторичі» також зазначає, що є ще один, інший тип класифікації ораторів, за основу якого був прийнятий власне риторичний критерій – вміння та бажання оратора тримати тезу.

- Конструктивний тип;
- Демагогічний тип;
- Популістичний тип [11, 83].

Конструктивний оратор націлений насамперед на промову. Його головна задача – показати рішення проблеми. Ось чому він точно та визначено формулює тезу і намагається розкрити її в своєму виступі та привести переконливу аргументацію. Саме конструктивний оратор орієнтується на визначення риторики, як засобу знаходження методів переконання щодо певного предмету. Оратор цього типу обирає відповідній своїй цілі та призначений для конкретної аудиторії зміст.

Демагог зазвичай орієнтований на оратора. Його ціль – пред'явити самого себе. Його виступ не дуже змістовний, тези або нема зовсім або вона не дуже конкретна. Він говорить загальновідомі істини, речення зводяться до розпливчатих лозунгів (необхідно збільшити темпи виробництва, відновити постачання тощо). Н.Даренська зазначає, що в подібній промові може бути багато критики, однак це невдоволення не направлене на якусь конкретну подію чи явище, а має лише загальний характер. Демагог завжди готовий до публічного виступу, в незалежності від аудиторії і предмету, бо має таким чином можливість самовиразитися [11, 85].

Популіст насамперед орієнтований на аудиторію. Його завдання – за будь яку ціну завоювати симпатії аудиторії, і з цієї причини він говорить саме те, що бажає почути від нього ця аудиторія в даний момент. В той час як конструктивний оратор намагається привернути увагу слухачів до тієї, чи іншої думки, і тому намагається покращити аргументацію, популіст націлений на

залучення слухачів до окремої особистості (зазвичай своєї) якими б не були її погляди.

Зазвичай для реалізації свого задуму популіст пропонує аудиторії надзвичайно та виключно заманливу ідею, за здійснення якої він призиває боротися разом із ним, або навпаки – створює очевидного та усіма осудженого ворога, лякає ним та закликає подолати цього недруга. Особливість популізму – його деструктивність. Саме з цієї причини цей прийом використовують у руйнівних, а не конструктивних цілях. Популізм більш пристосований до критики, спростування, чим до підтвердження і доказу. Не дивно, що цей тип ораторського мистецтва є настільки популярним і дійсно успішним в передвиборних кампаніях чималої кількості кандидатів.

Таким чином, ми з'ясували, що ораторська мова використовується в цілях інформування слухачів і подальшого впливу на них. Корні розвитку риторики беруть свій початок ще у стародавній Греції, де навик красномовства допомагав випитуватися навіть із зовсім безнадійних ситуацій і був ознакою освіченої та шанованої людини. Ораторська мова – складний процес спілкування з аудиторією, який у процесі повинен перетворитися із монолога на діалог. Публічний виступ оратора характеризується використанням різноманітних засобів комунікації, в тому числі і невербальних.

В процесі виступу оратор перетворює свою раніше заготовлену академічну промову на більш просту і зрозумілу по відношенню до аудиторії, наближаючи тим самим текст до розмовного стилю. Справжній оратор повинен вміло імпровізувати та видозмінювати свій матеріал, в залежності від реакції аудиторії. Важливо, щоб зміст виступу легко сприймався та засвоювався аудиторією. Крім того, головне діюче лице публічного виступу не повинно залишати поза увагою зворотній зв'язок із слухачами, коректуючи та моделюючи свої дії під потреби та інтереси аудиторії. Публічний виступ будь-якого оратора залежить від психологічних характеристик його особистості та

його вміння й бажання дотримуватися обраної для промови тези. Індивідуальна манера подачі інформації та фокусу на її деталях роблять наші публічні виступи по-своєму унікальними й неповторними.

1.2 Різновиди публіцистичного стилю

В рамках кращого і якісного ознайомлення із темою публічного виступу, ораторської мови та риторики не можна оминати своєю увагою питання публіцистичного стилю та його різновидів, бо воно є неодмінно пов'язаним із майстерністю красномовства.

Публіцистичний стиль – один із функціональних різновидів літературної мови, що обслуговує сферу політично-ідеологічних, економічних та культурних відношень в суспільстві. В публіцистичному стилі реалізуються дві основні функції мови – функція впливу (агітація та пропаганда) і інформативна функція (повідомлення новин). Виходячи з цих двох функцій прийнято виділяти два підстиля: інформаційний і власне публіцистичний.

Д.Розенталь у своїй книзі «Російська мова на відмінно. Стилїстика та культура мови» зазначає, що в публіцистичних творах, як правило, широко охоплюються актуальні питання сьогодення, що представляють інтерес для суспільства (політичні, економічні, моральні, філософські, питання культури, виховання або повсякденного побуту). Публіцистичний стиль застосовується в суспільно-політичній літературі, періодичній пресі (газети, журнали, вісники тощо), політичних виступах та промовах на різноманітних зібраннях.

В рамках публіцистичного стилю широко розповсюдження отримав газето-журнальний різновид. До основних рис газетної мови належать:

1. «Економія» засобів мови, лаконічність викладу тексту за умови високої інформаційної насиченості;
2. Відбір засобів мови з установкою на їхню дохідливість (газета – один із найбільш розповсюджених видів масової інформації);

3. Наявність суспільно-політичної лексики і фразеології, переосмислення лексики інших стилів (тієї ж самої термінологічної) в цілях публіцистики;
4. Використання характерних для даного стилю мовних стереотипів та кліше;
5. Жанрова різноманітність і пов'язана із цим різноманітність стилістичного використання мовних засобів: полісемантичної сутності слова, ресурсів словотворення (авторські неологізми), емоційно-експресивної лексики;
6. Суміщення рис публіцистичного стилю із рисами інших стилів (наукового, офіційно-ділового, літературно-художнього, розмовного), що відбувається завдяки різноманіттю тематики та жанрів;
7. Використання образотворчо-виразних засобів мови, використання засобів стилістичного синтаксису (риторичні питання та вигуки, інверсія, повтори, паралелізм структури тощо) [26, 21].

Далеко не всі згадані вище особливості рівномірно представлені в усіх газетних жанрах, і також варто зазначити той факт, що не всі ці особливості є характерними лише для публіцистичного стилю. Насправді лише подекуди можна зіткнутися із твердою стильовою закріпленістю лексичних та граматичних засобів. Однак, їхнє домінанте використання в тому чи іншому стилі, пристосування слів, зворотів, конструкцій одного окремого стилю в цілях зовсім іншого стилю – є прикмета даного стилю мови.

Кожен підстиль публіцистичного стилю має свою розвинуту систему жанрів. Традиційно прийнято розрізняти інформаційні (новина, репортаж, інтерв'ю, анонс тощо), аналітичні (стаття, рецензія, аналіз, коментар) та художньо-публіцистичні жанри (нарис, есе, памфлет, фейлетон). Інформаційні

жанри лежать в основі інформаційного підстилю, а художньо-публіцистичні та аналітичні – публіцистичного.

Протягом розвитку журналістики як окремої сфери діяльності усталена система жанрів трансформувалася. Жанри змішувалися між собою, кордони жанрів потроху нівелювалися, з'являлися гібриди жанрів, транспонувалися жанрові форми та врешті решт в ЗМІ утворювалися зовсім нові жанри.

Найбільший вплив на публіцистичний стиль сприяла, сприяє і, напевне, ще довгий час буд сприяти розмовна мова. Особливо актуальним цей факт є для жанрів тележурналістики й радіожурналістики. Це – усна публіцистика. Зазвичай як телебачення, так і радіо обмежені темою передач і цілком залежать від їхньої концепції та характерних для цієї концепції актуальних тем розгляду. Існує два типи передач: перший заснований на книжковій письмовій мові, а інший в свою чергу представляє книжково-розмовний варіант літературної мови. Подібні жанри публіцистики відокремлює форма мовлення – монологи та діалоги.

Саме з цієї причини з'являється спеціальний відбір засобів мови. Цей відбір залежить від способу передачі інформації. Наприклад, в телевізійній передачі мова промовця не повинна дублювати те, що вже відбувається на екрані. В той же час в ораторській мові основне зусилля робиться на переконання аудиторії, і через це застосовується не тільки логіка, а й призив до дії та вплив на почуття слухачів.

В будь-якому публіцистичному жанрі великий вплив має авторська подача. Безумовно це робить кожну роботу дещо суб'єктивною, бо всі ми здатні сприйняти одну і ту саму подію, вчинок, новину чи повідомлення зовсім по-різному. В публіцистичному стилі на відміну від ділового можливий прояв особистої думки автора. Це викликає різноманіття лексики. Прямий вплив автора на матеріал, оцінка та аналіз побаченого лише підсилюють вплив публіцистичного тексту, зацікавленість автора таким шляхом передається

слухацькій чи глядацькій аудиторії. Максимальна наближеність тексту по відношенню до співрозмовника посилює його всеохоплюючий вплив.

Саме з цієї причини в публіцистичному стилі присутній великий вибір засобів, що допомагають наблизити автора до його цільової аудиторії – співрозмовника. Орієнтованість та звернення до співрозмовника є особливо характерною для телепередач. Автор або ведучий телевізійного проекту намагається захопити увагу телеглядачів і змусити їх добре обмірковувати те, що власне діється перед ними на екрані. Публіцистичний стиль в деякій мірі об'єднує всі інші літературні стилі.

Мета публіцистичного тексту – здійснити бажаний вплив на розум слухача чи читача, налаштувати його особливим образом. Для публіцистичного тексту є характерними політичність, схильність до надання оцінок та заклики до дій. Крім того, досить часто вживаються чергування стандарту і експресії, логічного та образного, дохідливості та послідовності викладу інформації за великого проценту інформативності.

Інтерв'ю – це призначена для печаті, радіо, телебачення чи електронного видання бесіда журналіста з певною особою.

Відповіді співрозмовника на питання репортера чи кореспондента складають зміст інтерв'ю. Мова в інтерв'ю іде від імені особи, думка якої щодо певної події чи питання може представляти інтерес для аудиторії цього конкретного засобу масової інформації. Така людина може бути учасником події, про яку піде мова, або за рахунок знань і досвіду розширено та головне цікаво відповісти на поставлені йому питання.

Ю.Равенський у навчальному посібнику «Розвивайте дар слова» підкреслює той факт, що роль кореспондента у процесі інтерв'ю не полягає лише у записі на диктофон або процесі занотовування відповідей співрозмовника. Успіх інтерв'ю залежить від рівня підготовки адресантом

питань до діалогу із гостем, від вміння репортера розташувати до себе співрозмовника та від навиків керування ходом бесіди.

Кореспондент повинен передчасно ознайомитися із своїм майбутнім співрозмовником і бажано із подією, про яку піде мова під час діалогу. Якщо не зробити всього вище згаданого заздалегідь, стає досить складно продумати круг питань вже на ходу і чітко сформулювати їх згідно із темою і завданням інтерв'ю [23, 48].

Іноді в інтерв'ю можуть брати участь декілька осіб, думка яких щодо деяких подій може бути зовсім різною, що безумовно є лише приємним бонусом для читача або глядача. Конфлікт, особливо якісно обґрунтований з обох боків, завжди добре продається і має неабиякий попит серед аудиторії.

Інтерв'ю за своєю суттю є полуфункціональним жанром. В такому жанрі можуть бути написані тексти новинної журналістики, а також – аналітичні тексти, що являють собою обговорення актуальної проблеми сьогодення у формі діалогу. Подекуди питання, направлені на аналітичний розгляд питання та новинну інформацію теж можуть змішуватись.

Новинне інтерв'ю змістовно являє собою коротку чи розширену замітку: воно констатує певну подію або декілька подій пов'язаних між собою, а також повідомляє стисло інформацію о деталях предмету діалогу. Журналіст задає питання о деяких деталях події, а адресат питання стисло дає на них відповідь.

Аналітичне інтерв'ю представляє собою розвернутий діалог о проблемі. Журналіст в своїх питаннях задає різноманітні аспекти її розгляду (сутність проблеми, її причини, потенційні наслідки, засоби вирішення проблемного питання), а герой, в якого бере інтерв'ю репортер, докладно відповідає на актуальні питання. Роль кореспондента у цьому процесі аж ніяк не є роллю пасивного спостерігача. Його освіченість щодо предмету та теми діалогу дозволяє репортеру ставити питання по суті і, таким чином, брати участь у

формуванні концепції тексту, в формулюванні тез, що складаються із передумови питання журналіста та відповіді співрозмовника.

Інтерв'ю можуть відрізнятися за своєю тематикою, об'ємом і якістю поданої інформації та тональністю. В усіх ЗМІ популярним є жанр портретного інтерв'ю та інтерв'ю, що змішує в собі характеристику особи й розкриття проблеми (герой інтерв'ю на фоні проблеми, проблема через призму характеру героя).

Інтерв'ю в електронних ЗМІ – вид діалогу, що реалізує закономірності публічного спонтанного виступу. З боку журналіста такий тип інтерв'ю передбачає суміш заготовлених заздалегідь та легко виникаючих у процесі розмови питань; вираз оцінки відповідей, жива, досить часто емоційна реакція у відповідь на реакцію співрозмовника (згода, незгода, уточнення, роз'яснення тощо); вираження власної думки по темі діалогу. Журналіст також повинен слідкувати за тим, щоб адресат питань не сильно відхилявся від теми діалогу, пояснював деталі (в тому числі і терміни), які можуть бути незрозумілими для аудиторії.

З боку особи, в якій беруть інтерв'ю, такий тип розмови передбачає глибоку освіченість в проблемному питанні, що забезпечує змістовність його відповідей. Спонтанність промови повинна проявлятися лише у невідповідності конкретної форми відповіді. Відповідь повинна формуватися у відповідності теми інтерв'ю, залежить від форми питання, від сказаного раніше обома учасниками інтерв'ю та будь-яких зауважень журналіста. На рівні форми проявляються всі особливості спонтанної діалогічної усної мови: особливий ритм, паузи, пошук відповідної словоформи, повтори, підхват реплік, перепитування, неповнота синтаксичних конструкцій та інше.

Інтерв'ю в пресі – письмовий текст, що передає усний діалог і зберігає деякі ознаки спонтанної усної мови. На стиках реплік зберігається структурна неповнота другої репліки, повтор першої репліки, вживання вказівних

займенників, смисл яких розкривається у чужій попередній репліці. Всередині реплік незмінними залишаються недомовленість та моменти пошуку слова.

Інтерв'ю часто може виступати частиною тексту журналіста вже іншого жанру: репортажу, статті, нарису або рецензії.

Репортаж – це матеріал, свідком якого був сам автор. Репортаж дає опис обстановки, атмосфери навколо події, про яку іде мова. В репортажі кореспондент намагається як можна точніше відновити перед глядацькою аудиторією картину подій. Ю.Равенський у посібнику «Розвивайте дар слова» зазначає, що репортаж, як правило, насичений деталями, розмовами із свідками подій та тим, що автор побачив, відчув та почув на місці, що стало предметом розмови. Репортер широко використовує образотворчі засоби мови для того, щоб читач або глядач міг максимально яскраво уявити, як відбувалася подія, і стати неначе свідком дійства.

Правдиве та вражаюче представлення картини події аж ніяк не є можливим без розповіді про людей, що були вільними або невільними учасниками дійства, без розкриття їхнього внутрішнього світу та рис характеру. Без подібних деталей неможливо уявити собі ті спонукання й мотиви, якими керувалися герої сюжету [23, 40].

Окрім «текстового» репортажу, в газетах та особливо журналах не рідкими є фоторепортажі. Іноді в таких типах журналістської розповіді основне змістове навантаження виконує текст, а ілюстрації – лише допоміжну роль. В свою чергу в журнальних репортажах основна частина змісту виражається в фотографіях, а підписи до них мають пояснювальний характер. В будь-якому разі, фотографія призвана підкреслювати достовірність та документальну точність того, про що іде мова у репортажі.

Радіо- та телерепортажі створюють для слухача ефект присутності, роблячи його немов прямим учасником події.

Нарис – жанр, у якому на документальній основі, але з використанням художньо-публіцистичних прийомів зображується об'єктивна картина дійсності або порушується важлива суспільна чи виробнича тема.

Д.Розенталь у своїй книзі «Російська мова на відмінно. Стилїстика та культура мови» зазначає, що нарис передусім переслідує інформативну ціль і за своїми прийомами подачі матеріалу наближений до ділової мови. Нарис включає в себе риси як публіцистичного, так і літературно-художніх стилів. Характерне для нарису використання слова в його естетичній функції, тонка відділка фрази, розрахованої на емоційне сприйняття, широке включення образних засобів мови – все це іде від художньої літератури. Нарис в усіх своїх різновидах (портретний, путьовий, зарубіжний, військовий) займає видне місце в публіцистичній літературі завдяки пізнавальному та виховному значенню. Зокрема, в портретному нарисі розкривається вміння автора знайти найбільш характерне в житті, думках і вчинках конкретної людини і показати її читачам у такому вигляді, щоб на прикладі цієї особи мали змогу вчитись інші [26, 23].

Стаття – жанр, призначений передусім для аналізу актуальних із точки зору суспільного значення процесів, ситуацій та керуючих ними закономірностей. А.Тертичний в книзі «Аналітична журналістика» прийшов до виводу, що аналітичний розгляд предмету статті повинен бути проведений таким чином, щоб читачі за допомогою публікації були здатні далі роздумувати над питаннями, що їх цікавлять. Стаття повинна пояснити читачам суспільну та особову значимість актуальних процесів, їхні причинно-наслідкові зв'язки. Стаття звертає увагу аудиторії на потенційні проблеми в зв'язку із описаною ситуацією, створює та прояснює реальну картину подій, служить основою для формування ідей та нових міркувань.

Загальнодослідницька стаття розглядає загальні та широкі питання. Мова може йти про взаємовідносини країни з її сусідами або о проблемах створення суспільних об'єднань. Подібні публікації характеризуються глобальністю

мислення авторів та великою кількістю узагальнень. Мета загальнодослідницької статті – вивчення тенденцій, закономірностей, перспектив розвитку сучасного суспільства [28, 165].

Практико-аналітична стаття сконцентрована на актуальних проблемах промисловості, сільського господарства, культури, науки, освіти, бізнесу. В подібних матеріалах проводиться аналіз конкретних проблем, дій, ситуацій, пов'язаних із практичними завданнями, що вирішуються в тій чи іншій сфері діяльності. Автор практико-аналітичної статті намагається виявити причини та потенційно важливі фактори конкретного становища на даний момент, оцінити обстановку, визначити тенденції розвитку проблеми (якщо вона має місце бути), і за можливістю намагається знайти способи вирішення актуальних завдань й зробити конструктивні пропозиції.

Полемічна стаття публікується у тому випадку, якщо у суспільстві виникає дискусія щодо знакових суспільних проблем. У якості тригера може предстати виступ кандидата на високу політичну позицію або, наприклад, виступ представника широко поширеного релігійного руху. А.Тертичний в «Аналітичній журналістиці» зазначає, що мета полемічної статті, як правило, двояка – автор обґрунтовує власну позицію по проблемному питанню, викладає своє бачення проблеми, причини її виникнення та шляхи вирішення. З іншого боку, автор намагається спростувати позицію свого опонента. Цей факт впливає на зміст фактів, що приводить журналіст, бо факти й приклади в даному випадку повинні підбиратися таким чином, щоб підтверджувати позицію того, хто їх наводить. Основна вимога полемічної статті – вона не повинна бути суперечливою.

Полемічна стаття формується на базі довідного судження, на базі аргументації в якість головної тези автора і на базі спростування тези, аргументів і демонстрації, що містяться у виступі опонента [28, 73].

Полемічна стаття також має певні структурні правила. Вона повинна мати ясну концептуальну лінію. Ця лінія не повинна губитись у пелені фактів, автор повинен розвивати чітку думку для детального та чіткого роз'яснення ситуації для читача. В першій третині статті автор обґрунтовує свою позицію щодо питання і пояснює актуальність свого твору для сьогодення. Після ознайомлення аудиторії із проблемою, що є предметом статті, задачами та умовами їх виникнення, автор може вже пропонувати шляхи вирішення проблем, реалізації нових концепцій та запобігання перешкод й скрутних становищ у майбутньому. В змістовному та мовленнєвому відношенні кожна стаття повинна бути оригінальною.

Рецензія – обмін враженнями про якусь подію, захід, фільм, музикальний альбом, страву, мандрівний тур тощо. Автор рецензії виражає своє ставлення до вчинків діючих осіб, атмосферу дійства, описує пов'язані із подією почуття та те, наскільки сильними вони були, чи залишаться в пам'яті яскраві спогади після певного заходу і чи взагалі варто витратити на цю річ свій такий дорогоцінний час.

В рецензії, як правило, можна виділити частину в якій автор виражає свою думку щодо того, чи сподобався йому предмет відгуку. І вже в наступній частині він обґрунтовує свою оцінку. Зміст та форма подібного відгуку залежить від його цільової аудиторії, її смаків та вподобань.

Крім того, варто відзначити, що є як детальні рецензії, які в усіх подробицях смакують сюжет предмету оцінювання, виставляють на показ його родзинку та скриті посилання для особливо уважної аудиторії (так звані «пасхалки»). Зазвичай таким творінням люди приділяють увагу, якщо зовсім не бажають витратити час на повноцінний перегляд, а жадають лише дізнатись про що йшла мова за 5-10 хвилин.

На відміну від вище згаданих рецензій, існують оціночні роботи, що надають лише загальну картину справ і формують лише пораду щодо вартості витрати вашого часу по відношенню до предмету рецензії.

Памфлет – жанр в якому гостро відкривають політичне чи суспільне явище або особу. Памфлет призначений узагальнювати численні негативні прояви і давати їм сатиричну характеристику. Його основна ознака – типізація індивідуального, яке набиває поширення і стає фактором регресу. Типізація негативного індивідуального дозволяє створити сатиричний образ, в якому присутні гіпербола, асоціативність та паралелізм логічних ходів. У памфлеті на першому місці виступають не самі факти, явища або особи, а їх моральні, соціальні та індивідуально-авторські оцінки.

Ю.Равенський в початковому посібнику «Розвивайте дар слова» зазначав, що фейлетон – не просто переказ якогось факту. Фейлетон – це маленька розповідь, де повинні бути хороша задумка, жива мова, художні фарби, живі й справжні діалоги. Фейлетон – жива справа, але без праці, без намагань, без задумки нічого не вийде.

Фейлетон не може бути без усмішки. Звичайно, що усмішка заради усмішки, сміх заради сміху – пуста справа. Це те, що в нас називають зубоскальством. А в фейлетоні потрібен гумор і не потрібно зубоскальства. Фейлетоніст повинен визначити, що є смішним в даному матеріалі, які риси комічного потрібно підкреслити та яким чином зробити живим гумористичний діалог. Ось це потрібно продумати, а лиш потім – писати [23, 165].

Таким чином, основними функціями публіцистичного стилю є інформативна та функція впливу. Перша призначена для повідомлення нам новин щодо різноманітних подій та загального інформування, що розширяє наш кругозір, друга – для агітації та пропаганди ідей, за якими стоїть промовець чи автор публіцистичного твору. Кожен твір, що відноситься до цього стилю, орієнтований на аудиторію, її потреби та інтереси. Мета

публіцистичного твору – викликати вибух почуттів, отримати з боку читача емоційний відгук, змусити його замислитись над проблемами, що розглядає автор, повернути представника аудиторії з нейтральною сторони вподобань до кола шанувальників та прихильників автора публіцистичного твору.

Інтерв'ю направлене на розкриття героєм теми розмови та широке зображення портрету адресата питань. Репортаж освітлює подію із точки зору свідка і надає відчуття присутності на місці, де проходить дійство. Нарис зображує об'єктивну картину дійсності або порушує важливу суспільну чи виробничу тему. Стаття розглядає предмет дослідження з аналітичної точки зору, і допомагає аудиторії зрозуміти проблемну ситуацію, спонукає до подальшого аналізу та участю у вирішенні актуальної проблеми сьогодення. Рецензія надає інформацію о враженнях від певної події та надає оціночне судження, за яким можна зробити висновок про те, чи вартий предмет рецензії уваги з боку потенційної аудиторії. Памфлет яскраво освітлює негативні риси особи чи події та дає їм сатиричну характеристику. Фейлетон представляє собою невеличку гумористичну розповідь із живими діалогами та підкресленими рисами комічного.

1.3 Особливості промов президентів США другої половини XX століття

Мабуть для жодної іншої професії навик красномовства та володіння словом не є настільки важливим як для політика. Слово – їхня головна зброя і засіб маніпулювання, вони легко звертають увагу аудиторії на важливі пункти і приховують найменші огріхи, як вмілий ляльковод маніпулюють думками та сподіваннями виборців, бо знають, що саме прийдеться слухачам й глядачам до серця та змусить їх слухати затамувавши подих. Політики знають чого люди бояться і що ненавидять, більш того – вони вміють постійно залишатися на виду та при справах, навіть перебуваючи у тіні. Вони здатні налаштувати друзів один проти одного, зробити так, щоб подружня пара влаштувала велику сварку

через кардинально різні політичні погляди, нанести велику шкоду стосункам та особливо взаєморозумінню батьків та дітей.

Саме з цієї причини аналіз їхніх промов, маленьких дрібничок, деталей, засобів вербальної та невербальної комунікації, що роблять їхні промови настільки потужним інструментом впливу, є по-справжньому інтересним і актуальним питанням сьогодення. Предметом розгляду в даному підрозділі роботи будуть слугувати особливості промов президентів однієї із наймогутніших країн світу сьогодення, країни, що пишається своєю свободою та демократичним правом – США.

Для політика, що вступає на найвищий пост у країні полос та зірок надзвичайно важливою є інавгураційна промова. Сильна, переконлива та зворушлива промова може дати виборцям надію, зменшити кількість їхніх страхів, дати народу впевненість у завтрашньому дні, здобути майбутньому президенту нових прихильників, створити настільки сильне враження, що навіть перші горіхи та промахи на чолі країни пройдуть поміж вух та не стануть надто резонансною подією. Ми більш схильні пробачати та закривати очі на невеличкі недоліки тієї людини, що нам подобається, що завоювала нашу підтримку і довіру, що має потенціал і, головне, – бажання змінити цей світ на краще.

Інавгураційна промова призвана об'єднувати слухачів та глядацьку аудиторію як один єдиний народ, нагадує та називає традиційні цінності. Е.Шейгал у своїй роботі «Семіотика політичного дискурсу» підкреслює той факт, що під час цієї презентації майбутній президент згадує політичні принципи, якими буде керуватися його нова адміністрація, робить акцент на тому, що він цінить і буде слідувати вимогам й додержуватися обмежень його високої позиції. Майбутній гарант конституції використовує у своїй промові засоби, що є характерними для урочистого заходу. Він зосереджує увагу

аудиторії на сьогодні, при цьому політик проводить процес об'єднання минулого та майбутнього, нахваляє інститут президенства та модель уряду.

Отже, основними функціями інавгураційної промови є декларативна, інтеграційна, інспіративна та перформативна. Обов'язковий елемент інавгураційної промови – клятва президента, тільки після якої він офіційно вступає на свій новий пост голови та нового обличчя країни [32, 43].

Прийоми словотвору використовуються в текстах політичної тематики для створення семантично ємних слів, що мають підвищену експресивність. Також активно застосовуються одиниці політичної лексики з яскраво вираженим оціночним значенням.

В англійській мові в політичній тематиці широко розповсюджені модальні конструкції, обидва типи артиклів, використання пасивного залогу замість активного (дозволяє встановити причинні зв'язки між політичними подіями, суб'єктами політичного процесу, і також є найважливішою умовою розуміння справжнього задуму політичних висловлювань), ступенів прикметників та умовного засобу.

Задля надання промові більш яскравих фарб, надання їй виразності, емоційності використовують прийоми стилістичного синтаксису: антитеза, інверсія, повтори, паралельні конструкції, риторичні питання, вигуки та інше. Фігури мови допомагають відступити від нейтрального засобу передачі інформації, що сприяє в свою чергу емоційному та естетичному впливу. Важливе місце серед цих фігур займають тропи: метафора, персоніфікація, алегорія, метонімія, синекдоха, алюзія та антономазія.

Джерелом суб'єктивності та контактності є особові займенники: «я» позначає адресанта промови, «ви» – слухачів, до яких звертається той, хто презентує промову, «ми» містить у собі цілий ряд значень: самого оратора, оратора та його аудиторію, оратора та осіб, що відносяться до нього. Як вже згадувалося у попередніх підрозділах, ефективність промови залежить від того,

наскільки якісно оратор виконує чи не найголовніше із своїх комунікативних завдань – зменшення дистанції між собою та слухачами.

В промові часто використовують інклюзивні конструкції, що посилюють ступінь контактності та налаштовують на діалог із реципієнтом (ми з вами, ми разом, ми всі – *each of us, we together, only with each other*; але повернемося, скажемо прямо, зауважимо, пояснимо – *let's pay attention, let's look forward*).

Засобом встановлення контакту можна також вважати і деякі конструкції, що призначені для вводу та містять у собі звернення для аудиторії (як ви розумієте, як ви бачите, як нам відомо – *as you can see, as you know*). Ці конструкції є засобом встановлення солідарності. Контактність промови також формують спонукальні речення (погодьтеся, запам'ятайте, вирішуйте – *let us, we will, believe etc.*). Конструкції із з'ясувальними підрядними привносять додатковий відтінок модальності (ясно, що; зрозуміло, що – *it's clear, that; we know that...*).

Інавгураційну промову Джона Фітцджеральда Кеннеді (роки правління 1961-1963) не дарма вважають однією із найкращих промов усіх часів та народів. Країна у ті часи переживала економічний спад, продовжувало рости безробіття. Люди втомилися від війн та життя у постійному стані турботи за завтрашній день. Кеннеді проголошував своєю метою вивести Америку на «нові кордони». Кеннеді також було потрібно оздоровити та стабілізувати економіку та повернути домінуючу позицію США в сфері ядерно-ракетного озброєння.

Як в передвиборній промові, так і в інавгураційному посланні Джон Кеннеді використовував слова із найбільш поширеною семантикою (*freedom, peace, hope, trust, human rights, pride, renewal, change, revolution, order* – свобода, мир, надія, довіра, громадянські права, гордість, оновлення, зміни, революція та порядок). Ці слова є стержневими для ідейно-тематичного оформлення промови.

Основні тези інавгураційного послання:

- Благородна та історична роль США як захисника прав людини, мира та порядку (*“Let the word go forth from this time and place, to friend and foe alike that the torch has been passed to a new generation of Americans – born in this century, tempered by war, disciplined by a hard and bitter peace, proud of our ancient heritage...”*);
- Намір керувати країною саме так, як заповідав Господь. У цьому пункті важливий саме релігійний компонент (*“The belief that the rights of man come not from the generosity of the state but from the hand of God”*);
- Проблема вибору, необхідність вірного вибору (*“We observe today not a victory of party but a celebration of freedom”*);
- Проблеми зовнішньої та внутрішньої політики. Зовнішня політика в умовах холодної війни із СРСР, гонка озброєнь, світова загроза з боку СРСР, наведення порядку та затвердження прав й свобод людини в новостворених країнах – все це було актуальними питаннями на час інавгурації Кеннеді (*“How to end and alter the burdensome arms race, where Soviet gains already threaten our very existence”*);
- Формування внутрішньою політики, направленої на економічне зростання, акцент на свідомості американського народу, на прояві з їхньої сторони найкращих рис характеру, що були виховані в ході історії. Велика уваги приділяється історичному аспекту. Мова йде про штат Массачусетс та заселення англійцями у XVII столітті східного узбережжя Північної Америки навколо Массачусетської затоки. (*“Courage*

– *judgment – integrity – dedication – these are the historic qualities of the Bay Colony and the Bay State*”) [50].

На лексичному рівні широке розповсюдження отримують слова із позитивною конотацією та дієслово *must* (*must make their fateful choice – повинен прийняти критично важливе рішення*). Використання прикметника *every* (*кожен*) збільшує контактність промови (*every American – кожен американець, every state – кожен штат*).

Америка та американці отримують наступні денотати (*peaceful – мирні, peaceloving – миролюбні, responsible – відповідальні, conscious – свідомі, brave – хоробрі*).

На граматичному рівні простежується не рідке використання прикметників у найвищому ступені (*the most powerful – найбільш могутній, to do my utmost – зроблю все, що від мене залежить, best hope – найліпша надія*).

Використання конструкцій із значенням заклику, прямих спонукальних конструкцій зі значенням заклику та запрошення (*let us begin – давайте почнемо, ask what you can do – запитайте, що ви можете зробити*) додає переконливості та авторитету промові.

Стилістична складова промови реалізується у використанні повторів й паралельних конструкцій. Застосовуються риторичні фігури, що роблять умовиводи незабутніми: “*Mankind must put an end to war or war will put an end to mankind – людство повинно положити кінець війні, бо інакше війна положить кінець людству*” [50]. Часті повтори однієї і тієї ж самої фрази на різний манер неодмінно займають своє місце у нашій свідомості (*lawful state – правова держава, civil society – громадянське суспільство, democratic institutes – демократичні інститути*). Задля посилення стилістичного ефекту може використовуватися гіперболізація (*...let us explore the stars – давайте досліджувати зірки, conquer the deserts – підкорювати пустелі, tap the oceans – проникати до глибин океану*), метафори, порівняння й цитати із Біблії.

Висока контактність промови досягається за рахунок використання займенника «ми» у якості «ми спільного» (*our people – наш народ, around us – навколо нас, problems unite us – проблеми об'єднують нас, citizens of the world – громадяни світу*).

Е.Шейгал в своїй роботі «Семіотика політичного дискурсу» висловлює думку про те, що в даній промові можна виділити три компонента політичної комунікації: формулювання і пояснення політичної позиції, пошук та об'єднання прихильників, та боротьба із опонентом. Одна політика протиставляється іншій на манер «свої-чужі». Промова звучить переконливо і, таким чином, вона заново створює образ «американської мрії», яка має велике майбутнє [32, 57].

Ліндон Б. Джонсон (роки правління 1963-1969) мусив терміново зайняти пост голови країни після вбивства свого попередника Джона Кеннеді. Джонсон був вимушений вже за дві години опісля трагічної загибелі колишнього президента дати свою президентську клятву на борту літака. Новий голова країни проголосив політику наведення мостів. Двері Білого Дому відкрилось для широких слоїв населення: військових, незахищених слоїв населення. Людство почало освоювати космос, відбувся перший політ на Луну.

В своїй інавгураційній промові Джонсон виділив три аспекти:

- justice and change (справедливість та зміни);
- liberty and change (свобода та зміни);
- union and change (єдність та зміни).

Серед найбільш часто згадуваних понять були: *destiny – доля, generarion – покоління, hope – надія, freedom – свобода, tyrannu – тиранія, misery – нещастя, hatred – ненависть*.

Темою промови було відкриття перед людством нового та того, що ніхто раніше не бачив, того, що може скривати в собі багато небезпеки, але – підкорення та вивчення цих стихій є неминучим.

“It reminds us that the world will not be the same for our children, or even for ourselves in a short span of years. The next man to stand here will look out on a scene different from our own, because ours is a time of change - rapid and fantastic change bearing the secrets of nature...” [42].

В промові звучить переконливе спонукання до об’єднання усієї нації, об’єднання людей усіх кольорів шкіри. Програма президента є абстрактною за своїм змістом, чим зумовлена велика кількість абстрактних іменників у множині (*dangers – погрози, troubles – біди, hopes – надії, promises – обіцянки*).

Висока контактність промови виражена завдяки прийому протиставлення: велич природи, громада всесвіту, що оточує нас та нікчемність людського існування: *“Think of our world as it looks from the rocket that is heading toward Mars. It is like a child's globe, hanging in space, the continents stuck to its side like colored maps. We are all fellow passengers on a dot of earth. And each of us, in the span of time, has really only a moment among our companions”* [42].

Джонсона на посту президента США змінив Річард Ніксон (роки правління 1969-1974). Найбільш часто згадуваними поняттями в інавгураційній промові Ніксона були: *change – зміни, peace – мир, choice – вибір, kindness – доброта, love – любов, progress – прогрес, goal – мета, communication – комунікація, cooperation – співробітництво*.

Головною темою залишаються нові відкриття та винаходи, об’єднання нації задля подальшого процвітання майбутніх поколінь згідно із волею Господа.

Однак була в промові Ніксона піднята і зовсім нова тема: тема світового об’єднання, відкриття кордонів для встановлення єдиного світового простору з єдиною ринковою економікою – тобто того, що сьогодні має назву процесу глобалізації:

“Let all nations know that during this administration our lines of communication will be open.

We seek an open world – open to ideas, open to the exchange of goods and people – a world in which no people, great or small, will live in angry isolation” [53].

Ця промова має дуже чітку композицію. Всі частини тексту лаконічні і носять характер заклику. Використання спонукальних конструкцій та речень, що будуються на контрасті та протиставленні відображає дух того часу, постійне бажання йти вперед, незважаючи на відсутність політичної та економічної стабільності в США.

Джиммі Картер (роки правління 1977-1981) у своїй промові найбільш часто застосовує такі слова поняття як: *national spirit – дух нації, unity – єдність, together – разом, human rights – права людини, strength – сила, freedom – свобода, idealism – ідеалізм, work – робота, law – закон.*

Тему інавгураційної промови Картера не можна назвати надто оригінальною. Вона класична і водночас традиційна: роздуми о головних цінностях Америки змішані із роздумами про необхідність збереження цих цінностей у часи нових взаємовідносин. В промові Картер використовує спонукальні конструкції, здебільшого це стверджувальні речення. Америка твердо стоїть на ногах, вона домоглася того, щоб її ідеали були витворені у життя:

“We are a strong nation...

We are a purely idealistic Nation, but let no one confuse our idealism with weakness.

...the affirmation of our Nation's continuing moral strength and our belief in an undiminished, ever-expanding American dream” [49].

Часи, коли президентом США став Рональд Рейган (роки правління 1981-1989), зовсім не були простими: не за горами були расові суперечки та конфлікти між різними класами населення, в неприйнятному стані була

економіка після кризи минулого десятиліття, залишались напруженими відносини із СРСР.

Найбільшу семантичну вагу у промові колишнього актора, а на той час вже майбутнього президента мали такі слова: *strength* – сила, *freedom* – свобода, *progress* – прогрес, *dream* – мрія, *suffering* – страждання, *misery* – нещастя, *struggle* – боротьба, *threat* – загроза, *discrimination* – дискримінація, *anew* – заново.

Основною темою виступу стали питання внутрішньої політики: економічна криза, расові конфлікти, загроза тероризму та нестабільна ситуація у зовнішній політиці. Промова була направлена на пробудження в американців відчуття патріотизму, необхідність об'єднання для боротьби за велике майбутнє США, як робили їхні пращури.

В даному зверненні релігійний початок прослідковується набагато краще, аніж в промовах його попередників:

“I am told that tens of thousands of prayers are being held on this day, and for that I am deeply grateful. We are a nation under god, and I believe God intended for us to be free. It would be fitting and good, I think, if on each Inauguration Day in future years it should be declared a day of prayer” [52].

Інавгурація Рейгана вперше проходила в західному крилі Капітолія. Звідти, за словами самого Рональда відкривався вид на «монументи монументальних людей»: Вашингтона, Лінкольна, Джефферсона. Рейган закликав до відродження бойового духу перед обличчям великих пращурів:

“And, after all, why shouldn't we believe that? We are Americans. God bless you, and thank you” [52].

В промові Рейгана нема того образу процвітання, що часто згадувався його попередниками. США більше не нав'язує свої цінності іншим країнам. Відсутні гіперболізація та прикметники у найвищому ступені, контактність промови збільшується.

Перед обранням на свій другий президентський строк Рейган відкрито критикував передвиборну програму опонентів. Задля ефективного впливу на аудиторію у процесі спростовування доводів опонентів Рональд застосовує евфемізми та дисфемізми, які на думку А.Михальської є інструментами референціального маніпулювання.

А.Михальська у своєму навчальному посібнику «Основи риторики. Думка та слово» зазначає, що евфемізми використовуються задля приховання правди про негативні сторони денотата, тоді як дисфемізми призвані сформулювати представлення про об'єкт як про дещо підозріле та небажане [16, 60].

“The choices this year are not just between two different personalities or between two political parties. They're between two different visions of the future, two fundamentally different ways of governing their government of pessimism, fear, and limits, or ours of hope, confidence, and growth” [54].

Загалом, друга інавгураційна промова Рейгана цитує його промови перед першим терміном президенства, при цьому вона включає лише традиційні жанри.

Джордж Буш-старший (роки правління 1989-1993), як правило, не давав оцінки своїм попередникам, а говорив у своїх як передвиборчих, так і в інавгураційній промові про цілі та завдання свого президенства.

Найбільш згадуваними словами у промові Буша-старшого були: *freedom* – свобода, *prosperity* – процвітання, *peace* – мир, *civil* – громадянський, *money* – гроші, *democracy* – демократія.

Основні тези промови Буша-старшого:

- ера процвітання Америки
- *“We live in a peaceful, prosperous time...”*

- “*Great nations of the world are moving toward democracy through the door to freedom. Men and women of the world move toward free markets through the door to prosperity*”;
- Президент закликає свій народ подякувати Господу та починає промову із молитви (*And my first act as President is a prayer*) [47];
- Велика увага приділяється конфліктам в конгресі, Буш-старший закликає обидві сторони до примирення.

В тексті промови відсутні спонукальні конструкції, їх замінили конструкції, що виражають прохання, пораду чи побажання (*we need, we want, I put on my hand to my friends*).

Найбільш популярними словами у другій інавгураційній промові Білла Клінтона (роки правління 1993-2001) були: *challenges* – випробування, *millennium* – міленіум, *prospect* – перспектива, *achievement* – досягнення, *liberty* – свобода, *connections* – зв’язки, *commerce* – комерція, *terror* – тероризм.

Головні тези промови Клінтона:

- Америка – наймогутніша держава в світі (*America became the world's mightiest industrial power; saved the world from tyranny in two world wars and a long cold war...*);
- Більшість винаходів ХХ століття були зроблені американцями, вклад народу США в світову історію є надзвичайно великим (*An American split the atom and explored the heavens; invented the computer and the microchip; and deepened the wellspring of justice by making a revolution in civil rights for African Americans and all minorities...*);
- Клінтон прагне боротися із безробіттям, наркоманією та криміналітетом (*...to help reclaim our streets from drugs and gangs and crime...*) [34];

Клінтон закликає до рішучих дій з боку кожного американця, бо кожна велика зміна обстановки чи атмосфери починається із зміни самого себе. Він приділяє особливу увагу внутрішнім проблемам держави, в той час як міжнародна політика займає лише другий план.

Найбільш часто застосовані слова в першій інавгураційній промові Буша-молодшого (роки правління 2001-2009) відображають здебільшого спокійні часи на теренах Америки: *freedom* – свобода, *strength* – сила, *trust* – довіра, *hope* – надія, *terrorism* – тероризм, *aggression* – агресія, *enemy* – ворог, *safety* – безпека, *civil rights and duty* – громадянські права та обов'язки.

Тези та основні теми виступу залишаються традиційними, однак до них додається питання тероризму.

В другій інавгураційній промові лексичні центри майже не змінюються: *freedom* – свобода, *opportunity* – можливість, *changes* – зміни, *renewal* – оновлення, *extending frontiers* – розширення кордонів, *terrorism* – тероризм, *struggle* – боротьба.

Основними темами передвиборних тез Буша-молодшого стали:

- Боротьба із тероризмом, героїзм вояків, що воюють у Іраку, єднання усієї нації перед загрозою терористичних атак, що стало особливо актуальним після теракту 11 вересня (*My fellow Americans, for as long as our country stands, people will look to the resurrection of New York City and they will say: Here buildings fell; here a nation rose*);
- Буш-молодший відмічає досягнення своєї президентської команди за чотири роки керування країною (*Since 2001, Americans have been given hills to climb, and found the strength to climb them. Now, because we have made the hard journey, we can see the valley below*);
- Буш особливо яскраво підкреслює наближених до нього людей та членів своєї родини:

- *“In the work we have done, and the work we will do, I am fortunate to have a superb Vice President”;*
- *“I am grateful to share my walk-in life with Laura Bush”;*
- *“I’m a fortunate father of two spirited, intelligent, and lovely young women” [39].*

Надзвичайно висока контактність промови вирізняється своїм зверненням до конкретних людей, в тому числі до сім’ї президента та до людей конкретних спеціальностей. Президент закликає писати йому на електронну пошту (*“As I’ve traveled the country, I’ve met many workers and small business owners. As I’ve traveled our country, I’ve met too many good doctors, especially OBGYNs. The web address is not very imaginative, but it’s easy to remember”*) [39].

У промові лунає традиційна для Америки тема вихваляння її великої нації, минулого, теперішнього та майбутнього:

“Now we go forward grateful for our freedom, faithful to our cause, and confident in the future of the greatest nation on earth. America must be the best place in the world to do business” [39].

Промова завершується лаконічними реченнями, які підводять чорту під всім, що було сказано політиком раніше та роблять смисловий наголос на центральних пунктах президентської програми:

- *We see America's character in our military.*
- *We see it in our young people, who have found heroes once again.*
- *We see that character in workers and entrepreneurs.*
- *And all of this has confirmed one belief beyond doubt: Having come this far, our tested and confident Nation can achieve anything* [39].

Отже, в даному підрозділі ми розглянули особливості промов американських президентів в другій половині ХХ століття та на зорі ХХІ століття. Політики в своїх публічних виступах намагаються орієнтуватися на настрої та потреби громадян, на ситуацію як зовні країні, так і поза нею,

враховують атмосферу періоду їхнього керування в світовій історії, закликають підкорювати нові вершини та розширювати кордони, призивають об'єднуватись перед обличчям великого зла й трагедії та продовжувати цінувати істинно американські цінності, а також минуле, теперішнє й майбутнє великої та гордої держави.

Висновки до розділу 1

Таким чином, у даному розділі ми дослідили особливості публічного виступу. Було з'ясовано, що ораторська мова застосовується задля інформування слухачів і подальшого впливу на них. Зародження риторики відбулось ще у стародавній Греції, де навик красномовства допомагав випитуватися навіть із зовсім безнадійних ситуацій і був ознакою освіченої та шанованої людини. Ораторська мова – складний процес спілкування з аудиторією, який у процесі повинен перетворитися із монолога на діалог. Публічний виступ оратора характеризується використанням різноманітним засобів комунікації, в тому числі і невербальних.

В процесі виступу оратор перетворює свою раніше заготовлену академічну промову на більш просту і зрозумілу по відношенню до аудиторії, наближаючи тим самим текст до розмовного стилю. Справжній оратор повинен вміло імпровізувати та видозмінювати свій матеріал в залежності від реакції аудиторії. Важливо, щоб зміст виступу легко сприймався та засвоювався аудиторією. Крім того, головне діюче лице публічного виступу не повинно залишати поза увагою зворотній зв'язок із слухачами, коректуючи та моделюючи свої дії під потреби та інтереси аудиторії. Публічний виступ будь-якого оратора залежить від психологічних характеристик його особистості та його вміння й бажання держати тезу. Індивідуальна манера подачі інформації та фокусу на її деталях роблять наші публічні виступи по-своєму унікальними й неповторними.

Основними функціями публіцистичного стилю є інформативна та функція впливу. Перша призначена для повідомлення нам новин щодо різноманітних подій та загального інформування, що розширяє наш кругозір, друга – для агітації та пропаганди ідей, за якими стоїть промовець чи автор публіцистичного твору. Кожен твір, що належить до цього стилю, орієнтований

на аудиторію, її потреби та інтереси. Мета публіцистичного твору – викликати вибух почуттів, отримати з боку читача емоційний відгук, змусити його замислитись над проблемами, що розглядає автор, привернути представника аудиторії з нейтральною сторони вподобань до кола шанувальників та прихильників автора публіцистичного твору.

Інтерв'ю направлене на розкриття героєм теми розмови та широке зображення портрету адресата питань. Репортаж освітлює подію із точки зору свідка і надає відчуття присутності на місці, де проходить дійство. Нарис зображує об'єктивну картину дійсності або порушує важливу суспільну чи виробничу тему. Стаття розглядає предмет дослідження з аналітичної точки зору, і допомагає аудиторії зрозуміти проблемну ситуацію, спонукає до подальшого аналізу та участю у вирішенні актуальної проблеми сьогодення. Рецензія надає інформацію о враженнях від певної події та надає оціночне судження, за яким можна зробити висновок про те, чи вартий предмет рецензії уваги з боку потенційної аудиторії. Памфлет яскраво освітлює негативні риси особи чи події та дає їм сатиричну характеристику. Фейлетон представляє собою невеличку гумористичну розповідь із живими діалогами та підкресленими рисами комічного.

Як було з'ясовано, промови американських президентів в другій половині ХХ століття та на самій зорі ХХІ століття вирізняються наступними рисами: політики в своїх публічних виступах прагнуть та відповідно намагаються орієнтуватися на настрої та потреби громадян, на ситуацію як зовні країні, так і поза нею, враховують атмосферу періоду їхнього керування в світовій історії, закликають підкорювати нові вершини та розширювати кордони, призивають об'єднуватись перед обличчям великого зла й трагедії та продовжувати цінувати істинно американські цінності, а також минуле, теперішнє й майбутнє великої та гордої держави.

РОЗДІЛ 2.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ОРАТОРСЬКОГО СТИЛЮ БАРАКА ОБАМИ ТА ДОНАЛЬДА ТРАМПА

2.1 Аналіз публічних промов Барака Обами та специфіка їхнього перекладу

Сорок четвертого президента США Барака Обаму не дарма називають одним із найкращих ораторів всіх часів не лише в історії країни, з якою його ім'я неодмінно асоціюється в нашому сумлінні, а також в світовій історії. Незважаючи на те, що протягом восьмирічного перебування на посаді голови однієї із наймогутніших держав сьогодення Обаму не спіткав беззаперечний успіх, останнє опитування громадської думки показало, що перед інавгурацією його наступника – сорок п'ятого президента США Дональда Трампа – більше половини опитаних залишились задоволені роками правління першого темношкірого лідера країни (57%). Настільки високі показники народної любові після відходу від активної президентської діяльності до Обами мали лише Рональд Рейган у 1988 році та Білл Клінтон у 2000 році: 54% та 57% відповідно.

Саме ораторські та публіцистичні здібності Барака Обами були одним із головних факторів у зарученні майбутнім президентом підтримкою незнайомої із ним публіки у далекому 2004 році. Тринадцять років тому протягом основної доповіді на Національній конвенції Демократичної партії Обама виступив із промовою, що не лише зробила його відомим для широких кругів населення, а й як вважають багато політологів, зробила його президентом США.

В 2004 році Барак Обама був зовсім невідомою фігурою навіть для представників своєї Демократичної партії, тож вступна промова на Національній конвенції Демократичної партії була його шансом заявити про себе. Звичайно, немало людей спочатку скептично ставився до молодого

кандидата в сенатори із штату Іллінойс. Незважаючи на репутацію висхідної зірки серед демократів, всі поневолі задавалися питанням, що ж насправді являє собою цей Барак Обама.

У своїй промові Бараку вдалося інтегрувати історію свого життя у історії цілої країни, за рахунок чого збільшується контакт із аудиторією.

“Tonight is a particular honor for me, because, let’s face it, my presence on this stage is highly unlikely.

My father was a foreign student, born and raised in a small village in Kenya. He grew up herding goats, went to school in a tin- roof shack. Through hard work and perseverance my father got a scholarship to study in a magical place, America, that's shown as a beacon of freedom and opportunity to so many who had come before him. While studying here my father met my mother” [57].

Сьогодні мені випала честь, приймімо це, адже моя присутність тут не є типовою. Мій батько був студентом-іноземцем, що народився та виріс у маленькому селі в Кенії. Він зростав, випасаючи кіз, ходив у школу-халупу із з бляшаним дахом. Завдяки працьовитості і завзяттю, мій батько одержав стипендію для навчання в магичному місці – Америці, що є маяком свободи і можливості для тих, хто до неї завітав. Під час навчання тут мій батько познайомився із з моєю матір'ю (переклад Т.Горбань) [10].

У процесі перекладу застосовується наступні перекладацькі трансформації: вилучення та конкретизація (particular honor – *випала честь*), транспозиція (Tonight is a particular honor for *me* – *сьогодні мені випала честь*), контекстуальна заміна (my presence *on this stage* – *моя присутність тут*; unlikely – *не є типовою*).

Далі Обама згадує родину своєї матері: його дідусь приймав участь бойових діях Другої Світової Війни, отримав певні пільги після війни та оселився у Канзасі. З огляду на вище перераховане, білошкіре населення бачить, що цей невідомий їм молодий темношкірий політик Обама зовсім такий

же як і вони – це зміцнює зв'язок із аудиторією та посилює контактність промови.

“My parents shared not only an improbable love; they shared an abiding faith in the possibilities of this nation. They would give me an African name, Barack, or "blessed," believing that in a tolerant America, your name is no barrier to success” [57].

Мої батьки ділили на двох не тільки неймовірне кохання, але й міцну віру в можливість цієї країни. Вони вирішили дати мені африканське ім'я Барак, що означає "благословенний", вірячи в те, що в толерантній Америці ім'я не стане бар'єром на шляху до успіху (переклад Т.Горбань) [10].

При перекладі цього фрагменту Т.Горбань застосувала додавання (shared – ділили на двох, Barack, or "blessed," – означає, name is no barrier – ім'я не стане бар'єром) та вилучення (they shared – ділили на двох не тільки неймовірне кохання, але й міцну віру).

“And I stand here today grateful for the diversity of my heritage, aware that my parents' dreams live on in my two precious daughters. I stand here knowing that my story is part of the larger American story, that I owe a debt to all of those who came before me, and that in no other country on Earth is my story even possible” [57].

Я стою тут перед вами, вдячний за весь той розмаї у моєму родоводі, усвідомлюючи, що мрії моїх батьків живуть зараз у моїх дорогоцінних донечках. Я стою тут, розуміючи, що моя історія – це частина американської історії, і я зобов'язаний тим, хто був тут до мене, зокрема за те, що моя історія стала можливою саме тут, не в будь-якій іншій країні на світі (переклад Т.Горбань) [10].

Перекладачем був використаний антонімічний переклад (that *in no other country* on Earth is my story even possible – моя історія стала можливою *саме тут*).

В 2004 році народ США був далеким від єдності – все більше загострювалися расові конфлікти. Промова Обама є своєрідним антидотом до цього.

“For alongside our famous individualism, there's another ingredient in the American saga, a belief that we are all connected as one people. If there's a child on the south side of Chicago who can't read, that matters to me, even if it's not my child.

If there's a senior citizen somewhere who can't pay for their prescription and having to choose between medicine and the rent, that makes my life poorer, even if it's not my grandparent.

If there's an Arab-American family being rounded up without benefit of an attorney or due process, that threatens my civil liberties. Is that fundamental belief, it is that fundamental belief? I am my brother's keeper, I am my sisters' keeper, that makes this country work. It's what allows us to pursue our individual dreams, yet still come together as a single American family” [57].

Я вірю, що ми єдине ціле. Якщо десь на півдні Чикаго живе дитина, яка не вмє читати, мене це турбує, дарма, що це не моя дитина. Якщо десь у країні є літня громадянка, яка не може заплатити за рецепт, виписаний лікарем, і має обирати між ліками й сплатою за винаймання житла, це робить моє життя біднішим, дарма, що вона не моя бабуся. Якщо десь є арабсько-американська сім'я, яка не може скористатися послугою адвоката, це загрожує моїм цивільним свободам. Чи це фундаментальна віра? Чи я утримувач свого брата, своєї сестри? Це й змушує нашу країну працювати. Це те, що дозволяє нам гнатися за власними мріями, і все одно ми стоїмо разом як єдина американська сім'я (переклад Т.Горбань) [10].

В процесі перекладу перекладачем було застосовано вилучення (For alongside our famous individualism, there's another ingredient in the American saga, a belief that we are all connected as one people – *Я вірю, що ми єдине ціле*), контекстуальну заміну (a belief – *Я вірю, що*, come together – *ми стоїмо разом*).

Обама вказує на те, що для нього усі представники американського народу та їхні проблеми є однаково рівними незалежно від їхнього матеріального положення, походження, кольору шкіри. Твоя проблема – це не тільки твоя проблема, а й моя, наша проблема. Він закликає до єдності саме в той час, коли країна так сильно цього потребує.

“Now even as we speak, there are those who are preparing to divide us, the spin masters and negative ad peddlers who embrace the politics of anything goes. Well, I say to them tonight, there's not a liberal America and a conservative America; there's the United States of America.

There's not a black America and white America and Latino America and Asian America; there's the United States of America” [57].

І навіть поки ми тут розмовляємо, є ті, хто збираються нас роз'єднати. Що ж, ми їм відповімо сьогодні, що тут немає ліберальної чи консервативної Америки, є лише Сполучені Штати Америки.

Тут немає чорної Америки, білої Америки, Америки латиноамериканців чи азіатів. Тут є лише Сполучені Штати Америки (переклад Т.Горбань) [10].

В процесі перекладу даного фрагменту промови перекладач за допомогою вилучення позбувається значної частини першого речення (there are those who are preparing to *divide* us, the spin masters and negative ad peddlers who embrace the politics of anything goes – *є ті, хто збираються нас роз'єднати*). І хоча інші прізвиська потенційних опонентів ідеї, що лунає у промові Обама є синонімічними (the spin masters and negative ad peddlers who embrace the politics of anything goes – *ті, що створюють внутрішні протиріччя; розповсюджувачі негативу, для яких є ціна завжди виправдовує засіб*), їхня відсутність в тексті перекладу зменшує ефективність впливу на аудиторію та робить сказане менш приголомшливим та менш потужним повідомленням, ніж воно є насправді.

Не можна сперечатися із тим фактом, що Обама має надзвичайний хист до публічного виступу. Промови Барака є настільки ефективними завдяки наступним факторам:

- Він заінтересований в конкретних деталях, що видає в ньому конструктивний тип оратора;
- Промови Обама чітко структуровані і мають свою історію, свій сюжет;
- Обама полюбляє використання антитези: він використовує повтори в структурі свого публічного виступу задля демонстрації контрасту між певними точками зору (“There's not a liberal America and a conservative America; there's the United States of America. There's not a black America and white America and Latino America and Asian America; there's the United States of America”).

Під час цієї промови майбутній сорок четвертий президент США дуже активно жестикулює руками у різні сторони, що демонструє його готовність до дій, динамічність, жагу до змін та звершень. На відміну від такого різновиду невербальної комунікації, у більш пізніх промовах вже за років свого керування державою Обама більш спокійний, серйозний.

Наприкінці цієї вступної промови Обама активно закликає і звертається до надії. Контактність промови в рази збільшується: він звертається до усіх пластів населення та знов інтегрує свою історію в історію кожного із них.

Барак Обама говорить про надію на краще майбутнє, надію на краще в важкі, непередбачувані часи. Надія не просто помирає останньою, вона є силою, що дозволяє рухатися далі навіть якщо більше нічого не залишається та триматися на плаву навіть якщо вже не має сил.

“In the end, that's what this election is about. Do we participate in a politics of cynicism, or do we participate in a politics of hope?”

It's the hope of slaves sitting around a fire singing freedom songs; the hope of immigrants setting out for distant shores; the hope of a young naval lieutenant bravely patrolling the Mekong Delta; the hope of a millworker's son who dares to defy the odds; the hope of a skinny kid with a funny name who believes that America has a place for him, too. Hope in the face of difficulty, hope in the face of uncertainty, the audacity of hope” [57].

Врешті решт, в цьому і є сутність виборів. Чи ми беремо участь в політиці цинізму чи у політиці надії?

Я говорю про надію рабів, що співають пісні про свободу коло вогнища, про надію на краще життя та майбутнє іммігрантів, що висаджуються на видалених землях, про надію юного судового лейтенанта, що патрулює гирло річки Меконг, про надію сина столяра, що прагне кинути виклик самій долі, про надію худорлявого хлопчика із кумедним ім'ям, який вірить в те, що Америка також має і місце для нього. Я говорю про надію перед лицем труднощів, про надію у непередбачувані часи, про хоробрість надії [10].

В процесі перекладу було використано контекстуальну заміну (the hope of – *Я говорю про надію*, hope in the face of uncertainty – *надію перед лицем труднощів*) та конкретизацію (the audacity – *хоробрість*).

Промови Обама пронизані відчуттям щирості, відчуттям віри у власні слова, що забезпечує більший емоційний вплив на аудиторію та високий ступінь довіри до сказаних ним слів.

Далеко не завжди Бараку Обамі вдавалося знайти кілька годин у своєму неймовірно завантаженому графіку для написання промови самостійно, на відміну від кількох хвилин для репетиції готового матеріалу перед дзеркалом. Звичайно, що на Обаму, як і на більшість великих політиків цього світу працює команда спічрайтерів.

Обама не завжди мав спічрайтерів, і тому власне не дивно, що згадана вище промова на Національній конвенції Демократичної партії була написана

ним власноруч. Створенням цього видатного публічного виступу Барак почав займатися за кілька днів після того, як дізнався, що йому доведеться виступати. Створення же основної доповіді, що зробила Обаму відомим гравцем в політиці зайняло декілька місяців.

Саме в 2004 році за лаштунками сцени конвенції, під час підготовки до свого виступу Обама познайомився із своїм майбутнім спічрайтером двадцяти трирічним Джоном Фавро, який на той час працював на сенатора Джона Керрі. Керрі не тільки балотувався в президенти США, а й також мав виступити на тій самій конвенції.

Почувши репетування Обами, Фавро порадив йому переписати ті частини промови, що збігалися із тезами Керрі.

На початку цього століття той самий спічрайтер Джонатан «Джон» Фавро був порекомендований майбутньому президенту США його помічником в питаннях комунікації – Робертом Гіббсом.

Варто відзначити, що Обаму передусім зацікавило зовсім не резюме юного двадцяти чотирирічного спічрайтера, а навпаки: мета вибору цього кар'єрного шляху та ціль знаходження Джонатана у політиці. На думку Фавро, промова може розширити коло людей, які будуть перейматися піднятою проблемою.

«Це як сказати середньостатистичній людині, яка страждає від чогось: "Я тебе чую, я поряд". Навіть якщо ви були розчаровані й цинічно ставилися до політики в минулому, але з хорошим наміром ми можемо рушити в правильному напрямку. Лише дайте мені шанс».

Із 2005 року Фавро починає працювати на тодішнього сенатора конгресу США від штату Іллінойс Барака Обаму. Саме цей юнак став головним спічрайтером під час президентської кампанії Обами в 2007 році, і саме Джон згодом очолить команду публіцистів, що буде працювати над двома інавгураційними промовами сорок четвертого президента США.

З початком другого президентського строку навесні 2013 року новим головним спічрайтером Обама став колишній заступник Фавро Коуді Кінан. На відміну від Фавро, який концентрувався на створенні промов піднесеного характеру із загальними картинками про надію та подальші зміни, його наступник фокусувався здебільшого на індивідуальних історіях, що вимагають більш наполегливої підготовки і нагадують своєрідні притчі про щось важкодосяжне, але все ж таки можливе у США.

Обама ніколи не покладається лише на здібності своїх спічрайтерів: він часто долучається до створення тексту промови на різних етапах – висловлює свої думки і ідеї щодо майбутньому виступу та вносить певні правки.

Сорок четвертий президент США заздалегідь зустрічається зі своїми спічрайтерами у Білому Домі задля обговорення задуму промови. Спічрайтери готують перший, лише чорновий варіант промови, потім Обама його вичитує і на полях друкованих аркушів може залишати написані від руки помітки.

Написання промови для Обама – це передусім команда робота його самого та спічрайтерів, тому він завжди дослухається до їхніх пропозицій та заперечень. До обговорення долучаються не лише головний публіцист, а кожен член команди не беручи до уваги його чи її статус.

Обама завжди тренується перед дзеркалом до виходу на сцену. Його вміння тримати зоровий контакт із публікою дійсно є феноменальним. Він майже ніколи не читає з аркуша свою заготовлену промову. І навіть якщо Бараку все ж доводиться підглядати в текст, він завжди повертається поглядом до своєї аудиторії, до тих, хто його уважно слухає.

Можна із впевненістю сказати, що одне із найважливіших завдань президента – впливати на свій народ. Він може зробити не настільки багато самостійно, саме тому для Обама є критично важливим переконання людей у своїх віруваннях та ставленнях до окремих ситуацій, коли справа стосується важливих політичних рішень.

1 жовтня 2015 року в Розберзі (штат Орегон, США) сталася масова стрілянина на території кампусу коледжу Амквва, в ході якої внаслідок стрілянини з боку місцевого жителя загинуло дев'ятеро людей, і ще стільки же зазнали поранень.

Звертаючись до американського народу після цієї трагедії, Обама використовує чотири методи впливу на свою глядацьку та слухацьку аудиторію:

- Перший метод: представлення проблеми, що має місце бути. Поточні міри запобігання в даній ситуації не є ефективними. Обама асоціює біль із поточним положенням речей:
 - “But as I said just a few months ago, and I said a few months before that, and I said each time we see one of these mass shootings, our thoughts and prayers are not enough. It’s not enough. It does not capture the heartache and grief and anger that we should feel. And it does nothing to prevent this carnage from being inflicted someplace else in America” [55]. – *Але як вже говорив декілька місяців тому, і за декілька місяців до того, і говорю це кожного разу, коли трапляється подібна масова стрілянина: наших думок та молитви недостатньо. Цього не достатньо. Це все не йде ні в яке порівняння із біллю, сумом та злістю, що ми повинні відчувати. Все це зовсім не запобігає кровопролиттю, що трапляється в іншому місці нашої держави;*
 - “Somehow this has become routine. The reporting is routine. My response here at this podium ends up being routine. The conversation in the aftermath of it. We've become numb to this” [55]. – *Якимось чином це стало звичайною подією. Новини про стрілянини, мій виступ на цьому подіуму щодо трагічних подій стає рутинною. Розмови так і залишаються розмовами. Ми перестали уважно ставитися до цього питання.*

Обама висловлює свій сором у тому, що ці події трапляються настільки часто. Він згадує настільки часто йому доводилося у зв'язку із стріляниною підіймати питання відносної легкості у отриманні особою вогнепальної зброї:

- “We talked about this after Columbine and Blacksburg, after Tucson, after Newtown, after Aurora, after Charleston. It cannot be this easy for somebody who wants to inflict harm on other people to get his or her hands on a gun” [55]. – *Ми вже говорили про це після Колумбайн, Блексборо, після подій у Туксоні, Ньютауні, після Аврори, після Чарльстона. Не можна, щоб будь-хто, хто бажає нанести шкоду іншим міг настільки легко отримати на руки вогнепальну зброю.*
- Другий метод переконання аудиторії: самостійно звернути уваги на потенційні контраргументи до того, як публіка зробить це за тебе:
 - “And it's fair to say that anybody who does this has a sickness in their minds, regardless of what they think their motivations may be. But we are not the only country on Earth that has people with mental illnesses or want to do harm to other people. We are the only advanced country on Earth that sees these kinds of mass shootings every few months” [55]. – *Будь-хто, хто скоює щось подібне не є психічно здоровим, незалежно від мотивації цих вчинків. Так, ми не єдина країна на Землі, в якій живуть не здорові психічно люди, що хочуть нанести шкоду іншим. Ми – єдина розвинена країна на Землі, в якій подібна масова стрілянина трапляється кожні декілька місяців;*
 - “And what’s become routine, of course, is the response of those who oppose any kind of common-sense gun legislation. Right now, I can imagine the press releases being cranked out: We need more guns, they’ll argue. Fewer gun safety laws” [55]. – *І, власне, рутинною стала відповідь тих, хто не сприймає будь-які закони пов’язані із*

обмеженнями на володіння зброї. Я вже бачу штампування цих прес-релізів: «Нам потрібно більше зброї, – скажуть вони. Менше законів на обмеження володіння вогнепальною зброєю».

- Третім методом переконання є послідовність. Ідея цього шагу на шляху до переконання лежить у тому, щоб показати людям, що нові прийняті міри відповідають їхнім віруванням та сподіванням. Ми схильні підсвідомо пручатися значним змінам, в той час як незначні зміни, що є близькими нам за духом вже не викликають такого опору. Обама робить акцент на прикметнику «відповідальні» у фразі «відповідальні власники зброї». Отже, відповідальним вчинком у подібній ситуації буде слідувати розпорядженню президента:
 - “We know because of the polling that says the majority of Americans understand we should be changing these laws – including the majority of *responsible, law-abiding gun owners*” [55]. – *Ми знаємо, що згідно із опитуваннями більшість американців розуміє необхідність внесення змін до законів, що включає більшість і більшість відповідальних законослухняних власників вогнепальної зброї;*
 - “I would ask news organizations – because I won't put these facts forward – have news organizations tally up the number of Americans who've been killed through terrorist attacks over the last decade and the number of Americans who've been killed by gun violence, and post those side-by-side on your news reports. This won't be information coming from me; it will be coming from you” [55]. – *Я прошу новинні служби, бо я не стану сам надавати ці факти, підрахувати кількість американців, які були вбиті внаслідок терористичних актів за останнє десятиліття і кількість американців, які були вбиті внаслідок насильства із застосуванням вогнепальної зброї і*

опублікувати ці цифри поруч на шпальтах ваших видань. Ця інформація буде йти не від мене, а від вас.

Ця цитата насправді є одним із найрозумніших та красивих ходів Обама під час усієї промови. Зацікавлені люди знаходять факти самотійно, що в свою чергу дає їм відчуття особистої прив'язаності до знайденої інформації і змушує поневолі їх довіряти цим даним значно більше, ніж вони могли б повірити тим самим цифрам, якщо вони б прозвучали з вуст президента.

- Четвертий метод переконання аудиторії: скромно попросити про послугу. Обама у даній промові просто просить про допомогу:
 - “I’d ask the American people to think about how they can get our government to change these laws. And this is not something I can do by myself. I’ve got to have a Congress and I’ve got to have state legislatures and governors who are willing to work with me on this” [55]. – *Я прошу американський народ замислитися над тим, як вони можуть вплинути на рішення уряду щодо зміни законів володіння вогнепальною зброєю. Я не зможу зробити це самотійно, без вас. Мені знадобиться допомога Конгресу, членів законодавчого збору штатів й губернаторів, які будуть готові співпрацювати зі мною над цим питанням.*

Цей прийом переконання є неодмінним елементом для ефективного завершення подібних промов. Сутність переконання полягає не у процесі змушення когось зробити щось потрібне вам, а у мистецтві нав'язати ідею бажання виконати певну дію, що могла народитися в вашій голові, але отримала розвиток, закріпилася та остаточно сформувалася, саме у голові реципієнта (ідея переконання за рахунок інтеграції створеної вами думки у сумління реципієнта яскраво розкривається у фантастичному фільмі «Початок» Крістофера Нолана).

Однією із найбільш надихаючих промов Барака Обама прийнято вважати його виступ на Міжнародному саміті досягнень у 2007 році. Ця промова апелює до молоді й закликає здійснювати невеликі кроки заради великої мети.

В цій промові майбутній сорок четвертий президент США також говорить про те, що спонукало його обрати саме політичний напрям у його кар'єрному шляху. На час виголошення цієї промови на Обаму вже працював один із його головних спічрайтерів – Джон Фавро.

“I had had somewhat of a rocky youth and teenage years: my father wasn't home, I was growing partly with my grandparents, in high school I got into trouble occasionally. It was what my mother called “Good time Charlie”, a meaning I wasn't really serious in terms of my studies, in terms of my work. Had some awareness of the world around me, had some sense of injustice, but it wasn't finely-honed, wasn't developed” [33].

У мене була нестабільна юність, тінейджерські роки: мій батько не був вдома, мене виховували певний час мої дідусь і бабуся, коли я закінчував школу, я іноді встрягав у проблеми. Як казала моя мама: "У голові вітер свище", – маючи на увазі, що я не надто серйозно переймався своїм навчанням, роботою. Я таки мав невелике уявлення про світ довкола мене, про його несправедливість і нечесність, однак, це розуміння не було відточеним, самодостатнім [10].

У процесі перекладу Т.Горбань використовує конкретизацію задля підкреслення непростотої юності Обама (rocky – нестабільна), правильно передає суть ідіоми «Good time Charlie», що означає людину, єдина мета якої гарно провести час.

“We were visited on campus by a couple of gentlemen from South Africa, who were represented as ANC in 1979-1980. They spoke about their efforts to overcome apartheid.

And for about an hour myself and a group of students listened to these young men, who were not much older than we were, describe extraordinary struggles they were going through, the sacrifices that were being made, people being thrown to jail, torture, beatings, because they had a sense that somehow somehow justice would prevail.

That brief meeting, I think in some ways changed my life. Because what it told me first of all – ordinary people can do extraordinary things when they are given an opportunity” [33].

Нас у студмістечку відвідали кілька джентльменів з Південної Африки, які були представниками Африканського Національного Конгресу 1979-1980 років. І вони розповіли про їхні зусилля в боротьбі проти апартеїду.

Приблизно протягом години я разом із іншими студентами слухав, як ці молоді чоловіки, не набагато старші від нас, розповідали про надзвичайні випробування, які їм довелося пережити, жертви, на які їм довелося піти, про людей яких кидали до в'язниць, катували, били, тому що вони були переконані, що якимось та справедливості запанує.

І ось та невеличка зустріч, гадаю, певним чином змінила моє життя. Бо найперша річ, яку я виніс із неї — це те, що прості люди можуть робити надзвичайні речі, мати б їм тільки змогу [10].

При перекладі цього фрагменту перекладач застосовує контекстуальну заміну (their efforts to overcome – їхні зусилля в боротьбі проти).

Головний меседж Обама залишає насамкінець абзацу: ваші навіть найсміливіші мрії можливі, якщо наполегливо йти до них.

“The primary message in receiving this award is that all of you represent enormous potential, enormous possibility to change. I hope that all of you who are on the brink of doing extraordinary things and decide to channel that talent and that energy and that imagination to figuring out how do you move the process along for a

better history, how do you put your shoulder against the wheelman and move that boulder up the hill.

I'm absolutely confident that if all of you take up that challenge the world is waiting for you, ready to be changed. Because I think we live in this moment in history right now, where the hunger for changer, the hunger for something new, the desire to break out of above the ordinary, the self-interested, the penny, the trivial is everywhere and they are waiting for you" [33].

Отже, головна ідея в одержанні цієї нагороди, мені здається, полягає в тому, що всі ви представляєте неосяжний потенціал для змін. Тож я сподіваюся, що всі ви, хто ось-ось може здійснити екстраординарні речі, вирішите направити ваші таланти, енергію й уяву в той напрям, який, на вашу думку, допоможе побачити, як запустити процес для створення кращої історії, як покласти руку на плече людини на візку й закотити той "валун" на гору.

Я абсолютно переконаний, що якщо всі ви візьметесь за цей виклик, світ буде готовим прийняти зміни від вас, бо ми всі живемо в такий момент у історії, де є голод на зміни, голод на щось нове, бажання вирватися з усього звичайного, егоїстичного, дріб'язкового, тривіального — усе це скрізь, і воно вже очікує на вас [10].

Перекладач застосовує вилучення в першому реченні, прибираючи зайвий синонім (enormous potential, enormous possibility – неосяжний потенціал). Наприкінці першого абзацу цього фрагменту перекладач передає алюзію на Сізіфову працю як допоможе закотити той «валун» на гору (move that boulder up the hill). За допомогою подібної алюзії Обама демонструє свою віру у великі звершення молоді навіть у тих випадках, коли вірогідність зовсім мала.

Отже, промови сорок четвертого президента США Барака Обами мають такий успіх завдяки наявності конкретних деталей, чіткій структурі і сюжету

(що може включати в себе особисті історії) та повторного використання антитези, що дозволяє підкреслити контраст між різними точками зору. Обама працює над своїми промовами в команді із своїми спічрайтерами, прислухаючись до думки кожного члена публіцистичного колективу, однак не спирається на інших повноцінно. Барак вносить правки та зауваження до чорнового варіанту промови, висловлює свої думки. Під час виступу Обама завжди тримає тісний зоровий контакт із аудиторією, що сприяє більшій довірі до сказаної ним інформації. Задля переконання публіки у своїй правоті Обама представляє поточну проблему і асоціює її із поточним положенням речей. Сорок четвертий президент США винахідливо звертає увагу на потенційні контраргументи своєї промови, перш ніж за нього це зроблять його опоненти. Потім Барак демонструє, що нові прийняті ним міри відповідають судженням та віруванням його народу. І на останок він просить про послугу з боку американського народу, бо він не зможе здійснити необхідні зміни зустрічних дій звичайних людей.

Переклад промов Барака Обами потребує від перекладача надзвичайно високої уваги до деталей через те, що в тексті можуть зустрічатися ідіоми, алюзії, відсилки до якихось подій чи осіб. Передача тексту оригіналу повинна бути максимально близькою до тексту оригіналу, бо іноді навіть вилучення начебто зайвих синонімів може призвести зробити меседж політика менш звучним і потужним з огляду ефективності впливу на глядацьку та слухацьку аудиторію.

2.2 Аналіз публічних промов Дональда Трампа та специфіка їхнього перекладу

Сорок п'ятого президента США Дональда Трампа навряд чи можна назвати звичайною людиною. Спадкоємець багатія, незважаючи на отриманий від батька значний стартовий капітал у розмірі кількох мільйонів доларів,

досить швидко свого часу примудрився майже повністю збанкрутувати. Згодом, у середині 2000-х років Дональд стає зіркою реаліті-шоу «The Apprentice», поступово збільшуючи відомість свого бренду за рахунок постійної присутності на екранах та планомірній купівлі прав на присвоєння свого імені до назви чималої кількості об'єктів нерухомості.

Дональд Трамп широко відомий своєю жагою до розбурювання конфліктів на рівному місці, своїй безкомпромісності, абсолютній впевненості у власній правоті та експертному знанні будь-якого предмета чи особи. Здавалося би не дивно, що так може поводити себе зірка реального телебачення: адже чорний піар – це, як відомо, теж піар, і, відповідно, призводить до підвищеної уваги, більшого попиту і більших рейтингів програми.

Однак Трамп не став зраджувати своїй натурі і використав той же самий підхід у своїй молодій політичній кар'єрі. Його ім'я не сходило з вуст і домінувало на американському телебаченні й пресі. Незважаючи на усі скандали, контроверсійні висловлювання, звинувачення у махінаціях із податками, сексуальних домаганнях (в тому числі і зґвалтуванні) та поведінці негідній кандидата в президенти країни, Трамп не тільки став головним кандидатом від Республіканської партії, а й цілком несподівано був обраний сорок п'ятим президентом США.

Навіть після вступу на найвідповідальніший пост в Америці Трамп продовжив дотримуватись того ж самого поведінкового шаблону. Знову ж ті самі суперечки, висмоктані із пальця конфлікти та поведінка гідна звання справжньої «світської левиці». В чому ж причина подібної безвідповідальної безтурботності щодо наслідків таких вчинків по відношенню до власного іміджу та іміджу країни?

Дональда Трампа зовсім не випадково вважають тонким та проникливим професіоналом реального телебачення. Зробивши перехід в 2015 році із світу

телебачення до політичної сфери, той просто змінив декорації власного шоу. Не має потреби відкидати ширму – він все ще вважає себе зіркою реального телебачення, просто декорації більш чинні та величні, да й аудиторія «трохи» збільшилася.

Реальне телебачення дуже добре балансує між вигадкою й реальністю, і теперішньому президенту США дуже зручно існувати в такому форматі. Реаліті-шоу можуть мати формат чи сюжет, однак вони зазвичай не мають реальних персонажів. Трамп вдало відігравав роль успішного бізнесмена на телебаченні, незважаючи на доведення в минулому кількох своїх компаній до банкрутства. То чого б не уявити його у ролі президента?

Першим сезоном політичного шоу імені Трампа стала його президентська кампанія. Це був добре відомий нам формат реаліті-змагання (залишиться тільки один) із більшими ставками у вигляді президентства та зірками світового масштабу, які не часто дають згоду на участь у подібних заходах. В певному сенсі великий опит головної зірки реаліті-шоу підготував Дональда до викликів президентської кампанії.

В другому сезоні за часів президенства формат трохи змінюється. Акторський складається із вже не настільки цікавих та здебільшого легко замінних персонажів: членів родини Трампа на значних посадах, яких не можна викинути із шоу та довірених осіб із команди президента, яким, в свою чергу, вже варто хвилюватися за збереження свого робочого місця. Родина президента чітко усвідомлює хто є єдиною і головною зіркою шоу, і дозволяє йому нею бути.

Вважається, що ідеальна зірка для реального телебачення – нестриманий нарцісіст, який поступово все більше розкриває потаємні сторони своєї особистості. Звучить знайомо, чи не так?

Шоу Трампа безперервно транслюється по телебаченні та у соціальних мережах, охоплюючи всі пласти населення. Всі інші шоу стають нішевими у порівнянні із подіями в Білому Домі.

Дії головної діючої особи залежать меншою мірою від реакції аудиторії (звичайних американців) та більшою мірою від реакції більш важливих для зірки (тобто більш відомих) осіб. Тих, хто намагається сприймати Трампа всерйоз неодмінно очікує невдача: це не серйозне справжнє дійство, не реальність, а всього лише реаліті-телебачення.

Згідно із концепцією жанру Трамп не бреше вам, не оперує неправдивою інформацією – він влаштовує найкраще шоу саме для вас. Трамп можливо і не вміє надовго концентруватися на одному предметі обговорення, але це й не важливо, бо аудиторія реаліті-шоу має тенденцію втрачати інтерес і увагу до предмета, якщо його обговорення є надто складним і займає більш кількох хвилин. Подібний тренд набирає оберти із розвитком соціальних мереж та популярністю коротких повідомлень та відеороликів: сьогодні середні статистичні відвідувачі кінотеатрів починають скиглити та поглядати в мобільні телефони під час й після сеансів, якщо тривалість фільму перетинає позначку у дві години, яким би чудовим і пам'ятним той би зрештою не був.

Відволікання уваги від проблем, які дійсно заслуговують уваги, за рахунок скандалів або конфліктів (так звані “mind games” або ігри розуму) не є революційним методом, але безперечно є ефективною методикою впливу, що широко застосовується в усіх сферах діяльності, які висвічують ЗМІ.

Тим не менш, Дональд Трамп є тонким майстром впливу на аудиторію. Не можна оминати своєю увагою манеру Трампа відповідати на поставлені запитання. Вибір лексики сорок п'ятим президентом США є по-своєму унікальним. В той час як опоненти Дональда в президентській кампанії та політики в цілому мають звичку дуже обережно обирають слова, розуміючи,

що будь-яке невдале висловлювання або фраза буду досконально розібрана та використана проти них, Трамп свідомо не бере цю закономірність до уваги.

Досвід бізнесмена допомагає Трампу у демонстрації привабливості ідеї, її вербальному «продажу», якою б абсурдною ця ідея не здавалась на перший погляд.

В 2015 році Трамп був гостем в вечірній розважальній передачі «Jimmy Kimmel Live». Оскільки Трамп відомий своїми негативно налаштованими щодо прихильників ісламу та запропонував на той час заборонити усім мусульманам доступ у США, Кімел в інтерв'ю задає Дональду наступне питання: «Чи не є дискримінація людей за їхньою релігією анти-американською та взагалі неправильною?»

«But Jimmy, the problem – I mean, look for it. But look we have people coming into our country that are looking to do *tremendous harm*. You look at the two – Look at Paris. Look at what happened at Paris. I mean, these people, they didn't come from Sweden, *okay?* Look at what happened at Paris. Look at what happened last week in California, with you know 14 people **dead**. Other people are going to **die**, they are so *badly injured*. We have a real **problem**. There is a *tremendous* hatred out there. And what I do wanna find out it – you know, you can't solve a problem, until you find out what's **root cause**.

And I wanna find out, what's the problem, what's going on. And *it's temporary*. I've had so many people call me and say **thank you**. Now, if you remember, when I did that a week ago it was like **bedlam**. All of a sudden – and you watch last night, and you see people talking. They said, “Well, *Trump* has a **point**. We have to get down to the **problem**”. The people, that are friends of mine that called say, “*Donald*, you have done us a *tremendous service*”. Because we do have a **problem**. And we have to find out what is the...» [36].

Але, Джиммі, проблема – ну, дивись. В нашу країни приїжджають люди, що хочуть нанести *величезну шкоду*. Подивись на два приклади – подивись на

Париж. Подивись, що трапилось у Парижі. Ці люди, вони ж не із Швецію прибули, *чи не так?* Подивись, що трапилось у Парижі. Подивись, що трапилось минулого тижня в Каліфорнії, як ви знаєте **загинуло** 14 чоловік. **Загинуть** і інші, вони отримали настільки тяжкі **травми**. Перед нами реальна проблема. Навколо нас *величезна* ненависть. І я хочу з'ясувати, ти ж розумієш, що проблему не можна вирішити доки не знайдеш її **коріння**.

І я хочу з'ясувати в чому ж проблема, що коїться. І це тимчасово. Безліч людей телефонувало мені із **подякою**. Якщо ти пам'ятаєш, коли я запропонував це тиждень тому – це ж був **божевільний дім**. І, раптом – ти бачиш по телебаченню вчорашні події і починаються розмови: «Можливо, Трамп має рацію. Нам потрібно розглянути цю **проблему**». Люди, що є моїми друзями теж в телефонній розмові говорять мені: «Дональд, ти зробив нам *величезну послугу*». Бо в нас дійсно є **проблема**. І ми повинні з'ясувати...

Переклад цього фрагменту повинен виконуватись максимально близько до тексту оригіналу задля найкращої передачі не тільки тексту оригіналу, а й моделі формування повідомлення мовця.

В процесі перекладу використовується конкретизація (*tremendous* – величезну; **bedlam** – божевільний дім), додавання (the two – два приклади), транспозиція (other people are going to **die** – **загинуть** і інші), контекстуальна заміна (Trump has a **point** – Трамп має рацію).

За хвилину відповіді Трамп використав 220 слів, конструкції та лексика його промов є надзвичайно простою. Сімдесят відсотків слів із цієї відповіді складаються лише з одного складу, що дозволяє повідомленню створити ритмічну серію, що завершується ключовими словами (**problem**). 39 слів мають два склади і тільки 4 слова – три склади (три з яких це одно й те саме «*tremendous*»). Тільки два слова мають більше чотирьох складів (California, temporary).

Така простота мови не є випадковою. Згідно із тестом Флеша-Кінкейда, промови Трампа за складністю свого читання належать до рівня четвертого класу, тоді як промови його опонента на минулих виборах Хіларі Клінтон належали до складності читання рівня восьмого класу.

Тенденція до використання дуже простої лексики суттєво допомогла промовам Трампа вплинути на більшу кількість населення, бо його просто змогло зрозуміти більше людей. Це також сприяло ототожнюванню людей із кандидатом, який говорив із ними на їхній мові, і, начебто, не надто відрізнявся від них самих.

Трамп сам розкрив свій секрет під час однієї із своїх промов: «I used to use the word incompetent. Now I just call them stupid. I went to an Ivy League school. I'm very highly educated. I know words, I have the best words ... but there is no better word than stupid. Right?»

Він знає більш складні та більш красномовні слова, але вони навряд сприятимуть настільки сильному впливу на аудиторію, як більш прості та примітивні слова. Подібної думки дотримувався і Вінстон Черчіль, який віддав перевагу коротким і старим словам. Так само ставився до цього питання і Ернест Хемінгуей, який зазначав, що емоції викликають не складні красномовні слова, а їх більш прості та старі аналоги.

Трамп у своїй відповіді на запитання Кіммела використовує здебільшого прості речення (We have a real **problem**). Дональд часто звертається напряму до аудиторії, використовуючи наказовий спосіб другої особи (Look at Paris. Look at what happened at Paris) або структурує свою мову таким чином, що складається враження ніби аудиторія вже погодилася із його точкою зору (and you watch last night, and you see people talking).

Крім того теперішній президент США вміло виставляє негативну реакції на свої слова як надмірну та поспішну реакцію з боку народу (if you remember, when I did that a week ago it was like **bedlam**. All of a sudden – and you watch last

night, and you see people talking. They said, “Well, *Trump* has a **point**. We have to get down to the **problem**”).

Найбільш значної технікою у відповіді Трампа Кіммелу є виділені жирним ключові слова його повідомлення аудиторії (так звані «панчлайни»): **harm, dead, injured, problem, root cause, thank you, bedlam, point, problem, service, problem**.

Іноді задля використання в кінці речення гучного панчлайну, Трамп перероблює структуру речення на більш нескладну (you know, you can't solve a problem, until you find out what's **root cause** замість you can't solve a problem, until you find out what the **root cause** is).

«Панчлайни» являють собою тему та атмосферу відповіді Трампа: складна проблема, яка потребує негайного вирішення. Саме ці слова і запам'ятає аудиторія, з огляду на те, що більшість його відповіді – незв'язаний між собою текст або просто «вода».

Трамп використовує багато повторів, щоб донести своє повідомлення до аудиторії (We have a real **problem**; what is the problem; we do have a **problem**). Дональд знов і знов використовує свої улюблені слова – *tremendous* (тричі протягом однієї хвилини).

І як не дивно в нього завжди є друзі, серед групи тих людей, що незгодні із Трампом, які неодмінно постійно йому дякують (The people, that are friends of mine that called say, “*Donald*, you have done us a *tremendous service*”).

Дональд Трамп вміло відчуває настрій аудиторії і підлаштовує тон своїх промов таким чином, щоб він відповідав поточному стану речей.

Сорок п'ятий президент США застосовує три методи емоційного впливу, що дозволяють йому захиститися від критики та можливих наслідків:

- Руйнування рівню довіри до ЗМІ;

Трамп розпочав свої нападки на ЗМІ із заявою про намір балотуватися у президенти. Однак апогею ця постійна атака на новинні організації досягла з

початком його президентського терміну. Цей процес досить сильно нагадує сюжет утопії Оруела «1984», коли будь-яка інформація, що вважалась незадовільною або не відповідала поняттям пропаганди безжалісно знищувалися без будь-яких відомостей про її минуле існування.

Та ж сама риторика відбувається зараз в США: з вуст президента, його команди, та однієї із новинних організацій («Fox News»), що є про-трамповською, будь-яка правдива новина, що йде в розрив із їхньою уявою про стан речей називається «fake news» або неправдиві, невірні новини. Новинні організації теж отримують ярлики «невдахи» або «некомпетентних» (“failing CNN”, “failing New York Times”).

Керуючись подібною логікою, Трамп назвав кількість публіки, що зібралася на його інавгурацію, найбільшою за всю історію США, що, звісно, не було правдою. Коли на той час прес-секретарю Трампа Шону Спайсеру вказали на невірність даної президентом інформації, той лише відмахнувся, назвавши її «alternative facts» або альтернативними фактами.

Нещодавно в інтерв'ю TSN Трамп заявив, що саме він винайшов термін “fake news”, що теж не є правдою.

“The media is really the word, I think, one of the greatest of all time I’ve come up with is fake. I guess people have used it perhaps over the years, but I haven’t really noticed it”.

Я вважаю, що ЗМІ – це одне з найвеличніших слів, яке я сам і створив – неправдиві. Можливо, люди і використовували раніше це слово, але я цього не помітив.

При перекладі була використана конкретизація (one of the greatest of all time – одне із найвеличніших) та транспозиція (The media is really the word, I think – Я вважаю, що ЗМІ).

- Критика у відповідь на критику (так званий «whataboutism»);

Цей метод також відомий під назвою «сам дурак». Суть цієї техніки полягає у зміні теми на чийсь інші промахи й невдачі, якщо ви самі потрапили під критику.

Критика у відповідь на критику передбачає, що всі дії незалежно від контексту мають однакову моральну вагу, і враховуючи те, що ніхто не є бездоганним – будь-яка критика не має смислу і можна робити все, що завгодно без огляду на наслідки.

Яскравим прикладом використання цього методу може слугувати той випадок, коли під час промови Трапма запитали, чому він не засудив марш нео-нацистів в Чарльстоні:

“What about the alt-left, that came charging with clubs at their hands at the, as you say the alt-right? Do they have any semblance of guilt? Do they have any problem?”

А як же ультра-ліві, що пішли із бітами в руках на, як ви їх називаєте, ультра-правих? Чи вони виглядають винуватими? Чи є у них проблеми?

- Тролінг.

Метою цього власне примітивного методу є засмутити своїх опонентів, втерти їм носа. Не важливо, чи маєте ви на увазі те, що говорите насправді, важлива тільки можлива негативна реакція опонента. Часто, коли так званого «троля» просять пояснити свої слова, той відмовляється від розвитку умовиводу і закривається від діалогу.

Яскравим прикладом подібної поведінки є реакція Дональда Трапма на прохання журналіста обґрунтувати звинувачення Трапмом Обама в прослуховуванні його телефонів під час президентської кампанії:

- Т.: Well, you saw what happened with surveillance. I think it was inappropriate.
- The reporter: What does that mean, Sir?
- Т.: You can figure it out yourself.

- The reporter: Well, that is no answer. You called him “sick and bad”.
- T.: Look, you can figure it out yourself. He was very nice to me with words and when I was with him, but after that there has been no relationship.
- The reporter: But you stand by that claim?
- T.: I don’t stand by anything. You can take it the way you want.
- The reporter: But I want to know your opinion, you’re the president of the US.
- T.: OK, that’s enough.

Трамп прямим текстом в даному діалозі заявляє, що його слова можуть трактуватися співрозмовником як завгодно і він не дотримується жодної своєї конкретної думки.

Дональд Трамп є майстром переконання у власні правоті. Він вистроює свої публічні виступи в рамках президентської кампанії таким чином, що вплив на аудиторію відбувається навіть на підсвідомому рівні.

- Перш за все, Трамп використовує страх, який є надзвичайно сильною емоцією. Страх миттєво охоплює всю нашу увагу і ми фокусуємось на джерелі цього відчуття. Крім того, досить часто страх блокує нашу здатність критично мислити, бо єдиною і первинною думкою з цієї миті починає бути потреба у захисті. Не дивно, що за своєю природою нам не зручно відчувати страх.

“There is a great hatred toward Americans by large segments of the Muslim population. 25% agree, that violence against Americans here in the United States is justified. Shari’ ah authorizes murder against non-believers, beheadings and more unthinkable acts. It’s gonna get worse and worse. You gonna have more World Trade Centers, it’s gonna get worse and worse, folks”.

Існує велика ненависть по відношенню до американців з боку великої кількості мусульманського населення. 25% вважають, що жорстокість по

відношенню до американців в США є виправданої. Шаріат дозволяє вбивство невірних, обезголовлення та інші нечувані дії. Поточна ситуація тільки погіршиться. Трапиться ще одне 11 вересня, і, люди, поточна ситуація тільки погіршиться.

При перекладі була використана важлива трансформація у виді контекстуальної заміни (You gonna have more World Trade Centers – *Трапиться ще одне 11 вересня*). Важливо усвідомлювати контекст та тему повідомлення для того, щоб помітити цю відсилку при перекладі. Завдяки алюзії до найбільшої трагедії американського народу останніх часів Трамп підвищує і без того високий градус страху, який він поступово нагнітає у цьому фрагменті. Ланцюг ненависть-жорстокість-дозвіл на вбивство-буде тільки гірше-ще одне 11 вересня досягає свого апогею саме в останній точці повідомлення.

- Наступним шагом буде демонстрація своєї домінації та сили над опонентами. Це яскраво проявляється під час республіканських дебатів між Трампом та Джебом Бушем: Трамп постійно перебиває Буша, не даючи тому сказати і кількох слів і продовжує монолог. Коли перша і друга спроби зупинити Трампа провалюються, Джеб зупиняється і дає Дональду закінчити думку. В результаті цього Буш змушений постійно дивитися на Трампа, коли той жодного разу навіть не окидає опонента поглядом. Дональд демонструє, що в будь-якому разі продовжить промову. Абсолютно збентежений Буш виглядає розгублено і невпевнено.
- Третім шагом переконання у правоті Трампа стає обіцянка повернення до минулої величі (той же самий слоган «Зробимо Америку великою знов»), та відповідна відсутність потреби боятися із сильним та ефективним лідером, що в свою чергу робить більш сильними і виборців.

“I will rebuild our military. We will be so powerful, and so great, that we will never have to use it. Nobody’s gonna mess with us, folks, nobody. Nobody”.

Я перебудую нашу військові сили. Ми будемо настільки могутніми, що нам не доведеться користуватися силою. Ніхто не захоче мати із нами справи, хлопці, ніхто. Ніхто...

При перекладі використовується контекстуальна заміна (military – *військові сили*) та конкретизація (powerful – *могутніми*).

Знову Трампом використовуються проста лексика (powerful, great, folks) та повтори задля засвоєння повідомлення мовця (слово «ніхто» використовується тричі протягом 12 секунд).

- Четвертим шагом на шляху до переконання у правоті Дональда Трампа є постійна презентація себе як переможця. Він постійно розказує про те, що всі із ним погоджуються або дякують йому – і, як не дивно, це працює. До речі, це нагадує відому цитату ідеолога Третього Рейху Геббельса: «Якщо ви вимовите велику неправду і будете її повторювати, то люди врешті решт в неї повірять».

“But I began it talking about other things, things I’m very good at, maybe that’s why I’m center stage. People saw it, people like it, people respected it. People like what I say, people respect what I say”.

Я розпочав це, говорячи про інші речі, в яких дуже добре розбираюся, можливо саме тому я в центрі уваги. Люди побачили це, їм це сподобалася і вони це поважають. Людям подобається те, що я говорю, люди поважають те, що я говорю.

При перекладі була використана контекстуальна заміна (things I’m very good at – *речі, в яких дуже добре розбираюся*, center stage – *в центрі уваги*).

Однак, Дональду Трампу не завжди вдається вербально взяти гору над своїм опонентом. В такому випадку він відволікає увагу за допомогою гумору як у цьому фрагменті республіканських дебатів проти Теда Круза:

“Let me just tell you something, and you know because you just saw the numbers yourself. NBC’s World Street Journal just came out with a poll (В цей момент публіка починає освистувати виступ Дональда) the headline «Trump way up – Cruz going down». They don’t like Wall Street Journal, they don’t like NBC, but I like the poll frankly (публіка сміється і загальний настрій аудиторії змінено). And I would now, as you know, Ted, in the last three polls I’m beating you, so you shouldn’t misrepresent how well you’re doing with the polls (лунають схвальні відгуки публіки)” [35].

Дозвольте мені децю сказати, і ви самі тільки що бачили ці показники. World Street Journal від NBC тільки що вийшов із опитуванням, заголовок якого «Трампа далеко попереду – Круз продовжує падіння» (Далі йде жарт для зміни настрою). Публіці не подобається Wall Street Journal та NBC, але мені чесно кажучи подобаються результати опитування. Тед, я обходжу тебе за останніми трьома опитуваннями, так що тобі не слід дезінформувати виборців.

В процесі перекладу була використана конкретизація (numbers – показники) та контекстуальна заміна (misrepresent – дезінформувати).

Трампа також володіє навиком захисту себе в тих ситуаціях, коли проти нього виступають із сильними аргументами. Він просто зображує на своєму обличчі вигляд повної відрази та зневіри в сказане опонентом. Інший епізод яскравого невербального захисту представляє наступний фрагмент дебатів Республіканської партії між Трампом та Джебом Бушем.

Кандидатів запитали, яким би було їх кодове ім’я у випадку обрання на пост голови країни. Буш, якому Трамп увесь час протягом дебатів дорікав в недостатній активності, підколює опонента: «Я би був надто активним, Дональд». Звісно, це викликає шквал сміху в залі. Трамп спокійно посміхається, хлопає Джеба по плечу, і навіть простягає Бушу долонь для того, щоби той дав йому п’ять. Джеб дає тому п’ять з ентузіазмом п’ятикласника, що

ненароком зробив вдалий жарт в компанії таких поважних для нього випускників. Дональд же просто називає себе «скромним», публіка знову сміється, Джеб хвалить жарт. Трамп виглядає в цьому обміні нібито звичайними репліками більш впевненою в собі та, що важно, більш сильною людиною.

Атмосфера страху, за якою країні потрібен впевнений в собі та ефективний лідер, з яким не буде потрібно хвилюватись за завтрашній день та який може перевести в жарт незручну для нього ситуацію – сутність образу, що приніс Дональду Трампу перемогу на президентських виборах.

Отже, ексцентричну поведінку Дональда Трампа на посту президента та його постійну жагу до розв'язання все нових конфліктів не слід сприймати всерйоз, оскільки для нього президентський термін – це все ще його реаліті-шоу із новими декораціями. Лексика промов Трампа є надзвичайно простою, що дозволяє його повідомленню не тільки краще запам'ятовуватися, а й бути зрозумілим для усіх пластів населення. Виповідаючи на запитання, Трамп формує ритмічну структуру речень таким чином, щоб більшість із них завершувалась сильним «панчлайном», сукупність яких формує тему й атмосферу відповіді. Як справжній продавець, Дональд може використовувати безліч повторів одного слова задля засвоєння бажаного у нашому сумлінні.

Захищаючись від критики, Трамп використовує три техніки: руйнування образу ЗМІ (незадовільна інформація отримує ярлик «неправдивої»), відповідає критикою на критику (змінює фокус аудиторії на помилки інших) або використовує тролінг (навмисно робить неправдиві резонансні заяви задля відволікання уваги).

Задля переконання у власній правоті Трамп створює атмосферу страху, потім демонструє свою силу та домінацію над опонентами, обіцяє повернення до часів минулої могутності, та насамкінець завжди презентує себе як переможця, роблячи відсилки до соціального доказу.

Переклад промов й інтерв'ю Дональда Трампа потребує надзвичайної уваги до деталей (можуть зустрічатися алюзії, відсилки до певних подій, важливе значення мають «панчлайни» в кінці речень), чіткої та точної передачі лексики, яка не повинна бути занадто складною чи красномовною, знання контексту та відповідної високої концентрації. Дуже часто основний задум промови чи відповіді на питання може бути зложений поміж рядків, а більша частина тексту представляє собою непов'язану між собою «воду» із особистих історій та слів для заповнення місця і часу.

Висновки до розділу 2

Сорок четвертого президента США Барака Обаму не дарма вважають одним із найкращих ораторів не тільки сучасної, а й цілої історії американської й світової політики. Саме хист до виступів перед великою кількістю людей та вміння викликати в них емоційний відгук є одними із головних причин шаленою народної любові до Барака Обама.

Промови Обама є настільки ефективними із огляду свого впливу на аудиторію завдяки наступним факторам: промови Барака чітко структуровані, вони мають свою історію та сюжет, Обама орієнтований та оперує здебільшого конкретними фактами, що видає в ньому конструктивний ораторський тип. Крім того, Обама полюбляє використання антитези: він інтегрує повтори в структурі свого публічного виступу задля демонстрації контрасту між певними точками зору.

Задля переконання думки народу у правильності своїх дій та наставлень Обама представляє актуальну проблему, демонструє, що поточних дій не достатньо для її вирішення та асоціює біль із поточним станом речей. Потім Обама звертає увагу на потенційні контраргументи своїх опонентів, перш чим вони зроблять це за нього. Наступним кроком у переконанні народу для Обама стає послідовність. Він демонструє, що запропоновані ним зміни не є чимось кардинально новим для людей, а навпаки – є цілком логічним кроком на шляху до кращого більш безпечного майбутнього.

Обама також просить ЗМІ та американський народ про самостійну перевірку фактичності його доводів, що призводить до більшої довіри виборців, адже ми схильні більш вірити самостійно знайденій чи здобутій інформації. І насамкінець Обама скромно просить про допомогу, не нав'язуючи свою думку, а дозволяючи бажанню змін самостійно сформуватися в головах реципієнтів.

Переклад промов Барака Обама потребує від перекладача надзвичайно високої уваги до деталей через те, що в тексті можуть зустрічатися ідіоми, алюзії, відсилки до якихось подій чи осіб. Передача тексту оригіналу повинна бути максимально близькою до тексту оригіналу, бо іноді навіть вилучення начебто зайвих синонімів може призвести зробити меседж політика менш звучним і потужним з огляду ефективності впливу на глядацьку та слухацьку аудиторію.

Сорок п'ятий президент США Дональд Трамп навіть після обрання на посаду голови країни продовжує шукати та ініціювати конфлікти на кожному кроці. Колишня зірка реального телебачення все ще вважає цю нову посаду справжнім реаліті-шоу із своєю персоною у головній ролі, тому він продовжує робити те, що йому вдається чи не найкраще за всіх – рейтинги та резонанс в суспільстві за будь-яку ціну.

Трамп є тонким майстром у впливі на аудиторію та маніпулюванні відчуттями аудиторії. Мова його промов є надзвичайно простою. Це дозволяє повідомленню Дональда досягати усіх верств населення та неначе наближує його ментально до виборців. Саме прості та більш примітивні слова сильніше впливають на наше сумління.

Відповідаючи на незручне для себе питання, Трамп використовує здебільшого прості речення. Дональд часто звертається напряду до аудиторії, використовуючи наказовий спосіб другої особи або структурує свою мову таким чином, що складається враження ніби аудиторія вже погодилася із його точкою зору. Крім того, теперішній президент США вміло виставляє негативну реакцію на свої слова як надмірну та поспішну реакцію з боку народу.

Найбільш значної технікою у відповідях Трампа є виділені жирним ключові слова його повідомлення аудиторії (так звані «панчлайни»): **harm, dead, injured, problem, root cause, thank you, bedlam, point, problem, service,**

problem. Іноді задля використання в кінці речення гучного панчлайну, Трамп перероблює структуру речення на більш нескладну.

«Панчлайни» являють собою тему та атмосферу відповіді Трампа: складна проблема, яка потребує негайного вирішення. Саме ці слова і запам'ятає аудиторія, з огляду на те, що більшість його відповіді – незв'язаний між собою текст або просто «вода».

Трамп використовує багато повторів, щоб донести своє повідомлення до аудиторії. І як не дивно в нього завжди є друзі, серед групи тих людей, що незгодні із Трампом, які неодмінно постійно йому дякують.

Задля захисту від критики Дональд Трамп постійно намагається зруйнувати образ та довіру до ЗМІ, роздаючи ярлики «неправдивих новин» та «некомпетентних» організацій усякий раз, коли їхня інформація протирічить його картині світу. Ще одним прийомом захисту від Трампа є критика у відповідь на критику: тема обговорення дуже швидко змінюється на недоліки та невдачі інших, і, оскільки, ніхто не є бездоганим, то будь-яка критика не має сенсу. Останнім прийомом запобігання критиці є «тролінг» – гучна резонансна заява, що призначена для відволікання уваги. Не має значення чи має «троль» сказане на увазі насправді, важлива тільки можлива негативна реакція та увага з боку реципієнта до автору заяви.

Задля переконання у власній правоті Трамп створює навколо атмосферу страху, при якій ми не здатні чітко мислити і цілком сконцентровані на порятунку. Потім Трамп демонструє свою силу й домінацію над опонентами, що не можуть дати йому відсіч. Він готовий йти напролом до своєї мети, і якщо опонент не вміє швидко орієнтуватись в ситуації та імпровізувати, то Трамп легко здобуває вербальну та невербальну перемогу.

Наступним кроком стає Трампова обіцянка повернення до минулої величі й відсутність потреби турбуватися про завтрашній день за часів його правління. Трамп використовує просту лексику та повтори задля кращого засвоєння

повідомлення. На останок Трамп постійно презентує себе як переможця завдяки розповідям про те, як йому всі постійно дякують та хвалять.

Переклад промов й інтерв'ю Дональда Трампа потребує надзвичайної уваги до деталей (алюзії, «панчлайни»), чіткої та точної передачі лексики, яка не повинна бути занадто складною чи красномовною, знання контексту та відповідної високої концентрації. Дуже часто основний задум промови чи відповіді на питання може бути зложений поміж рядків, а більша частина тексту представляє собою непов'язану між собою «воду» із особистих історій та слів для заповнення місця і часу.

ВИСНОВКИ

Специфіка промов та інтерв'ю Дональда Трампа і Барака Обама та переклад публічних виступів обох цих діячів має як свої спільні, так і зовсім різні сторони.

Обидва президенти активно використовують повтори у своїх промовах й інтерв'ю задля кращого засвоєння свого повідомлення виборцями та цільовою аудиторією загалом. Якщо Трамп постійно повідомляє народу про свою виключність, вірність власних вчинків та виводів, виняткову успішність та непохитність поглядів, то Обама в свою чергу користується повторами у вигляді антитези задля демонстрації контрасту між протилежними точками зору.

Обама чітко структурує свої промови і звертає увагу на потенційні контраргументи раніше за своїх опонентів, тоді як його наступник в Білому Домі спирається на прості, нібито безглузді на слух речення, останні слова яких відображають тему й атмосферу його повідомлення. На критику Трамп реагує своїми критичними стрілами в бік опонентів, глузуванням над образом американських ЗМІ або ж робить резонансні заяви задля відволікання уваги.

У процесі переконання Обама просить народ про допомогу у внесенні змін та демонструє, що ці переміни є властивими його електорату, тоді як Трамп створює атмосферу страху, в якій лиш він один здатний не тільки захистити і врятувати американський народ в підступного зовнішнього ворога, а й повернути країну до часів минулої величі.

Переклад промов Обама і Трампа має бути максимально близьким до тексту оригіналу, адже навіть несуттєві зміни можуть зменшити потужність впливу повідомлення мовця на аудиторію. Трамп, на відміну від Обама, має тенденцію заключати смисл повідомлення між рядків, що вимагає особливої уваги до деталей, знання контексту та високої концентрації від перекладача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антрушина Г.Б. Лексикология английского языка: учебник для студентов / Г.Б. Антрушина, О.В. Афанасьева, Н.Н. Морозова. – М. : Дрофа, 2001. – 288 с.
2. Апресян Ю.Д. Лексическая семантика. Синонимические средства языка / Ю.Д. Апресян. – М. : Наука, 1974. – 480 с.
3. Аристотель Риторика. Поэтика / Перевод О. Цыбленко / Аристотель. – М. : Лабиринт, 2000. – 224 с.
4. Бабенко И.Ф. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика: учебник, практикум. / И.Ф. Бабенко. – М. : Наука, 2003. – 496 с.
5. Баранов А.Н., Казакевич Е.Г. Парламентские дебаты: традиции и новации / А.Н. Баранов, Казакевич Е.Г. – М. : Знание, 1991. – 175 с.
6. Бархударов Л.С. Язык и перевод / Л.С. Бархударов. – М. : Международные отношения, 1975. – 272 с.
7. Влахов С.М. Непереводимое в переводе / С.М. Влахов, С.Т. Флорин. – М. : Международные отношения, 2002. – 343 с.
8. Виноградов В.С. Введение в переводоведение / В.С. Виноградов. – М. : Издательство института общественного образования РАО, 2001. – 224 с.
9. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М. : Наука, 1983. – 139 с.
10. Горбань Т. Обама йде. П'ять виступів 44-го президента США, що надихають [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tsn.ua/special-projects/obama/>
11. Даренская Н.А. Риторика. Методическое пособие / Н.А. Даренская. – Алтайский Российский аграрный университет, 2016. – 388 с.

12. Зорівчак Р.П. Семантична структура словесного образу: до методології перекладознавчого аналізу. / Р.П. Зорівчак // Іноземна філологія. Укр. наук. збірник, 1999. – Вип.11 – С. 218-224.
13. Жлуктенко Ю.О. Проблеми адекватності перекладу / Ю.О. Жлуктенко, О.В. Двухжилов // Теорія і практика перекладу – 1981. – №6 – С. 85-91.
14. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури / В.І. Карабан. – Вінниця : Нова Книга, 2002. – 564 с.
15. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
16. Коваленко В. Переможна промова Барака Обама після виборів у США 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://viktorkovalenko.wordpress.com/2012/11/08/obama/>
17. Комиссаров В.Н. Слово о переводе / В.Н. Комиссаров. – М. : Международные отношения, 1973. – 215 с.
18. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу / І.В. Корунець. – К. : Наука, 1986. – 448 с.
19. Кохтев Н.Н. Ораторская речь: стиль и композиция / Н.Н. Кохтев. – М. : Наука, 1992. – 301 с.
20. Кочерган М.П. Загальне мовознавство: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти. / М.П. Кочерган. – К. : Академія, 2000. – 288 с.
21. Михальская А.К. Основы риторики. Мысль и слово / А.К. Михальская. – М. : Просвещение, 1996. – 165 с.
22. Пешковский А.М. Сборник статей: Методика русского языка, лингвистика, стилистика, поэтика / А.М. Пешковский. – М. : Госиздат, 1925. – 142 с.
23. Равенский Ю.И. Развивайте дар слова / Ю.И. Равенский. – М. : Просвещение, 1985. – 437 с.

24. Рецкер А.И. Теория перевода и переводческая практика / А.И. Рецкер. – М. : Международные отношения, 1974. – 244 с.
25. Рождественский Ю.В. Теория риторики / Ю.В. Рождественский. – М. : Добросвет, 1997. – 597 с.
26. Розенталь Д.И. Русский язык на отлично. Стиль и культура речи / Д.И. Розенталь. – М. : Оникс, 2009. – 272 с.
27. Сагач Г.М. Риторика / Г.М. Сагач. – К. : Ін Юре, 2000. – 567 с.
28. Тертычный А.М. Аналитическая журналистика / А.М. Тертычный. – М. : Парад, 2014. – 177 с.
29. Федоров А.В. Основы общей теории перевода / А.В. Федоров. – М. : Филология, 2002. – 348 с.
30. Хазагеров Г.Г. Политическая риторика / Г.Г. Хазагеров. – М. : Николо-Медиа, 2002. – 313 с.
31. Хашовий В. Барак Обама біля мікрофона [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studway.com.ua/barak-obama/>
32. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – М. : Просвещение, 2004. – 235 с.
33. Barack Obama Inspirational Speech [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=CzII3W2MLYY>
34. Bill Clinton inaugural address: Jan. 20, 1997 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=Tu33kA83Rfo>
35. Donald Trump and Ted Cruz Clash at the Fox Business GOP Debate [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=v9L-prXogME>
36. Donald Trump says Muslims support his plan [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=Sqhg2FNzKHM>

37. Donald Trump vs. Jeb Bush: Presidential Debate Highlights [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=Pr1D-HjSZ7Y>
38. Five Steps To Influence Like Barack Obama [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=H3aWbte8DxU>
39. George W. Bush 2005 inaugural address: Jan. 20, 2005 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=NgLI6VcfRO4>
40. How (and why) Donald Trump tweets [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=geEVwsIL-YY>
41. Kuper S. ‘The Trump Show’ – reality TV at its most compelling [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ft.com/content/a41f0638-7c89-11e7-ab01-a13271d1ee9c>
42. Lyndon B. Johnson Inaugural Address: January 20, 1965 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=s0xD4e8Fqxo>
43. Mahler J. CNN Had a Problem. Donald Trump Solved It [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2017/04/04/magazine/cnn-had-a-problem-donald-trump-solved-it.html?smid=tw-nytimes&smtyp=cur>
44. Obama B. The audacity of hope: Thoughts on reclaiming the American Dream / B. Obama. – New York: Crown Publishers, 2006. – 362 с.
45. Obama B. This is what a feminist looks like [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.glamour.com/story/glamour-exclusive-president-barack-obama-says-this-is-what-a-feminist-looks-like>
46. President Clinton 1993 Inaugural Address [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=2SWjIPwm954>
47. President George H.W. Bush 1989 Inaugural Address [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=4S2ptmXsxzs>

48. President George W. Bush 2001 Inaugural Address [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=rXzgMdj5urs>
49. President Jimmy Carter Inaugural Address [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=0PBAL5LmnsU>
50. President John F. Kennedy's Inaugural Address [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=PEC1C4p0k3E>
51. President Obama Remembers 'Biggest Disappointment' As President [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=vHbLRf3C9KI>
52. President Raegan 1981 Inaugural Address [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=hpPt7xGx4Xo>
53. Richard Nixon Inaugural Address: January 20, 1969 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=ipyhSEvfaUs>
54. Second Inaugural Address: President Raegan's Inaugural Address – 1/21/85 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=_lzPbJ_ek5c
55. Statement by the President Obama on the Shootings at Umpqua Community College, Roseburg, Oregon [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2015/10/01/statement-president-shootings-umpqua-community-college-roseburg-oregon>
56. The Speech that Made Obama President [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=OFPwDe22CoY>
57. Transcript: Illinois Senate Candidate Barack Obama [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A19751-2004Jul27.html>
58. Trump or Clinton: Who REALLY Won The Debate? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=8wErWmULKBE>

59. Zimmer J. The Potent Simplicity of Donald Trump [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mannerofspeaking.org/2016/03/04/the-potent-simplicity-of-donald-trump/>

