

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій

Форма навчання денна

Кафедра української, іноземних мов та перекладу

Допускається до захисту  
Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ проф. Бобух Н. М.  
(підпис)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему: **«Метафора у сфері сучасної англійської політичної комунікації:  
перекладацький аспект  
(на матеріалі передвиборчих промов політиків США)»**

*спеціальності 035 Філологія, освітня програма 035.041 Германські мови та  
літератури (переклад включно), перша – англійська*

Виконавець роботи: Васильєва Анастасія Андріївна

\_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Сухачова Н. С.

\_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

Рецензент: к. філол. н., доц. Костенко В. Г.

\_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

**Полтава – 2020**

Затверджую

Погоджено

Зав. кафедри \_\_\_\_\_  
(підпис)Науковий керівник \_\_\_\_\_  
(підпис)

проф. Бобух Н. М.

к. філол. н., доц. Сухачова Н. С.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## План

кваліфікаційної роботи магістра

*спеціальності 035 Філологія, освітня програма 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська*

Васильєвої Анастасії Андріївни

**на тему «Метафора у сфері сучасної англійської політичної комунікації: перекладацький аспект (на матеріалі передвиборчих промов політиків США)»**

## ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНА  
«МЕТАФОРА» В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

1.1. Метафора – як засіб перенесення та переосмислення навколишньої дійсності

1.2. Місце метафори в сучасній лінгвістиці та механізми метафоризації

1.3. Концептуальні підходи дослідження політичних метафор

1.4. Функціонування та переклад англомовних метафор у суспільно-політичних текстах

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. МЕТАФОРА В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ  
ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

2.1. Політичний дискурс як об'єкт наукового аналізу

2.2. Аргументація в політичному дискурсі

2.3. Політична метафора у сучасній англійській мові

2.4. Відтворення метафоричних одиниць у англомовному політичному дискурсі українською мовою

Висновки до розділу 2

### РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ МЕТАФОР У АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

3.1. Політичний дискурс промов Дональда Трампа та Гіллари Клінтон: порівняльний аспект

3.2. Лінгвістичні засоби у стратегіях самопрезентації політиків Дональда Трампа та Гіллари Клінтон

3.3. Концептуальна метафора у сучасному політичному дискурсі

3.4. Концептуальна метафора в промовах Дональда Трампа

3.5. Концептуальна метафора в промовах Гіллари Клінтон

Висновки до розділу 3

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Студент(ка) \_\_\_\_\_ Васильєва А. А.

(підпис)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНА «МЕТАФОРА» В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ</b> .....	9
1.1. Метафора – як засіб перенесення та переосмислення навколишньої дійсності.....	10
1.2. Місце метафори в сучасній лінгвістиці та механізми метафоризації.....	...14
1.3. Концептуальні підходи дослідження політичних метафор.....	22
1.4. Функціонування та переклад англомовних метафор у суспільно-політичних текстах.....	32
Висновки до розділу 1.....	39
<b>РОЗДІЛ 2. МЕТАФОРА В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ</b> .....	40
2.1. Політичний дискурс як об'єкт наукового аналізу.....	42
2.2. Аргументація в політичному дискурсі.....	47
2.3. Політична метафора у сучасній англійській мові.....	53
2.4. Відтворення метафоричних одиниць у англомовному політичному дискурсі українською мовою.....	58

Висновки	до	розділу
2.....		61
<b>РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ</b>		
<b>МЕТАФОР У АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ</b>		
<b>ДИСКУРСІ.....</b>		
		62
3.1. Політичний дискурс промов Дональда Трампа та Гіллари Клінтон:		
порівняльний		
аспект.....		
		63
3.2. Лінгвістичні засоби у стратегіях самопрезентації політиків		
Дональда		
Трампа		
та		
Гіллари		
Клінтон		
.....		
		69
3.3. Концептуальна метафора у сучасному політичному		
дискурсі.....		
		76
3.4. Концептуальна метафора в промовах Дональда		
Трампа.....		
		80
3.5. Концептуальна метафора в промовах Гіллари		
Клінтон.....		
		85
Висновки	до	розділу
3.....		91
<b>ЗАГАЛЬНІ</b>		
<b>ВИСНОВКИ.....</b>		
		92
<b>СПИСОК</b>		
<b>ВИКОРИСТАНИХ</b>		
<b>ДЖЕРЕЛ.....</b>		
		96

## ВСТУП

Осмислення ролі метафори в мовній діяльності бере початок ще в епоху античності: метафора визначається як риторичний троп, як засіб прикраси промови, як спосіб номінації. Сьогодні ж, дослідження метафори виходить далеко за межі риторики. Велика кількість літературознавчих, лінгвістичних, психологічних концепцій не дає цілісного уявлення про природу її виникнення, механізми функціонування та сферу використання.

Метафора завжди приваблювала дослідників своєю неоднозначністю: її визначали як мовний і ментальний феномен, як відхилення від норми, як стилістичний прийом, що прикрашає мову, і як найважливіший розумовий механізм. Однак в світлі когнітивних досліджень останніх десятиліть з'явилася можливість інтеграції різних підходів з метою опису цього явища в усій його повноті. Дослідники звертаються до різних аспектів використання метафори та мають на меті різні цілі та задачі, такі як, наприклад, класифікація та опис основних видів та моделей метафори, виділення характерних для політичної комунікації функцій метафори, виявлення закономірностей розкриття метафоричних образів в політичних текстах тощо.

У сучасній лінгвістиці, метафора дуже поширене явище. Її вивченням займалися багато вітчизняних і зарубіжних вчених (Н. Д. Артюнова, О. М. Баранов, Й. Бартошек, В. Вовк, Х. Дацишин, М. Джонсон, Ю. М. Караулов, Дж. Лакофф, М. В. Нікітін, З. Ю. Петрова, Г. Н. Склярєвська, Р. Холм, А. П. Чудінов та ін.). Слід зазначити, що для створення політичної метафори потрібно бути в курсі сучасних соціологічних досліджень, політичної та економічної ситуації, мати уявлення про субкультуру своїх майбутніх слухачів та читачів, їх рівень життя. В іншому випадку, ефективності від неї не буде. Роль метафори в політичному дискурсі сфокусована на параметрі оцінності (оціненості), образність метафоричного вислову підпорядкована завданню передати емоційно-оцінне ставлення суб'єкта мовлення до інтерпретованої політичної реалії. Метафора – досить

популярне явище в сучасних засобах масової інформації. Вона надає висловам виразність, емоційність, які певним чином впливають на реципієнта.

Політична метафора несе в собі мовленнєвий вплив з метою формування у реципієнта (найчастіше у суспільства) або позитивної, або негативної думки про ту чи іншу політичну одиницю (політику, партію, програму, захід). На сьогоднішній день, риторика політиків США викликає неабияку увагу, тому недостатнє висвітлення цього питання зумовило необхідність та нагальність дослідження.

**Метою** дослідження є аналіз функціонування метафоричних виразів у промовах політиків США та способів перекладу метафор з англійської мови на українську. Досягнення цієї мети вимагає вирішення конкретних **завдань**:

- розглянути поняття «метафора» та «метафоричний процес»;
- дослідити основні напрямки вивчення метафори в політичному аспекті та механізм утворення метафори в політичному дискурсі;
- розкрити способи перекладу метафоричних виразів;
- проаналізувати особливості перекладу концептуальної метафори на матеріалі промов політиків США (Гіллари Клінтон та Дональда Трампа).

**Об'єктом** дослідження є метафора у сфері політики та політичного дискурсу, **предметом** дослідження є особливості перекладу концептуальної метафори на матеріалах промов політиків США.

**Наукова новизна** роботи зумовлена детальним вивченням метафор у промовах політиків США Гіллари Клінтон та Дональда Трампа за допомогою різноманітних інформаційних джерел.

**Теоретичне значення дослідження** визначається внеском у подальшу розробку питань англомовного політичного дискурсу; у визначенні особливостей перекладу метафор, а також у можливості застосування отриманих даних для аналізу інших політичних текстів або промов.

**Практичне значення** роботи полягає у тому, що вона може використовуватись викладачами та студентами під час вивчення таких дисциплін як «Стилістика», «Порівняльна граматики» та «Практичний курс

англійської мови», «Практика письмового та усного перекладу». Також застосування політичної метафори слугує для розширення та поглиблення знань в політичному аспекті, що є необхідним для сучасного світу (особливо молоді) та кращого володіння різними структурами метафор у світі політики.

**Апробація.** Результати, отримані у ході дослідження були використані під час написання тез для участі в студентській науковій конференції у Збірнику наукових статей магістрів Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

**Структура роботи.** Магістерська робота містить вступ, три розділи, висновки та список використаної літератури. Основний текст дипломної роботи викладено на 94 сторінках. Список використаної літератури містить 75 найменувань.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРМІНА «МЕТАФОРА» В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Поняття метафори викликало різноманітні дискусії протягом всієї історії лінгвістичної науки. Але досліджувалося це поняття також і в інших науках. Можна сміливо стверджувати, що саме метафоричне мислення спричинило розвиток як мови, так і культури в цілому. Тому широке поле розуміння метафори присутнє не лише в лінгвістиці, але й у філософії, психології, літературознавстві. Дослідженням метафори займалися найвидатніші мислителі – Арістотель, Гегель, Е. Кассіерер, Х. Ортегі-і-Гассет, Руссо та багато інших. Так і на сьогоднішній день метафора привертає увагу представників різних наук, які по-різному визначають її сутність.

На думку Н. Д. Артюнової, вивчення метафори «стає все більш інтенсивним та швидко розширюється, захоплюючи різні області знань – філософію, логіку, психологію, психоаналіз, герменевтику, літературознавство, літературну критику, теорію витончених мистецтв, семіотику, риторіку, лінгвістичну філософію, різні школи лінгвістики». Вивченням поняття метафори займалися й займаються багато вітчизняних і зарубіжних лінгвістів. Але до теперішнього часу в лінгвістичному розумінні метафори між вченими існують розбіжності.

Зусиллями сучасних лінгвістів, зокрема О. С. Кубрякова, Б. А. Серебренникова, Є. Т. Черкасової, були визначені лінгвістичні поняття і процеси, що обумовлюють виникнення та функціонування метафори в мові. Метафори можуть різнитися за структурою, за ознаками, за класами порівняння, за типами, але об'єднує їх одне: якомога точніше підкреслити якості, риси, особливості певного предмета чи об'єкта, задля того щоб донести до реципієнта детальну інформацію із підкресленими ознаками і властивостями.

### **1.1. Метафора – як засіб перенесення та переосмислення навколишньої дійсності**

Традиційно метафора розглядалась головним чином в термінах стилістики та риторики як засіб досягнення образності та впливу на аудиторію. Однак з розвитком філософської та лінгвістичної науки вчені дійшли висновку, що метафоризація є природною здатністю людини (що підтверджується багаточисельними дослідженнями Х. Блуменберга, Х. Вайнріха, І. Канта, С. Пеппер, М. Редді І. Річардса, та ін.). Сучасна когнітивна лінгвістика вважає метафору формою мислення, а метафоричну модель засобом пізнання та пояснення дійсності.

Метафора – це продукт безсвідомої (підсвідомої) діяльності людського мозку, що, на думку Ф. Ніцше, продиктовано інстинктом людини, її потребами [37, с. 45]. Неспроможність людської думки сприйняти та зрозуміти деякі ідеї чи явища навколишньої дійсності стала основним мотивом для утворення словесних образів. За твердженням В. Маслової, метафора утворюється не просто для того, щоб, відшукавши ім'я, довести наші думки до інших, – вона потрібна для нас самих: без неї неможливо мислити про деякі особливі, складні для розуму предмети [32, с. 91].

Тому першими елементами людської мови були метафори, мова замінювала ритуали: «перші слова були священними іменами в ролі соціальних імперативів, а ці імена були метафорами» [34, с. 52 – 53].

На думку Дж. Лакоффа та М. Джонсона, метафора пронизує наше повсякденне життя, причому не тільки мову, але й мислення та діяльність. Наша буденна поняттєва система, у рамках якої ми думаємо та діємо, метафорична за своєю суттю. Поняття, які керують мисленням, не обмежуються сферою інтелекту. Вони керують також нашою повсякденною діяльністю, включаючи прості, буденні деталі. Ці поняття впорядковують реальність, яка сприймається людиною, способи її поведінки в світі та її контакти з людьми [28, с. 19 – 35].

Понятійна система відіграє, таким чином, центральну роль у визначенні повсякденної реальності. Відповідно, поняттєва система людини має метафоричний характер і мислення, повсякденний досвід та поведінка значною мірою зумовлені метафорою. Тому можна стверджувати, що концептуальна система людини структурована та визначена за допомогою метафор. Такої самої думки дотримуються вчені Дж. Маккормак та Х. Ортега-і-Гассет, які розглядають метафору як знаряддя думки, пізнавальний процес, який об'єднує мозок, розум та культуру [65, с. 356].

Об'єктом обговорення багатьох лінгвістів неодноразово виступало питання розмежування образної (експресивної) та концептуальної метафор. Основна відмінність цих двох метафор полягає в тому, що завданням першої є створення образу, тоді як друга пов'язана передусім з думкою та дією, а не зі словом. Ідею концептуальності метафори висловив Арістотель, який розумів її широко як перенесення взагалі, поділяючи метафори на категоріальні та за аналогією: «Метафора є перенесенням незвичайного імені з роду на вид, або з виду на рід, або з виду на вид, або за аналогією». Ще у 1936 році І. Річардс наголошував на тому, що фігури мови мають концептуальний статус. У лінгвістиці концептуальні метафори інколи називають концептуальними схемами або метафоричними стратегіями [32, с. 55].

Вони є універсальними та знаходять регулярне відображення в конкретних метафоричних висловлюваннях. Уперше до вжитку термін «концептуальна метафора» ввели Дж. Лакофф та М. Джонс [28, с. 19 – 35].

У їхньому трактуванні це означає процес розуміння одного концепту чи концептуальної сфери в термінах іншого концепту чи концептуальної сфери. Лінгвістичні дослідження останніх років у сфері когнітивної лінгвістики констатують, що всі метафори концептуальні [37, с. 42].

Як стилістична фігура метафора виконує образну і дійову функції мовлення. Метафора розглядається як засіб переосмислення знайомих назв у процесі найменування фрагментів навколишнього світу. Вона спрямована на заповнення лексичних лакун або на характеристикацію та більш глибоке

проникнення до сутності вже відомих об'єктів. Метафора притаманна всім мовам і усім епохам, охоплює різні аспекти мови і виявляється у всіх її функціональних різновидах [14, с. 93].

В основі теорії концептуальної метафори лежить уявлення про метафору як про мовне явище, яке відображає процес пізнання світу. Метафоричні моделі закладені в понятійній системі людини, це своєрідні схеми, за якими людина мислить і діє. Відповідно до вищезгаданої теорії концептуальна метафора тлумачиться як спосіб думати про одну галузь через призму іншої, в основі якої лежить процес взаємодії між структурами знань (фреймами та сценаріями) двох концептуальних доменів – сфери-джерела (*source domain*) та сфери-мішені (*target domain*) [31, с. 43 – 45].

Суть когнітивного потенціалу метафори полягає в тому, що сфера-джерело – це та основа, ознаки та характеристики якої проектуються на іншу сферу (сферу-мішень). Метафорична проекція здійснюється не тільки між окремими елементами двох структур знань, але й між цілими структурами концептуальних доменів. Припущення вчених про те, що під час метафоричної проекції у сфері-мішені частково зберігається структура сфери-джерела, отримало назву гіпотези інваріантності (*Invariance Hypothesis*). Завдяки цій властивості стають можливими такі метафоричні наслідки (*entailments*), які не виражені експліцитно, однак виводяться в результаті фреймового аналізу [57, с. 19].

Це положення збігається з теорією інтеракції, розробленою А. Річардсоном та М. Блеком. Суть цієї теорії полягає в тому, що метафора має позначуване, яке може бути виражене іншими (образними) засобами. Як результат уподібнення, метафора відкриває нові, несподівані характеристики об'єкта, приховані для прямого спостереження. Перевага теорії інтеракції полягає у тому, що вона розглядає метафору в динаміці, а не як механічну суму [28, с. 68 – 69].

Процес метафоризації передбачає порівняння, зіставлення, і, як результат виявлення спільних характеристик у різнорідних сутностях, що в

свою чергу дає нам можливість по-новому побачити вже знайомі нам об'єкти. Ще Ш. Баллі писав: «Метафора – це не що інше, як порівняння, у якому розум під впливом тенденції зближення абстрактного поняття та конкретного предмета поєднує їх в одному слові» [37, с. 22].

Завдяки метафорі ми маємо можливість виокремити важкодоступні для відтворення абстрактні поняття та надати їм самостійності, побачити одні речі замість інших. Такі властивості надають метафорі статусу мовного феномену, який здатний не тільки відтворювати, але й створювати реальність, виступати її словесною формулою [40, с. 62].

Поштовхом до утворення метафори слугує потреба людини більш точно реалізувати у своїй свідомості «абстрактний» концепт, як вже існуючий, так і ще відсутній. Більше того, метафора – є «основним способом створення нових концептів у мовній картині світу», оскільки сам процес метафоризації передбачає здійснення низки перетворень концептуальних структур, сформованих у результаті досвіду взаємодії людини з навколишнім середовищем [28, с. 92].

За своєю природою метафора антропометрична, оскільки є продуктом асоціативної діяльності людського мозку. В основі процесу метафоризації знаходиться процес утворення зв'язків між сферами матеріального та абстрактного, поєднання предметів об'єктивної та суб'єктивної дійсності, формальних та функціональних подібностей об'єктів пізнання. У концептуальному аспекті асоціювання виконує функцію пов'язування реальних, відносно істинних властивостей, характеристик об'єкта, що інтериоризовані у свідомості, з властивостями інших об'єктів [37, с. 65].

Будь-яке ім'я асоціюється з певними предметами або явищами. Виявити несумісні образи, які відповідають іменам у свідомості носіїв мови можна в результаті аналізу сполучуваності абстрактних слів. Механізм утворення асоціативних зв'язків ґрунтується на суб'єктивному досвіді індивіду, який у свою чергу зумовлений досвідом культури відповідної мовної спільноти.

Наголошуючи на унікальності категорії метафоризації, Н. Крюкова називає метафору «метазасобом розуміння» [26, с. 6].

Науковець вказує і на етнокультурну специфіку метафоричності, що є показником особливостей менталітету різних лінгвокультурних груп. Тоді як комплекс концептуальних метафор, на думку вченої, є базовою формою існування ментального лексикону. Таке розуміння збігається зі схематичною організацією метафори, запропонованою Дж. Лакоффом та М. Джонсом, де найбільш глибинним рівнем є пізнання. Тому можна говорити про те, що когнітивна метафора – це об'єкт мислення і лише потім найменування, аналіз яких дає нам можливість виявити характер світосприйняття певної лінгвокультурної спільноти.

Концептуальні метафори є «невід'ємною частиною культурної парадигми носіїв мови», вона є призмою, крізь яку людина бачить світ. Метафора здатна відображати традиції, відповідно до яких здійснюється вибір засобів осмислення абстрактних категорій, існування яких обумовлено кліматичними, територіальними, соціальними та іншими екстралінгвальними факторами, які є об'єктивними для певного мовного колективу. За В. Масловою, все те, що внесено культурою, традицією, народним та особистим досвідом, знаходиться на периферії поля концепту [32, с. 55].

Метафора виконує когнітивну, номінативну, художню та сенсоутворюючу функції і є одним із основних засобів пізнання об'єктів дійсності. Метафорична експлікація будь-якого позамовного явища є результатом проходження об'єкта/явища крізь призму мислення, у процесі якого через мову матеріалізується не сам об'єкт/явище, а його опосередковане та узагальнене відображення.

## **1.2. Місце метафори в сучасній лінгвістиці та механізм метафоризації**

Метафоричні номінації є одним з найбільш продуктивних способів сенсоутворення на всіх значущих рівнях мовної структури - на лексичному, синтаксичному, морфемному. Але особливе значення цей спосіб створення нових значень на базі вже існуючих набуває в поповненні словникового складу мови. Метафора (від грец. «перенесення»), троп, що позначає певний клас об'єктів (предметів, осіб, явищ, дій чи ознак), для позначення іншого, схожого з даними, класу об'єктів або одиничного об'єкта. У більш широкому значенні термін «метафора» відносять також до інших видів переносного значення слова. Отже, можемо сформулювати наступне визначення феномену «метафори»:

Метафора – один з різновидів лексико-семантичного способу словотворення, тобто перенесення назви з одного предмета на інший на основі подібності:

- зовнішніх ознак;
- структури;
- функцій.

Вона включає в себе 3 елементи порівняння, що, в свою чергу, допомагають більш якісно оцінити, визначити та надати значення метафорі як порівняльно-утворюючому процесу. Виділимо наступні елементи порівняння:

- що порівнюється («предмет»);
- з чим порівнюється («образ»);
- на підставі чого порівнюється («ознака»).

Наприклад: *шоколадна цукерка – шоколадна засмага: перенесення за кольором; завиває пес – завиває вітер: характер звучання.*

Окрім елементів порівняння, метафора має чимало функцій, що допомагають застосовувати її у різноманітних текстах та різних сферах діяльності. Завдяки її багатогранності читач чи автор може більше проникнути у глибину змісту тексту та більш якісно оцінити його значущість як важливої комунікативної одиниці передачі та поширення інформації. Таким чином, функції метафори поділяються на:

- оціночну (метафори використовуються для того, щоб викликати у людини певні, досить конкретні асоціації про об'єкт (явище)), наприклад: «людина-вовк», «гострий зір», «холодне серце», «*petty grievances*», «*worn out dogmas*». Так, метафора «*worn out dogmas*» викликає уявлення застарілих, неактуальних на сьогодні принципів.
- емотивно-оцінну (метафори застосовуються для отримання експресивного ефекту, як засіб емоційного впливу), наприклад: «він дивився на неї немов баран на нові ворота», «*far-reaching network of violence and hatred*».
- номінативну (включення (за допомогою метафори) нового об'єкта в культурно-мовний контекст, шляхом створення йому імені по прямій аналогії; тобто дається ім'я новому об'єкту (явищу) шляхом порівняння його з вже наявними в дійсності), наприклад: «*feed our commerce and bind us together*», «*in the light of day*».

Отже, стосовно процесу метафоризації, розглянемо його більш деталізовано. Йому присвячено чимало праць лінгвістів, літературознавців, філософів, психологів, та проблема метафоризації залишається надзвичайно складною, адже йдеться про процеси мислення, в яких породжується знання про світ. Метафоризація – це не лише вживання одного слова замість іншого, цей процес утворює новий зміст, який з'являється внаслідок дії складних когнітивних механізмів. Однією з найважливіших залишається проблема походження метафоричного значення. Найпершою спробою окреслити межі поняття «метафоризація» в науці пов'язують з ім'ям Арістотеля. «В субституційній парадигмі метафора постає як заміна слова (лексеми, концепту) іншими словами (лексемою, концептом, поняттям)» [21, с. 18].

З арістотелівською концепцією заміни ще з античних часів конкурувала теорія порівняння, яку розробили Квінтіліан та Цицерон. На відміну від Арістотеля, який заявляв, що «порівняння – це розгорнута метафора», теорія

порівняння розглядає метафору як скорочене порівняння, акцентуючи увагу на відношенні подібності, що лежить в основі метафори, а не дії заміни (субституції) як такої [21, с. 18].

Нове бачення механізмів метафороутворення у другій половині 70-х років ХХ століття подано прихильниками інеракційної теорії метафори М. Блеком, К. Бюлером, А. Річардсом. Процес метафоризації М. Блек уявляє так: «Метафоричне судження має два суб'єкти – головний і допоміжний. До головного суб'єкта додається система «асоціативних імплікацій», пов'язаних із допоміжним суб'єктом. Метафора в імплікаційному вигляді вміщує такі судження про головний суб'єкт, які зазвичай додаються до допоміжного суб'єкта, завдяки чому метафора організовує одні характеристики головного суб'єкта і відкидає інші».

Отже, метафора виконує роль своєрідного фільтра. М. Блек вважає, що розуміння метафори досягається за допомогою збудження у індивіда асоціацій, які складаються із значень загальних для представників однієї культури. Як приклад він аналізує вислів «людина-вовк» і стверджує, що у індивіда виникає комплекс думок про цей вислів, які можуть бути схожими з думками іншого індивіда тієї ж культури [17, с. 85].

Згідно з Н. Д. Артюною, найважливішим компонентом механізму метафоризації є процедура порівняння. Вона зводиться до пошуків спільних ознак, «метафора може бути виведена з порівняння і заснованого на паралелізмі різнопорядкових явищ» [3, с. 28].

О. Тищенко процес метафоризації окреслює так:

- людина бачить і безпосередньо відчуває предмет (чи явище) дійсності, що вже означений словом, аналізує його, порівнює з іншим і дає йому нове означення;
- людина не бачить безпосередньо предмет, але в її свідомості виникає образ цього предмета, що звичайно означений певним словом, і дає йому нове значення [49, с. 39].

З огляду на таке розуміння процесу виникнення метафори її визначають як «слово з таким похідним образним лексичним значенням, у якому виражається особлива суб'єктивна оцінка предмета (явища) дійсності і яке співвідноситься з твірним лексичним значенням» [27, с. 13].

В. Г. Гак вважає, що в основі метафоризації лежить розмитість понять, якими оперує людина, відображаючи в своєму пізнанні змінну багатообразну пізнавальну діяльність. Різномірні об'єкти об'єднуються за новими ознаками, що включаються на основі цих ознак в клас, що дозволяє використовувати назву одного з них для позначення іншого [48, с. 12].

В. Н. Телій стверджує, що модель метафоричного процесу складається з сутностей і інтеракцій між ними. В якості сутностей, які складають «острів» метафори виступають: задум, мета, основа, тобто формуюча думка про світ (предмет, явище, властивість, подія, факт). Кожну із цих сутностей супроводжує асоціативний комплекс – енциклопедичне, національно-культурне знання і власне індивідуальне уявлення. Звичайно, всі ці сутності і процеси діють не по черзі, а синхронно. Пріоритет в часовому плані В. Н. Телій віддає задуму і меті [48, с. 37].

А. П. Огурцов бачить у метафоризації просте перенесення значення, яке сприяє поширенню «первинного значення слова» на об'єкти, які раніше не спостерігалися під цим кутом зору [16, с. 120].

Процес метафоризації виражається в формі переносу деякої ознаки одного предмета на інший в силу наявності у цього іншого предмета подібної ознаки (А. М. Шахнарович, Н. М. Юрьєва). З цієї точки зору, створення метафори можна уявити як «активно-пасивний» акт, а сприйняття метафори та її інтерпретацію – як «пасивно-активний». Необхідною умовою розуміння метафори (її адекватної інтерпретації) є певний рівень мислення суб'єкта, який сприймає метафору. За словами К. К. Жоля, «поява метафори в полі мовної свідомості – це свідчення філогенетичної і онтогенетичної зрілості». Процеси метафоризації протікають в сфері розумово-мовної практики, яка має справу не з реальними речами і явищами, а з їхніми відображеннями у людській

свідомості. Отже, зрозуміти метафору – означає в якійсь мірі подумки прослідити шлях її створення, а це потребує розумових зусиль «в подоланні несумісності значень» і «побудові смислової гармонії» [16, с. 109].

Ціль метафори – викликати уявлення. Світ метафори – це світ образного мислення. Результат метафори – виведення ознак основного суб'єкта. Тому здатність мислити метафорично – риса притаманна *homo sapiens*. Метафоризація не зменшується, а розширюється з розвитком мови. Якщо початкові позначення втрачають свій метафоричний характер, то це не свідчить про загальну деметафоризацію мови, так як в мові постійно створюються нові метафори [48, с. 12].

Метафоричний процес багатий і різноманітний, який включає і мотив вибору того чи іншого вислову в залежності від прагматичного замислу і характеру тексту. Метафоричний процес завжди суб'єктивний [48, с. 34].

У створенні метафори беруть участь чотири компоненти: дві категорії об'єктів і властивості кожної з них. Метафора відбирає ознаки одного класу об'єктів і додає їх до іншого класу чи індивіду – актуальному суб'єкту метафори. Коли людину називають лисицею, їй приписують ознаки хитрості, характерних для цього класу тварин, і вміння замітати за собою сліди. Тим самим одночасно пізнається сутність людини, створюється її образ і породжується новий сенс: слово «лисиця» набуває фігурального значення – «підлесник, хитрий і лукавий ошуканець». Таким чином, всі зазначені вище функції метафори виявляються реалізованими. Характеристика тієї категорії об'єктів, яка позначена метафорою є національно-специфічною. Вона може належати фонду загальних уявлень про світ носіїв мови, міфології чи культурної традиції.

З часів Арістотеля метафора розглядається як скорочене порівняння: тобто це порівняння, з якого виключені предикати подібності (схожий, нагадує тощо) і компаративні союзи (як, начебто, як би, ніби, точно, рівно і ін.). Метафора лаконічна: вона скорочує мову, в той час як порівняння її розширює. Метафора зближує об'єкти, що належать різним класам. Її сутність

визначається як категоріальний зсув. Метафора відкидає приналежність об'єкта до того класу, до якого він входить, і включає його в категорію, до якої він не може бути віднесений із раціональної підстави. Зіставляючи об'єкти, метафора їх протиставляє [3, с. 57].

Асоціюючи дві різні категорії об'єктів, метафора семантично двоїста. У визначенні, відповідно, аналізі метафори, беруть участь чотири компоненти: основний і допоміжний суб'єкти метафори, до яких застосовуються парні терміни (буквальна рамка і метафоричний фокус, тема і «контейнер», референт і корелят), і співвідносні властивості кожного об'єкта або нових об'єктів. Ці компоненти не повністю представлені в структурі метафори, зокрема, залишаються непозначені властивості основного суб'єкта метафори, складові її семантики. Внаслідок цього метафора допускає різні тлумачення [43, с. 173].

Дослідники процесу метафоризації як культурно-експресивної одиниці розрізняють декілька типів метафор:

- *індикативну;*
- *когнітивну;*
- *експресивно - образну;*
- *експресивно - оцінну;*
- *мовну і поетичну.*

Але Дж. Лакофф і М. Джонсон виділили три основні типи метафор:

- *структурні;*
- *орієнтаційні;*
- *онтологічні.*

**1). Структурні метафори** – випадки, коли одне поняття структурно упорядковується в термінах іншого (*democracy would flourish; a needless war of choice; wave of invading forces*).

**2). Орієнтаційні метафори** – тип метафоричного вираження, коли немає структурного упорядкування в термінах іншого, але є організація цілої

системи, понять за зразком якоїсь іншої системи (*they can't fade away into obscurity; this pushes our veterans; military men and women have been thrown around*).

**3). Онтологічні метафори** – способи трактування подій, дій, емоцій, ідей тощо, як предметів і речовин. Онтологічні метафори – обслуговують різноманітні цілі, типи цих цілей відображаються за допомогою різноманітних типів метафор (*Iraq will teach us*).

Також слід виокремити й основні характеристики метафори:

- *двоплановість;*
- *суміщення (оказіонального і узуального значення);*
- *накладення на вже наявне нове значення, а також додаткові специфічні характеристики.*

**Інтерпретація метафор** – це багатокомпонентний семантичний процес, що складається з наступних стадій:

- *встановлення буквального значення висловлювання;*
- *зіставлення значення з конспектом;*
- *пошук небуквального, метафоричного значення між буквальним значенням і контекстом.*

З точки зору когнітивної лінгвістики метафора – це ідеальна модель мовного відображення базового когнітивного процесу – «процесу переходу знань з однієї змістовної області в іншу на основі аналогії або асоціації». Звернення до когнітивних категорій (концепт і сценарій) дозволяє детально описати мотиви для метафоричного перенесення, виявити неоднорідність змісту, значимість нестандартного вживання метафори від екстралінгвістичних знань.

Результати останніх наукових досліджень (Н. Д. Арутюнова, А. К. Баранов, О. Добровольський, Ю. Н. Караулов, Г. Г. Складарська, В. Н. Телія та інші) надають підставу вважати, що метафора бере активну участь у формуванні концептуальної картини світу, відіграє вкрай важливу роль в інтеграції вербальної і образно-чуттєвої систем людини, а також є

ключовим елементом категоризації мови через реалізацію художнього концепту.

Слід зазначити також що до метафори вдаються в різних видах ділового дискурсу: у законах і військових наказах, в статутах, постановах, указах і наказах, всіляких вимогах, правилах поведінки і безпеки, в циркулярах, в інструкціях і медичних рекомендаціях, програмах та планах, експертних висновках, присягах та анкетах – словом, в усьому, що має точно дотримуватися, виконуватися і контролюватися, а отже підлягає точному і однозначному розумінню.

У політичній сфері, де центр уваги часто переноситься на емоційний вплив, можна знайти чималу кількість метафоричних виразів. Таким чином, комунікативною метою метафори є формування у читача чи слухача або позитивної, або негативної думки про ту чи іншу інформацію (політичного характеру, соціального, тощо).

### **1.3. Концептуальні підходи дослідження політичних метафор**

Сучасна політична наука приділяє велику увагу дослідженню засобів комунікації як методів впливу на масову свідомість. Актуальними є дослідження використання політичних метафор як механізмів публічного мовлення в реальних конкретних ситуаціях, що дозволяє зробити ґрунтовні висновки щодо комунікативних стратегій політиків. Варто розглянути прагматичний аспект політичної комунікації та її головних компонентів – політичної мови та метафори. Політична метафора в наші дні привертає увагу багатьох дослідників – не тільки політологів, соціологів, психологів, фахівців зі зв'язків з громадськістю. Серед сучасних напрямків дослідження метафор у політиці слід виокремити такі як: когнітивна лінгвістика, дискурсивний аналіз та неориторична концепція.

*1). Когнітивна лінгвістика* підкреслює зв'язок політичної метафори з мисленням і понятійною системою людини, дискурсивний аналіз розглядає її

як знаряддя політики і влади, риторика акцентує її роль в мовному впливі. Завдяки цим різним перспективам, феномен політичної метафори знаходить багатовимірність, стаючи продуктом мови, мислення, суспільства та культури. Аналіз політичних метафор, які використовує політик у риторичі, дає можливість виявити його приховані установки і цілі. Підтвердженням цього є відоме перефразування приказки дослідником метафор російського політичного дискурсу А. Н. Барановим, «скажи мені, які метафори ти використовуєш, і я скажу тобі, хто ти». Так метафора, спочатку досліджувалась у сфері риторики, пізніше увійшла до лінгвістики, а тільки надалі стала предметом наукового дослідження таких наук, як соціальна і політична психологія, соціологія, теорія комунікації, зв'язки з громадськістю [5, с. 140].

Існують й інші наукові причини поживлення інтересу до політичної метафори. По-перше, публікація відомими теоретиками когнітивної лінгвістики Дж. Лакоффом і М. Джонсоном нового погляду на метафору, який докорінно змінив розуміння природи і сутності цього феномена. Запропонований підхід став активно застосовуватися і до метафор у політиці, сприяючи розширенню відповідних досліджень. По-друге, під впливом згаданих вище екстралінгвістичних факторів посилюється інтерес до мови політики з боку дослідників дискурсу. В дослідженні політичних метафор використовуються виступи політичних діячів, документи суспільно-політичних партій і рухів, публікації в засобах масової інформації, а також мова круглих столів, теле-дебатів, передвиборних виступів кандидатів та агітаційної літератури – в тому числі і з точки зору задіяних в них метафор.

По-третє, в останні десятиліття широко обговорюється весь комплекс питань, пов'язаних з мовним впливом. Зокрема, спостерігається відродження риторики в її античних традиціях та актуалізація початкового зв'язку метафори з політикою через область політичної аргументації.

Значення когнітивної лінгвістики у процесі дослідження політичних метафор: когнітивна лінгвістика не самотійний напрям дослідження з

загальною концепцією, предметом і методом дослідження, скоріше, навпаки. До галузі когнітивної лінгвістики зазвичай відносять дослідження, що спираються на якийсь набір постулатів досить загального характеру і відкрито декларують свою приналежність до відповідної традиції. Ніякі інші обмеження не застосовуються, і кожен дослідник сам визначає предмет, матеріал і метод дослідження, що використовується, теоретичні конструкти і термінологію, що створюють досить складну основу для порівняльного аналізу різних концепцій. Когнітивний напрямок в мовознавстві зародився в США і був представлений переважно американськими вченими. У їх числі слід, насамперед, згадати Джорджа Лакоффа, Рональда Лангакера, Леонарда Талмі, Жіля Фоконье. Саме їх дослідження становлять своєрідне «ядро» когнітивної лінгвістики, її «золотий фонд». До якого, зокрема належить теорія концептуальної метафори Дж. Лакоффа і М. Джонсона [28, с. 215].

Перший етап політичної лінгвістики (20 – 50-ті роки ХХ століття) характеризується труднощами, пов'язаними з трагічними подіями першої світової війни. Специфічним є те, що власне такі трагічні події зумовили необхідність вивчення політичної комунікації та її взаємозв'язку із суспільно-політичними процесами. Основними напрямками дослідження були спроби вивчення механізмів пропагандистського впливу з метою формування нових методів маніпуляції громадською думкою, свідомістю. Найбільш значущі праці цього періоду пов'язані з діяльністю Г. Лассвелла, П. Лазарсфельда та У. Ліппмана. У. Ліппман у період першої світової війни писав пропагандистські листівки для армії союзників у Франції, після війни займався вивченням питань пропаганди й агітації, служив радником у дванадцяти президентів США. У сучасній політичній лінгвістиці використовується поняття, що він запропонував: «процес установки порядку денного» (*agenda-setting process*), тобто висвітлення в політичній комунікації одних питань і замовчування інших. Отже, учений розмежував реальну актуальність тієї чи іншої проблеми та її «важливість» у сприйнятті суспільства [9, с. 127].

Інший видатний учений з політичної лінгвістики П. Лазарсфельд активно займався вивченням пропаганди в Колумбійському університеті. У 1937 р. він керував дослідним проектом щодо впливу інформації радіомовлення на американську аудиторію. Згодом цей проект перетворився у створення «Бюро прикладних соціальних досліджень» – єдиного заснованого на базі університету дослідницького інституту того часу, який займався питаннями політичної та масової комунікації. Внесок П. Лазарсфельда полягає ще в тому, що він разом з іншими дослідниками розробив модель дворівневої комунікації, згідно з якою в будь-якому суспільстві існують сприйнятливі до впливу політичної пропаганди «лідери громадської думки» (*opinion leaders*), які розповсюджують політичну інформацію по каналах міжособистісного спілкування. Цікавим є те, що методика П. Лазарсфельда набула значного поширення й застосовується сьогодні, але у його визначенні мовленнєвого акту відчувається певна обмеженість, оскільки вчений трактує його лише як елемент міжособистісного спілкування [9, с. 223].

Внесок американського вченого Г. Лассвелла полягає в розробці й розвитку методики контент-аналізу та її ефективного застосування для вивчення мови політики. За допомогою контент-аналізу вченому вдалося продемонструвати зв'язок між стилем політичної мови й політичним режимом, у якому ця мова використовується. На думку дослідника, дискурс політиків-демократів дуже близький дискурсу виборців, до яких вони звертаються, тим часом як недемократичні еліти прагнуть до переваги й дистанціювання від рядових членів суспільства, що неминуче знаходить відображення в стилістичних особливостях політичної мови влади. Таким чином, мовні інновації, на думку Г. Лассвелла, передують громадським перетворенням, тому зміни в стилі політичної мови служать індикатором наближення демократизації суспільства або кризи демократії.

Продемонстрований Г. Лассвеллом потенціал методів квантитативної семантики набув значного поширення. Так, у 40-і рр. ХХ ст. Н. Лейтес, С. Якобсон та інші дослідники виявляли різні взаємозалежності між

семантикою мовних одиниць і політичними процесами на основі аналізу радянських гасел, мови Інтернаціоналу, текстів фашистської пропаганди [29, с. 115].

На наступному етапі (60 – 80-ті роки ХХ століття) розвитку лінгвістики зарубіжні фахівці зосередили увагу на вивченні комунікативної практики в сучасних західних демократичних державах. Ці дослідження показали, що і в умовах «свободи» постійно використовується мовна маніпуляція свідомістю, але вона є більш витонченою. Когнітивний підхід розглядає роль символів у категоризації оточуючого середовища. Метафора визначається як основна ментальна операція, як спосіб пізнання, категоризації, оцінки та пояснення явищ оточуючого світу. В основі визначення є уявлення про епістемологічний (метафора як спосіб пізнання світу) та онтологічний (метафора як ментальний феномен) характер. Системний виклад цього методу був здійснений у праці «*Metaphors We Live by*» Дж. Лакоффа та М. Джонсона. Головна ідея підходу полягає в тому, що метафора є не тільки категорією мови, а й складає значну частину свідомості та проявляється в дії. «Наша буденна понятійна система, в межах якої ми діємо та існуємо, в сутності метафорична» [20, с. 123].

Цей підхід виводить метафору зі сфери мовлення, що для дослідження становить велику теоретичну значимість. Відповідно до цієї теорії в основі метафоризації політичного життя є процес взаємодії між структурами знань (фреймами та сценаріями) двох концептуальних доменів: сфери – джерела та сфери – мішені. У результаті спрямування метафоричної проекції в одному руслі зі сфери – джерела у сферу – мішені формуються сталі схеми взаємодії людини з навколишнім середовищем. Сфера – джерела складає сталі фрейми на основі яких реалізується когнітивний механізм, що є основою для прийняття рішень і дій. Це становить основу концептуальної метафори, яка ефективно діє відповідно до концептуальних прототипів суспільства. Висновки, зроблені вченими, встановлюють перспективи для вивчення концептуальної метафори, що охоплює усі сфери досвіду людини і становить когнітивний потенціал. Варто відзначити роботи А. Мусолффа, який

продовжує розвиток когнітивної методики, але доповнює її власним поглядом на політичну метафору як живий організм, який функціонує в політичному дискурсі, має риси спадковості та мінливості, отже, еволюціонує та виживає з іншими метафорами у межах окремої комунікативної моделі.

Оригінальний підхід до концептуальних метафор склався в Люблінській лінгвістичній школі, яка розробила лінгво-когнітивну теорію метафори, що об'єднує антропологічний та когнітивний аспекти політичної комунікації. Основним метафоричними моделями є «простір», «об'єкт» та «персоніфікація». Модель була детально описана польським дослідником Й. Цинкеном на прикладі метафори війни, коли у засобах масової інформації використовують символічну структуру, яка передбачає наявність поля бою (простір), воїнів (персоніфікація) та зброї (об'єкт). За допомогою такої структури може бути проінтерпретована будь-яка політична подія. Американська дослідниця Д. Стоун у праці «Парадокс політики» яскраво показує як політичні оповіді з такими символічними прийомами формують громадську думку з приводу політичної ситуації [46, с. 45].

Риторичний напрямок акцентує увагу на досягненні за допомогою політичної метафори образності мови, що використовується з метою впливу на масову свідомість. Дослідження у рамках цього підходу більше стосувалися кризових ситуацій, зокрема використання маніпулятивного потенціалу публічного мовлення під час війни (мілітарні метафори), виступи політиків під час виборчої кампанії. Такі проблеми розроблялися вченими – Р. Айви, Р. Д. Андерсон, Р. Карпентер, М. Осборн, В. Ріккерт, С. Томпсон та ін.

Варто також зазначити, що поданий підхід робить акцент на універсальності політичної метафори і сталості людської відомості у сприйнятті політичних символів. Сутність концептуальної метафори, за книгою Лакоффа і Джонсона «Метафори, якими ми живемо», визначається як розуміння і переживання сутності одного роду через сутність іншого роду. В авторській термінології, відбувається відображення «сфери – джерела» (понятійних областей війни, грошей, подорожі) на «сферу – мішень»

(відповідно суперечка, час, любов). Згідно висунутої пізніше «гіпотези інваріантності», при якій відображення «когнітивної топології» сфери – джерела частково переноситься на сферу – мішень. Запропоновані авторами поняття концептуальної метафори і методика її аналізу виявилися актуальними: за час, що минув з виходу книги у світ, з'явилась велика кількість робіт, присвячених дослідженню концептуальних метафор в різних культурах і різних сферах людської діяльності. На матеріалі російської мови цим, зокрема, займаються представники Московської семантичної школи, органічно поєднуючи ідеї Лакоффа і Джонсона з традиціями вивчення наївною картини світу [30, с. 15].

Застосування теорії концептуальної метафори до мови політики почалося зі статті Дж. Лакоффа про систему метафор, що використовувалися американською владою в 1991 р. для обґрунтування неминучості військового вторгнення в Ірак. Ця робота стимулювала подальше вивчення метафор у політиці, активно розвивається і в наші дні. Подібні дослідження зосереджені, головним чином, на виявленні концептуальних метафор, використовуваних тими чи іншими політичними силами, та аналізі взаємозв'язків між характером цих метафор, з одного боку, і тим політичним курсом, який проводять або до якого закликають відповідні політики. Теорія концептуальної метафори – не єдина концепція, що реалізує когнітивний підхід до вивчення метафор.

**2). Дискурсивний підхід до вивчення політичних метафор.** Своєю популярністю в якості об'єкта дослідження політична метафора зобов'язана також становленню і розвитку в кінці ХХ ст. нової міждисциплінарної галузі – дискурсивного аналізу. У рамках цього широкого напрямку розробляються дослідження конкретних різновидів дискурсу, наприклад, дискурсу засобів масової інформації, політичного, судового, феміністського, расистського дискурсу, дискурсу конкретних політичних партій і діячів, дискурсу насильства, конфронтації і т.д. Підстави для виділення типу дискурсу можуть бути різні: належність до предметної галузі, ідеологічна спрямованість,

суб'єкт комунікації тощо. Однак істотно те, що будь-яке подібне звуження об'єкта дослідження передбачає особливе використання мови: особливу граматику, лексикон, семантику, стилістику, особливі правила слововживання, синонімічних заміни, істинності, в кінцевому рахунку – особливий світ. Термін дискурс зближується за змістом зі словами «мова і стиль», наприклад, мова більшовизму, стиль Достоєвського, тому в подальшому значенні політичний дискурс і мова політики будуть використовуватися в якості синонімів.

Дискурсивний підхід вивчає метафору у політиці як засіб отримання підтримки з боку населення. Особливо детально розглядаються методики створення нерівності в суспільстві, зокрема гендерної, соціальної тощо. Ця проблематика розроблялась Т. ван Дейком, Н. Ферклау, Р. Водак. Логічним наслідком було те, що нові політичні умови призвели до зміни методів комунікативного впливу, а оскільки політика – це завжди боротьба за владу, то варто згадати, що в цій боротьбі переможцем зазвичай стає той, хто краще володіє комунікативною зброєю, здатний створити у свідомості адресата необхідну маніпулятору картину світу. Практичним формуванням такої форми сприйняття займалися вчені на цьому етапі розвитку політичної лінгвістики.

Увагу дослідників привертало питання функціонування політичної мови в ситуації передвиборної боротьби, парламентських і президентських дебатах у партійному дискурсі. На цьому етапі вдосконалюється науковий апарат вивчення політичної комунікації та все більше факторів ураховується при дослідженні дискурсивної значущості тих чи інших висловлювань, текстів або їх частин. Особливістю цього періоду є зосередження уваги на політичній мові в контексті західних демократій [12, с. 129].

Отже, протягом другого етапу розвитку політичної лінгвістики набули поширення дослідження політичної лексики, теорії та практики політичної аргументації, політичної комунікації в історичній перспективі, політичних метафор і символів.

**3). Неориторична парадигма та її вплив у розвиток досліджень політичних метафор.** У риторичній традиції, починаючи з античних авторів

і аж до сучасних концепцій, метафора розглядається як фігура мови, що використовується, поряд з іншими риторичними прийомами, цілі впливу на адресата. З трьох категорій класичної риторики – логосу, етосу і пафосу – метафора є частиною останньої, тобто належить до пафосу. Саме пафос «відповідає» за способи мовного вираження, що сприяють реалізації комунікативного наміру оратора, яке може полягати в тому, щоб переконати аудиторію у своїй правоті, спонукати її до дій або, навпаки, до апатичних настроїв. При цьому, як розуміли давні ритори, першорядну важливість має емоційно-психологічний вплив. Емоційно-насичена мова має більшу силу впливу, ніж мова, позбавлена експресивності. Цей факт добре відомий політикам, тому в своїх виступах вони охоче використовують різноманітні риторичні прийоми, в тому числі і метафору. Виникнувши в античності, в період розквіту ораторського мистецтва, риторика, поступово втрачала свої позиції і в XIX ст. звелася до приватної дисципліни прикладного характеру – судової риторики. Проте, починаючи з другої половини XX ст. відбувається її відродження у формі так званої «неориторики», що прагне до відновлення і розвитку античних традицій, а, отже, знову актуалізується роль метафори як засобу емоційного впливу і переконання [1, с. 13].

Наслідуючи античний канон і деякі, добре розроблені фрагменти теорії, неориторики приймає на себе масу невирішених в класичній риторичній проблем. Серед них, насамперед, питання про змістовне наповнення центральних понять риторики: аргументації, впливу, переконання. Осмислення того, як ці поняття співвідносяться між собою, додатково ускладнюється зміненими умовами мовної комунікації. Для неориторики, що розвивається в епоху масових комунікацій, вивчення аудиторії представляє більш складну задачу, ніж це було в античному світі, коли оратор виступав перед натовпом.

У вітчизняній науці проблематика мовної дії на адресата досліджувалася в рамках теорії мовної діяльності А. Н. Леонтьєва. В основі цієї теорії лежить думка про несамостійність мови, її підпорядкованості цілям тієї діяльності,

заради якої вона розгортається. Мова розглядається не тільки і не стільки як засіб передачі повідомлень, а як засіб управління діяльністю людей – в тому сенсі, що саме управління діяльністю співрозмовника становить кінцеву мету мовного спілкування, по відношенню до якої передача повідомлення лише засіб. Мовний вплив визначався як «регуляція діяльності однієї людини іншою за допомогою мови», при цьому відрізнявся мовленнєвий вплив в широкому сенсі і у вузькому сенсі. Під мовним впливом в широкому сенсі розумілося будь-яке мовне спілкування, взяте в аспекті його цілеспрямованості, цільової обумовленості. Мовний вплив у вузькому сенсі – це мовне спілкування в системі засобів масової інформації або в агітаційному виступі безпосередньо перед аудиторією. Саме воно було предметом теоретичних і експериментальних досліджень вітчизняних лінгвістів і психологів, що спиралися на теорію мовленнєвої діяльності А. Н. Леонтьєва [8, с. 55].

Дослідження, присвячені проблемам мовної дії та шляхам її оптимізації, в цілому досить далекі від того, чим займається сучасна західна неориторика. Так, на відміну від зарубіжних країн, у вітчизняній науці рідкісні дослідження, які містять аналіз конкретних аргументативних текстів з точки зору задіяних в них риторичних прийомів. Лише в останні роки виник інтерес до комунікативних стратегій і тактик, в тому числі аргументативних. Зокрема, почала розвиватися досить популярна галузь, яка знаходиться на межі досліджень політичного дискурсу і теорії аргументації, що вивчає мовні стратегії політиків на матеріалі їхніх публічних виступів, участі в дебатах, круглих столах, тощо.

Великий внесок у розробку цього наукового напрямку зробив німецький дослідник Ніклас Луман, основні положення якого можна вивчати відповідно до праць «Влада», «Що таке комунікація». Автор стверджує, що за допомогою мови здійснюються такі процеси, як створення невизначеності ситуації та пропозиція зрозумілої альтернативи деякого рішення, яке породжує визначеність ситуації. Це досягається певним формулюванням повідомлення, яке трансформує відому інформацію за допомогою мовленнєвих структур, з

метою легітимації політичних ідей. Тобто Н. Луман наголошує на маніпулятивному аспекті політичної комунікації, адже мова володіє цілим спектром методик для формування установок у масовій свідомості [30, с. 170].

Учений акцентує увагу на важливості ефективної організації політичного повідомлення задля збереження важелів управління. Основними завданнями владних структур щодо організації інформаційних потоків, на думку дослідника, мають бути такі:

1). створення механізмів, які, з одного боку, створюють феномен невизначеності повідомлення, а з іншого – заперечують можливість підлеглих подолати невизначеність, тобто усвідомити прихований вплив;

2). здійснення такого впливу на суспільство, щоб був невідомий навіть теоретично цілий спектр альтернатив щодо формування невизначеності;

3). підлеглі мають сприймати відібрану владою для демократичного голосування альтернативу вибору деякого рішення як те, що забезпечить визначеність.

Основна ідея цього напрямку полягає у формуванні однакових реакцій аудиторії на політичні дії з метою підтримки й легітимізації мотивів правлячих сил.

#### **1.4. Функціонування та переклад англомовних метафор у суспільно-політичних текстах**

У сучасному інформаційному суспільстві провідну роль відіграє масова комунікація, системи якої формуються під впливом суспільного розвитку, однак значно більший вплив справляють вони самі, значною мірою визначаючи політичні, правові й етичні норми. На сьогодні в англомовних суспільно-політичних текстах активно використовується метафора. Завдяки метафорі політичний текст стає виразнішим, з'являються нові висловлювання, нові прийоми та читач отримує чітку картину світу.

Сьогодні політичний дискурс став зряддям різних політичних кіл. На його створення витрачаються величезні кошти та зусилля. Політичні тексти є соціально обумовленими. Мова політичних текстів, мова мовних актів – одна з «сходинок» для вивчення комунікативних політичних технологій. Призначення політичного дискурсу – не просто «описати, а переконати, збудивши в адресаті намір, дати ґрунт для переконання і спонукати до дії» [4, с. 6].

Особлива мова, що використовується при написанні політичних текстів, вимагає постійного вивчення й опису для того, щоб виробити своєрідну модель політичного тексту, якусь константу. Політичний текст, що складається з мовних актів є актуалізацією політичного дискурсу. Крім політичних текстів політичний дискурс містить у собі й інтертекстуальні зв'язки, контекст, учасників ситуації, їхнє знання про світ і багато чого іншого. Згідно точки зору О. Баранова, інтерес до аналізу суспільно-політичних текстів обумовлений кількома факторами: по-перше, внутрішніми проблемами лінгвістичної теорії; по-друге, цей аналіз потрібен для суто практичних цілей; для вивчення політичного мислення суспільства і моніторингу різноманітних тенденцій у сфері громадської свідомості; спроби звільнити політичну комунікацію від маніпуляції громадською свідомістю. Термін «метафора» походить від грецького слова – *μεταφορά*, що означає «перенесення». Вперше визначення цього терміну зустрічається в роботах Арістотеля, згідно з яким метафора – це перенесення слова зі зміненим значенням з роду на вид, або з виду на вид, або за аналогією [2, с. 1097].

Будь-яке осмислене висловлювання має на своїй меті впливати на реципієнта. У суспільно політичних текстах метафора є найбільш поширеним засобом здійснення впливу на аудиторію та формування конкретної думки стосовно тієї чи іншої події. Метафора є одним із способів пізнання і засобів закріплення знань та визначає наші взаємини з навколишнім світом. Виникнення та переклад неометафорики (лексичних та фразеологічних одиниць метафоричного змісту, які є новими за формою, семантикою або

становлять семантичні переосмислення у взаємодії нових та вже існуючих форм і значень) – найпродуктивнішою, за визначенням дослідників, категорії лексико-семантичних дериватів у мові засобів масової інформації останніх десятиліть – зумовлені взаємодією позамовних та внутрішньомовних чинників [45, с. 383].

На думку О. Ясинецької, з точки зору перекладу неометафора є новим лінгвокогнітивним засобом однієї мови, який потребує надання структурно-семантичного і функціонально-комунікативного відповідника в іншій мові [58, с. 4].

На сьогодні важливими практичними порадами щодо перекладу метафорики вважаються класифікації способів перекладу метафор, запропоновані П. Ньюмарком та Т. Казаковою. П. Ньюмарк вирізняє такі класифікації способів перекладу політичних метафор:

- збереження образу в мові перекладу;
- заміну образу мови джерела стандартним образом мови перекладу, який не суперечить культурі мови перекладу;
- відтворення метафори за допомогою образного порівняння зі збереженням образу;
- переклад метафори за допомогою образного порівняння з тлумаченням значення;
- відтворення семантики метафори описово;
- пропущення метафори, якщо вона є необов'язковою;
- збереження метафори з конкретизацією значення з метою підсилити образ [69, с. 87 – 91].

Дослідниця Т. Казакова рекомендує такі способи перекладу метафори:

- повний переклад;
- додавання/опущення;
- заміна;
- структурне перетворення;

- традиційний відповідник;
- паралельне іменування метафоричної основи.

Визначення неометафор, які не мають відповідників перекладу, О. Ясинецька пропонує за такою концептуально-мовною моделлю перекладу:

- визначення макроконцепту як контексту для форми вираження метафори оригіналу, зокрема з'ясування, чи не є метафора алюзією;
- аналіз структурних та лексико-граматичних особливостей метафори оригіналу;
- встановлення лексико-семантичного підґрунтя наданої метафори;
- визначення доречного лексико-семантичного наповнення макроконцепту в мові перекладу;
- узгодження лексико-граматичного оформлення метафори з функціонально-семантичним змістом та макроконцептом, концептуальною метафорою в перекладі.

Вибір способу перекладу метафор залежить від різних факторів, передусім від функції метафори в тексті, від стилістичних міркувань, від особливостей стилю тексту, а також від мети перекладу. Найпоширенішою проблемою при перекладі неометафорики вважаються культурні відмінності, наприклад тому, що певні метафори викликають інші асоціації або тому що джерело метафор в соціокультурі громади вихідної мови не відіграє значної ролі. При перекладі метафор-неологізмів важливо звертати увагу на те, чи є неологізм універсальним чи етноспецифічним і наскільки можна передати запропоновані у мові оригіналу його образ та форму. Часто неометафори є розширеними аналогами вже існуючих і, якщо компоненти метафоричного неологізму мають питомі чи запозичені відповідники у цільовій мові, переклад може здійснюватися за аналогією. Важливим також є наявність у перекладача та реципієнта перекладу ряду спеціалізованих мовленнєвих компетенцій –

прагматичної, соціальної, психолінгвальної, поведінкової, комунікативної, наративно-риторичної та граматичної [22, с. 258].

Метафора є одним з основних риторичних засобів створення образності та емоційного забарвлення у мовленні політиків. Якщо метою тексту є досягнення емоційного збудження або переконання, то очевидно, що без метафори як механізму перетворення значення слів або фрагментів тексту не обійтись. Отже, основна роль метафори полягає в сугестивному насиченні тексту. На думку російського лінгвіста А. Чудінова аналіз концептуальних метафор, що використовуються у політичному дискурсі, перш за все є дослідженням ступеню впливу мовних, культурологічних, соціальних, економічних, політичних та інших факторів на національну систему концептуальних метафор. Провівши власне дослідження концептуальних метафор, він встановив, що головною метою політичних промов є зміна уявлень реципієнта про політичну дійсність, так звана «переконцептуалізація» політичного світу [55, с. 72].

Таким чином, у політичному дискурсі метафора є ефективним засобом маніпулювання соціальною свідомістю. Метафора передає переносне значення слова, тому у політичній сфері вона використовується для того, щоб підкреслити певні якості предмету чи особливості стану речей і щоб, таким чином, інші якості чи особливості зробити менш помітними. «Політичною» прийнято вважати будь-яку метафору використану в політичному дискурсі.

У політичному дискурсі метафора виконує наступні функції, як зазначає Я. Босман [60, с. 32 – 33]:

**1). Когнітивна функція:** вважається головною функцією метафори і полягає у обробці інформації. Основними механізмами осмислення метафор під час перекладу є сприйняття, розпізнання, тлумачення, оцінка та розуміння процесу й результату метафоризації. Їх застосування при перекладі неометафорики сприяє появі влучних суспільно-політичних метафор міжмовного і міжкультурного значення.

**2). Номінативна функція:** використання метафори є необхідним для фіксації знань про навколишню дійсність, особливо у тому випадку, коли певні явища не мають загальноприйнятих назв або ж тих, які б автор вважав відповідними. У такому випадку метафора використовується як для найменування таких явищ, так і для відображення певних характеристик цих понять.

**3). Комунікативна функція:** використання метафори робить можливим передачу інформації реципієнту у короткій та зрозумілій формі. Прагматична функція: метафора виступає у ролі ефективного засобу створення необхідного емоційного стану у реципієнта.

**4). Описова функція:** метафора допомагає показати певне явище наочно, і в той же час описати його образно.

**5). Інструментальна функція:** метафора допомагає людині сформуванню власні уявлення про навколишню дійсність.

**6). Гіпотетична функція:** використання метафори дозволяє формувати певні припущення про сутність певного об'єкта, що має метафоричне значення, а також дозволяє представити його в образній формі.

**7). Функція моделювання:** метафора дозволяє створити певну модель світу і визначити зв'язки між її елементами.

**8). Евфемістична функція:** використання метафор дозволяє передавати інформацію, яку автор з певних причин не хоче називати напрямую.

**9). Функція популяризації:** використання метафор дозволяє донести інформацію реципієнту у зрозумілій формі, якщо він не має необхідних фонових знань.

Потрібно зазначити, що саме прагматична функція (функція переконання) викликає особливий інтерес у дослідників, що займаються вивченням метафор, які використовуються у політичному дискурсі. Той факт, що метафора використовується з метою переконання реципієнта, пояснюється її властивістю висвітлювати певне явище з необхідної точки зору – позитивної чи негативної. Як зазначає Я. Босман, «метафора може не лише передавати

позитивну чи негативну оцінку певного явища, але й змушувати реципієнта осмислити певне явище з точки зору, запропонованої даною метафорою» [60, с. 34].

Таким чином, навмисне використання слів з метафоричним значенням з метою переконання реципієнта у чомусь і є основною функцією метафори. Важливим є також те, як вибір певної метафори може впливати на формування погляду на тему дискусії. Наприклад, американські політики, розмірковуючи про економіку різних країн, загалом надають перевагу живим метафорам *healthy, ailing, infant and parent*. Проте, говорячи про конкретний ринок, здебільшого використовується нежива метафора *float and buoyant, bounce back, rebound*. Причиною цього є бажання політиків, використовуючи живу метафору, сприймати економіку як організм, що може діяти за своїми правилами, але, яку можна контролювати як живий суб'єкт. Метафора відповідає за те, щоб політична мова, яка несе нам певну інформацію, була не тільки зрозумілою, але і незабутньою, так як однією з найважливіших функцій політичного дискурсу є функція впливу [60, с. 46].

Метафора також має здатність впливати на процес прийняття рішень. Дослідники А. Баранов та Є. Казакевич вказують на властивість метафор підказувати, налаштовувати, наводити на певний тип рішення і поведінки. Вони вважають, що когнітивна сила метафори робить її незамінним інструментом при пошуку рішень проблемних ситуацій. Інший дослідник А. Худолій зазначає, що «метафора є одним з найвиразніших лексико-стилістичних засобів динаміки мовних змін у сучасних суспільно-політичних текстах, оскільки вона утворює базові схеми, за допомогою яких відбувається концептуалізація досвіду і пізнання навколишнього світу» [53, с. 9].

Отже, використання метафор в суспільно-політичних текстах дозволяє зробити інформацію більш доступною для реципієнта та пояснити складні політичні явища чи процеси за допомогою більш простих висловлювань. Через те, що політичні промови зазвичай орієнтовані на широке коло слухачів, а політичні висловлювання інколи можуть бути досить складними,

використання метафори є надзвичайно ефективним прийомом. Врахування функцій, які виконує метафора у політичному дискурсі, застосування відповідних механізмів при перекладі метафор-неологізмів сприятиме появі нових влучних суспільно-політичних метафор міжмовного та міжкультурного значення у мові перекладу.

### **Висновки до розділу 1**

Отже, «метафора» – один з різновидів лексико-семантичного способу словотворення, тобто перенесення назви з одного предмета на інший на основі подібності: зовнішніх ознак; структури; функцій.

Досліджуючи аналіз метафоричного процесу можна стверджувати, що метафоризація – це процес, що призводить до отримання нового знання про світ шляхом використання вже існуючих в мові назв. В цьому процесі взаємодіють наступні сутності чи суб'єкти метафори і його мовне знання про світ – з одного боку, а з іншого – його знання мовних значень і їх асоціативних комплексів. Метафоричний процес передбачає не тільки участь розуму, а й світу, в зв'язку з яким метафоричний вислів постає своєрідним вузлом: метафора – людина – світ. Серед сучасних напрямків дослідження метафор у політиці слід виокремити такі як: когнітивна лінгвістика, дискурсивний аналіз та неориторична концепція. Вибір способу перекладу метафор залежить від різних факторів, передусім від функції метафори в тексті, від стилістичних міркувань, від особливостей стилю тексту, а також від мети перекладу. Врахування функцій, які виконує метафора у політичному дискурсі, застосування відповідних механізмів при перекладі метафор-неологізмів сприятиме появі нових влучних суспільно-політичних метафор міжмовного та міжкультурного значення у мові перекладу. Завдяки метафорі політичний текст стає виразнішим, з'являються нові висловлювання, нові прийоми та читач отримує чітку картину світу. Метафора є одним з основних риторичних засобів створення образності та емоційного забарвлення у мовленні політиків.

## РОЗДІЛ 2. МЕТАФОРА В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Метафора (з грецької «*metaphora*» – переміщення, перенесення) – поетичний вислів, що розкриває ознаки одного предмета чи явища шляхом перенесення на нього ознак іншого предмета чи явища. Основна властивість метафори полягає в тому, що вона двопланова, та застосовується до двох або декількох об'єктів одночасно, в результаті чого властивості того, про кого або що йде мова, можна спостерігати через те, чий ім'ям це позначено. Зіткнення нетотожних смислових спектрів породжує якісно нову інформацію, що розкриває невідомі раніше сторони змісту понять, включених до структури метафори. Постійне перенесення понять з однієї сфери в іншу не тільки означає гнучкість людського розуму, але також й осягнення дійсності.

Метафора є універсальним знаряддям мислення та пізнання світу. З точки зору когнітивної лінгвістики метафора – це ідеальна модель мовного відображення базового когнітивного процесу. Звернення до когнітивних категорій (концепт і сценарій) дозволяє детально описати мотиви для метафоричного переносу, виявити неоднорідність змісту, значимість нестандартного вживання метафори від екстралінгвістичних знань.

Метафори, що використовуються в обговоренні політичного життя суспільства, все частіше привертають увагу фахівців, які прагнуть з'ясувати, як і чому народжуються ці метафори, якою мірою вони відбивають соціальну психологію, політичні процеси та особистісні якості їх учасників. Використання метафор нерідко виявляється для політичної мови вдалим способом «виразити все, розповівши небагато», тонко впливати на настрої в суспільстві, представляти суспільству нові ідеї і одночасно викликати інтерес до своїх виразів. Дослідження метафоричного репертуару політики допомагає краще зрозуміти підсвідомі механізми його діяльності і справжнє ставлення до тієї чи іншої проблеми. Активізація метафор в соціальній комунікації може

служити ознакою суспільних потрясінь, що наближаються, і одночасно свідчити про напрямки руху політичної свідомості. Метафора – універсальний принцип мови. У звичайному зв'язному мовленні ми не зустрінемо і трьох пропозицій поспіль, в яких не було б метафори. Навіть у мові точних наук можна обійтися без метафори лише ціною великих зусиль: щоб уникнути метафор, треба спершу їх виявити.

Теорія політичної метафори виникла в процесі взаємодії двох провідних напрямків сучасного мовознавства – метафорології та політичної лінгвістики. Зближення цих напрямків обумовлено як бурхливим розвитком досліджень, присвячених політичній комунікації, так і переосмисленням самого поняття метафори, новим розумінням її ролі в організації ментальних процесів і мовної картини соціальних відносин. У сучасній науці формується уявлення про політичну метафору як про інструмент для усвідомлення, моделювання та оцінки політичних процесів, як засобу впливу на соціальну свідомість. У політиці метафора – основний «постачальник» альтернатив вирішення проблемних ситуацій. Політична метафора знаходить безліч можливих виходів з кризи, які розглядаються політиками у процесі прийняття рішень.

Останнім часом в політичній метафорі (як і в інших техніках мовного впливу) у засобах масової інформації все частіше застосовується лексика, яка раніше в їх мові була неприпустимою: молодіжний сленг, кримінальне аргі, просторічні слова, лексика інших «низових» рівнів мови. Людина не тільки висловлює свої думки за допомогою метафор, використовуючи їх естетичний потенціал, а й мислить метафорами, пізнає з їх допомогою той світ, в якому вона живе. Метафори допомагають нам перетворити існуючу у свідомості адресата мовну картину світу, ввести нову категоризацію до подання, здавалося б, добре відомих феноменів і дати їм нову емоційну оцінку.

Одним із засобів розвитку і збагачення семантики і функцій слів, без утворення нових, є метафоризація мови, вживання слів у непрямому значенні, в ролі метафор. Процес метафоризації мови з поширенням семантики і стилістичної функції слів – це дуже давній процес. Внаслідок цього багато

слів сучасної мови набули різноманітного значення. Метафоризації присвячено чимало праць лінгвістів, літературознавців, філософів, психологів та проблема метафоризації залишається надзвичайно складною, адже йдеться про процеси мислення в яких породжується знання про світ. Метафоризація – це не лише вживання одного слова замість іншого, вона утворює новий зміст, який з'являється внаслідок дії складних когнітивних механізмів.

Як багатожанровий різновид публічного мовлення, політичний дискурс характеризується цілою наукою специфічних засобів. І це залежить не тільки від вживання специфічно-детермінованої політичною діяльністю лексики, а й від своєрідного вибору й організації певних структур вираження відповідно до прагматичних настанов, цілей та умов спілкування, що склалися в процесі професійної діяльності політиків. Політики усвідомлюють необхідність оволодіння таким стилем мовлення і нормами літературної мови, які здатні дати найвищий коефіцієнт корисної дії.

Будь-який політик стикається з необхідністю правильного розташування, компонування мовних одиниць, тобто всього того, що становить суть та специфіку побудови промови. Метафора досить популярне явище в сучасних засобах масової інформації, яка надає висловам виразність, емоційність, які певним чином впливають на читача. Вона є одним із найважливіших компонентів політичного дискурсу друкованих масмедіа, тісно пов'язана із стилістичною та комунікативною спрямованістю.

## **2.1. Політичний дискурс як об'єкт наукового аналізу**

Між політикою і мовою існує тісний зв'язок. Сьогодні надзвичайно важливу роль відіграє мова в політичному житті суспільства. Аналіз ролі мови в політиці знаходиться в центрі уваги філософів, політологів, психологів, соціологів, лінгвістів, вчених, політичних, громадських діячів та вчених всього світу. Здатність мови активно впливати на політичні процеси людством усвідомлена лише порівняно недавно. У соціальному конструктивізмі,

започаткованому у 60-х рр. ХХ ст. працями П. Бергера та Т. Лукмана, мова дістала переконливе обґрунтування: спроможність понять, термінів, мовних зворотів бути знаряддям політичної мобілізації і потужним інформаційним ресурсом політичних структур. Специфічність мови полягає в тому, що належачи до так званих «вторичних систем», вона є не лише витвором суспільства, але й активним чинником його самоорганізації. Мова «матеріалізується» у діях і вчинках людей і виступає як головне знаряддя соціалізації й самоідентифікації, виконуючи ряд функцій – ідентифікаційну, естетичну, номінативну, культуротворчу та інші. А. Тойнбі блискуче прояснив також і ту очевидну істину що «мови, як люди, не можуть досягати перемоги, не приносячи на віттар певних жертв». Внаслідок символізації суспільної функції мови її роль впродовж усієї історії людства була швидше роз'єднуючою ніж об'єднуючою [50, с. 401].

«Сучасний мовний простір формується під сильним тиском англійської мови, яка тяжіє до перетворення у глобальну мову міжнародного спілкування. Її натиск призводить до відчутного зменшення мовної багатоманітності і зникнення мов у великої кількості народів. Тріумфальна хода англійської мови, яку нині вважають рідною приблизно 400 млн. чол. і ще більше мільярда використовують як другу, або третю – свідчення тієї ваги, якої набуває в сучасному світі комунікативна функція мови. Англійською мовою розміщено 80% інформації в Інтернеті, а в англомовних країнах виробляється 40% світового ВВП, англійська мова має офіційний статус у більш як 50 державах» [33, с. 28].

Таким чином за вітчизняними межами дослідження політичної мови і мовної політики вже чітко виокремилися в автономну сферу політичної науки. Під знаком пошуку «політика у мові» і «мова у політиці» пройшло, по суті, все ХХ століття. Але ще задовго до нього у наукову мову увійшло поняття «дискурс», яке уже в наш час дало назву одному з методів аналізу політико-мовних відносин і особливого напрямку в системі політичних дисциплін, що отримав назву «політичний дискурс-аналіз». Сьогодні він бурхливо

розвивається в ході смислового аналізу політики і аналізу конкретних дискурсів. Поняття «дискурс» надзвичайно багатопланове. Латинською мовою «*discursus*» означає «розбігання, розмова, бесіда». У середньовічній латині це слово означало «пояснення, доказ, аргумент у спорі, логічне міркування». Перейшовши з латини в основні європейські мови, термін поступово розмивався, означаючи вже будь-яке публічне мовлення. Аж поки не став синонімом слова «текст». Насьогодні поняттям «дискурс» позначається будь-яке явище дійсності, що має знакову природу і є певним чином структуроване, включаючи мітинги, дебати, спектаклі, тощо. Саме так з'явився окремий науковий напрям – лінгвістика тексту, яка вивчає мову у дії на основі пошуку закономірностей, притаманних будь-яким текстам. «Автором теорії дискурсу вважають Е. Бенвеніста. Він ввів розрізнення тексту як безособово-об'єктивістської оповіді і дискурсу, як живого мовлення, що передбачає комунікативний контакт мовців і слухачів. Ця відмінність у Бенвеніста не збігалася із розрізненням письмового і усного мовлення» [7, с. 276].

Найближче до визначення суті дискурсу підійшов Ю. Габермас, який бачить у ньому «комунікацію особливого різновиду, специфічний діалог, метою якого є неупереджений аналіз дійсності, очищений від суб'єктивізму дослідника». За М. Фуко дискурс – «вербальний семіотичний процес та соціально обумовлена організація мови, своєрідна парадійність, синтез «вже сказаного» і «ніколи не сказаного». За Г. Куком – «єдність і взаємодія тексту і контексту», за Ю. Степановим – «маленька, природно-виникаюча модель мови». У семіотиці утвердилося визначення дискурсу як «знакової системи в якій відбувається модифікація семантики і функцій різних типів мовних одиниць і стандартних мовленнєвих дій» [56, с. 5].

За І. Касавіним, «текст і дискурс – поняття, які перетинаються лише частково. Дискурс – це незакінчений живий текст, узятий в момент його безпосередньої включеності в акт комунікації, у ході його взаємодії з контекстом». «Те, що відрізняє дискурс від тексту взагалі, а також відрізняє і філософське мислення від побутового» [24, с. 28].

У побутовому і політичному слововживанні поняттям «дискурс» часто позначають будь-який засіб спілкування. «Говорять про політичний дискурс, публічний дискурс, дискурс влади, тоталітарний дискурс, патріотичний дискурс, християнський дискурс, дискурс ідентичностей, дискурсивні практики, тощо» [38, с. 68].

У більш широкому розумінні дискурс може розглядатися як механізм узгодження персонального, соціального і культурного знання. У більш вузькому аспекті він зосереджується на аналізі мовного спілкування і окремих текстів, промов, інтерв'ю, тощо. У теорії комунікації дослідження політичного дискурсу ведеться переважно на основі аналізу заяв політиків та політичних оглядачів, програм політичних партій і об'єднань, публікацій в засобах масової інфомації, матеріалів спеціалізованих, а також політологічних видань.

За Є. Шейгал, «політичний дискурс належить до інституційного різновиду спілкування». Навідміну від міжособистісного і художнього, інституційне спілкування є статусно-орієнтованим. У ньому зазвичай беруть участь дві сторони – представники інститутів і клієнти. «Клієнт» у політичній комунікації, як правило, масовий. Простежується «переплетення» політичного дискурсу з іншими типами дискурсів: юридичним, науковим, педагогічним, художнім, побутовим, тощо. Структуроутворюючі ознаки політичного дискурсу мають такий вигляд: інституційність, примат цінностей над фактами, смислова невизначеність, що межує з фантомністю, ідеологічна полісемія, фідеїстичність, езотеричність. Оскільки владний статус вимагає дотримання певної дистанції у спілкуванні, між політиками й народом завжди існує символічна «прірва». «І хоч у сучасному політичному дискурсі дистанція між лідером і масами руйнується завдяки засобам масової інформації, політичний дискурс тяжіє до авторитарності» [56, с. 42].

Політичні дискурси досліджуються в рамках різних галузей соціо-гуманітаристики, в руслі різних дослідницьких підходів. Для політології головним є виявлення політичного звучання дискурсу і його впливу на політичний процес. Філологи досліджують політичний дискурс як будь-який

інший текст охоплюютьчи насамперед політичні та ідеологічні інтенції, які у ньому закладені. Одна з найближчих до політики галузей лінгвістики – політична філологія на основі аналізу мовних особливостей поведінки політиків вивчає співвідношення властивостей дискурсу з концептами «влада», «вплив», «авторитет».

Соціальних психологів політичний дискурс цікавить насамперед з точки зору ефективності у досягненні певних прихованих, або явних цілей. Будь-який, у тому числі й політичний дискурс – явище когнітивне за своєю суттю, оскільки пов'язане із відтворенням і передачею знань. Зрештою, це мова, яка розглядається як цілеспрямована соціальна дія. У більш широкому значенні – складна єдність мовної форми, значення і дії, яку можна виразити терміном «комунікативний акт». Поняття «дискурсивність» мовою філософії й логіки означає не лише логічну впорядкованість, але й формальну опосередкованість.

Крім інформативної, політичний дискурс в ідеалі має виконувати орієнтаційну й мобілізаційну, консолідаційну, ідентифікаційну функції. На практиці надмірна експресивність політичних дискурсів здатна руйнувати ідентифікаційний простір, зводячи нанівець як їхню інформаційну, так і консолідаційну функції. Дати чітке визначення політичного дискурсу важко. Коли політик публікує монографію – це політичний чи науковий дискурс? Коли інтерв'ю політика надруковано в газеті – це політичний дискурс чи дискурс мас-медіа? Мемуари політика – це політичний чи художній дискурс? Таких запитань можна ставити безліч. Погодимось з думкою Є. Шейгал: «На них взагалі немає однозначних відповідей. А це означає, що кожен має право визначати політичний дискурс на свій розсуд. Усі елементи політики так чи інакше опосередковані дискурсом, відбиваються в дискурсі, реабілітуються через дискурс. А тому будь-який матеріал у засобах масової інформації, в якому йдеться про політику і автором якого є політик, або якщо він адресований політику, слід вважати політичним дискурсом» [56, с. 24].

Політичний дискурс існує в усній та письмовій формах. Усна форма (публічний виступ політиків високого рангу, їх інтерв'ю, виступ на радіо та

телебаченні, пресконференції, парламентські дебати, блоки політичних новин в теле- і радіопередачах) оформлених на основі риторичних традицій, розроблених в античні часи. Усна форма політичного дискурсу особова, оскільки за нею стоїть індивідуальність. Аргументація в такому випадку приймається в єдності вербального, невербального і екстралінгвістичного. Письмова форма охоплює не тільки обширну документацію (договори, домовленості, протоколи), а також і пресу (секції, відведенні для розміщення політичних фактів), а також політичну рекламу (плакати, білборди).

Політичний дискурс відрізняється від інших видів аргументативних дискурсів (юридичного, академічного, рекламного, побутового, виробничого) тим, що має виражену апеляцію до цінностної системи, яка існує в цьому суспільстві. Спеціалізованою технікою переконання в політичному дискурсі є пропаганда – засіб маніпулювання свідомістю людей за допомогою мови. Ціннісна орієнтація обумовлює широке використання лексичних одиниць з оціночним (позитивним) значенням, що позначають систему політичних цінностей (свобода, демократія, вибір, рівність, тощо).

Метою аргументації в політичному дискурсі є часткова корекція цінностної системи адресата. Переконання здійснюється через протиставлення, тому велика роль антонімічних за значенням одиниць. У дипломатичному дискурсі визначальними при виборі мовної аргументації стають етичні принципи, сформовані у вигляді дипломатичного етикету.

## **2.2. Аргументація в політичному дискурсі**

Мова + влада = політичний дискурс. Бачення ролі мови в політиці змінювалося протягом історії. Півтори тисячі років тому Арістотель, визнаючи нерозривний зв'язок політики й риторики, вказував на те, що «політикам не варто особливо змагатися в красномовстві, оскільки вибір виборців, їхні політичні симпатії визначаються звичайним споживчим відношенням». У сучасний період історії, можливо, одним з перших усвідомив роль мови в

політиці, охарактеризувавши її «*perfect instrument of empire*», Єпископ Авильський, вручаючи в 1492 році Ізабеллі Кастильській «Кастильську граматику» [36, с. 45].

Іспанія тих часів перетворилася в імперію, супердержаву, що підкорила собі багато країн і народів. Пізніше використання мови структурами влади стало розглядатися як реалізація її «політичної функції» (Г. Дасуэл), «спонукальної функції» (Д. Блумфілд), «агітаційно-пропагандистської» (Н. А. Слюсарєва). «У наші дні проблема взаємозв'язку мови й влади поступово стала однією з головних у філософії, політології, соціології й продовжує залишатися актуальною в умовах мінливого геополітичного балансу у світі, що зміцнює союз політики й засобів масової інформації» [31, с. 82].

У лінгвістиці філософська проблема співвідношення мови й влади виступає як людський фактор у мові й реалізується на практиці у вигляді дискурсивних і аргументативних стратегій, які розробляються для політиків їхніми радниками й іміджмейкерами; нині більшою мірою, ніж коли-небудь в політиці, мова використовується не тільки як інструмент формування й вираження думки, але і як засіб її приховування. Маніпулювання суспільною свідомістю за допомогою мови стали відомими як «лінгвістичні маніпуляції» або «мова маніпуляції» (*manipulatory language*) [67, с. 248].

Це одна з форм прихованого соціального тиску за допомогою мови. «Можливість маніпулювання аудиторією за допомогою мови закладена в недистинктивності (нерозчленованості) форм змісту мовного знаку». Наприкінці ХХ століття в умовах зростаючої ролі політики й переговорного процесу у світі, а також пошуку прийнятної й максимально ефективного «упакування» знань, тобто їх соціологізації, все вагомішим стає усвідомлення того факту, що політичний дискурс – проблема не тільки політична, але й лінгвістична й культурна. «Безперечно, ступінь розвитку демократії, суспільної культури прямо пропорційний ступеню розвитку політичного діалогу, політичного дискурсу, мови політики як особливої форми

комунікації, що забезпечує можливість досягнення громадської згоди» [4, с. 6].

Це у свою чергу, обумовлене тим, що концептуальну основу мови політики створює ієрархія цінностей з їх високим аргументативним потенціалом. Саме ціннісні структури підтримують міфологію суспільної свідомості, якою так чи інакше користуються політики. Оформлення політичного дискурсу стало можливим завдяки стрімкій еволюції засобів масової інформації. Досліджуючи генезис публічної сфери, Ю. Хабермас відніс її виникнення до XVIII століття, однак, цілеспрямований розвиток політичного дискурсу почався тільки в період розквіту засобів масової інформації. Засоби масової інформації створюють «великомасштабний політичний дискурс», зв'язуючи воедино когнітивні й соціальні аспекти, втягуючи в трансмісію цінності, фрейми, моделі, символи, міфи, що мають різний пізнавальний потенціал. Комунікант їх фільтрує, інвентаризує, формуючи певні предметні каталоги на підставі суджень оцінки. У такий спосіб «публічний дискурс є частиною процесу у якому індивіди конструюють власні змісти. «Спілкування й взаємодія політиків і виборців може бути формальною і неформальною, проходити як приватні бесіди або публічні виступи. Але в кожному разі мова політиків повинна бути дуже переконливою. Адже суть політики зводиться до бесіди, розмови, до необхідності переконати протилежну сторону свідомо або підсвідомо інтерпретувати, оцінювати й діяти» [63, с. 17].

Уміння переконувати відноситься до числа необхідних, більше того, основних функцій для будь-якого політика. Не можна не відзначити, що й аудиторія політиків істотно змінилася за останні піввіку. Якщо в 40-50 роках у США аудиторію розглядали лиш як «мішень», тим самим підкреслюючи її пасивність, то наприкінці 50-х її стали називати «упертою аудиторією» (*obstinate*), що зажадало відповідно, більшого мистецтва переконання від політиків. В 70-ті роки, коли переконання стали зв'язувати з волею вибору, технологія нав'язування думки в політичному дискурсі поступилася місцем

тонкому розрахунку, факторам соціальної й етнічної стратифікації, диференціації логічних і психологічних способів аргументації.

Тим часом детальне дослідження й моделювання політичного дискурсу почалося тільки в 50-ті роки нинішнього століття. Подібно тому, як у Античній Греції риторичні перетворили своє мистецтво в ремесло й займалися написанням промов на замовлення, у політиці в другій половині нинішнього століття з'явилися секретарі, референти, помічники – *speechwriters*. Про їхнє існування в США публіка була інформована із часів президента Франкліна Рузвельта. Сьогодні, майже всі кандидати в сенатори США, і всі кандидати в президенти користуються їхніми послугами, а сам термін «*speechwriter*» давно переступив державні кордони США, ставши невід'ємною частиною інституту президентства в багатьох країнах світу, у тому числі й у ФРН. В останні десятиліття помітно змінився статус усної комунікації в політиці із властивим їй використанням невербальних паралінгвістичних засобів (жести, рухи, пози). Задовольнившись раніше підлеглим положенням у дихотомії «письмова мова – усне мовлення», остання зміцнила свій статус у політиці внаслідок широкого висвітлення політичних подій засобами масової інформації. «Теледебати, прес-конференції, інтерв'ю, виступи в парламенті стали відомі як «*visuals*», тому що адресат сприймає не тільки зміст повідомлення, але й вигляд мовця в єдності його вербального й невербального поведіння» [74, с. 52].

«Теоретики комунікації, що розглядали раніше стиль тільки у зв'язку із правильністю мови, виразністю й ефективністю впливу (*workability of the language*), тепер вважають за необхідне включати в стратегію формування іміджу (*image – making strategy*) рухи тіла, тембр голосу, зовнішність, манеру одягатися, вибір аксесуарів. Усвідомлення цих реалій змушує лінгвістів вийти за властиво мовні рамки й розглядати політичний дискурс як триєдність вербального, невербального й екстралінгвістичного» [6, с. 120].

Складним є дати коротке визначення поняттю «дискурс-аналіз», що вже виступає як операційне в цілому ряді соціогуманітарних наук і є фундаментом політичної лінгвістики. У найширшому тлумаченні дискурс-аналіз – це аналіз

форм комунікативної взаємодії (цільовий). На відміну від контент-аналізу, який передбачає суцільний аналіз текстів за певними обраними дослідником параметрами, дискурс-аналіз здебільшого має на меті пошук прихованих смислів, дистанції між політичною риторикою й справжніми намірами політиків, відстані між словом і ділом. Він незамінний, коли потрібно виявити взаємозв'язки політичного мислення й політичної поведінки, розробляти прогностичні моделі, здійснювати моніторинг тенденцій у розвитку суспільної свідомості. Особливо результативним він може бути в ході виборчих кампаній, маніпулятивні виборчі технології, безгрунтовні обіцянки кандидатів найкраще піддаються висвітленню саме методом дискурс-аналізу.

У рамках лінгвістичних досліджень виокремлюються два підходи до аналізу дискурсів – дескриптивний і критичний. Дескриптивний зосереджений на вивченні мовної поведінки політиків, риторичних прийомів, маніпулятивних стратегій, а також змістовної сторони політичних текстів. Критичний підхід націлений на дослідження мови як засобу владарювання й соціального контролю з акцентом на соціальні нерівності, втілені в дискурсі як «*veiling*» (одна з форм прихованого соціального тиску за допомогою мови). Головна мета дискурс-аналізу – простеження форм і методів, за допомогою яких дискурсивні структури (лексеми, тематичні структури) стають об'єктами політичних маніпуляцій.

Розрізняються три виміри дискурс-аналізу:

- дослідження самих текстів;
- дослідження дискурсивних практик (каналів творення дискурсу);
- аналіз відповідних соціокультурних практик.

Інтерес до мови як інструменту маніпулювання свідомістю був підсилений аналізом відповідних практик тоталітарних систем. Мова почала сприйматися не лише як продукт, але як суб'єкт культури, здатний справляти помітний вплив на середовище спілкування. Як і контекст-аналіз, дискурс-аналіз розглядають як частину політичної семіотики, яка спирається на фундамент лінгвістики, кібернетики, психології, етнології і багатьох інших

соціо-гуманітарних дисциплін. Сфера понять, якими вона оперує – модель, знак, повідомлення, комунікативний контакт тощо [6, с. 113].

Метафорика заслуговує в політичному дискурсі особливої уваги. Метафори забезпечують переконливість у політичному дискурсі як з політичної, так і когнітивної точки зору. Найбільша переконуюча сила метафори надала можливість Н. Д. Артюновій охарактеризувати її як «вирок суду без розгляду». Використання метафори в політиці є можливим через певну угоду між людьми, певні загальні вихідні посилення, а саме когнітивні, тобто зв'язок між фреймом метафоричної моделі й фреймом об'єкту розуміння. Порушення цієї імпліцитної умови метафоризації – головний прийом аргументативного впливу в політичному дискурсі. Аргументація в політичному дискурсі носить ціннісну орієнтацію і почалася завдяки стрімкій еволюції й розквіту засобів масової інформації.

Аргументами, як правило, з'являються в мові перших осіб держави або їхнього найближчого оточення. Для них створюються кліше, ідіоми, слогани, які стають логотипами політичної діяльності. Політичні слогани й афоризми мають високий ступінь автономності й комунікативної сили. Політичний дискурс під час виборчих кампаній являє собою синтез проблем і образів, слоганів, символів і ідеологем, що надають виборцям можливість хоча б загалом визначити розходження між двома або більше кандидатами або партіями. Політична реклама на телебаченні є одним з видів політичного дискурсу, що концентрується або на іміджі претендента, або на актуальних питаннях політики й економіки. «Політична реклама націлена більше на емоційне сприйняття, ніж на доведення й виявляє собою суміш вербальних і невербальних компонентів» [3, с. 28].

У зв'язку зі швидкоплинним впливом політичної реклами в пам'яті повинне втримуватися те, що важливо для реципієнта. Тому слогани повинні мати гіпнотичний потенціал. Гіпнотичним потенціалом є повтор квантів інформації. Рекламний дискурс є самим «молодим» серед видів аргументативного дискурсу. Будучи породженням ХХ століття, рекламний

дискурс стає дзеркалом нових технологій, індустрії й дизайну. Його відмінною рисою є широке використання невербальних елементів комунікації, здатних у сучасній рекламі повністю витиснути мову. Оформлення політичного дискурсу й цілеспрямований його розвиток став можливим завдяки стрімкій еволюції засобів масової інформації, які сприяють зміцненню державної влади й політичних інститутів.

### **2.3. Політична метафора у сучасній англійській мові**

Проблема взаємодії мови і влади є надзвичайно актуальною в умовах мінливого геополітичного балансу в світі. Своє вираження ця проблема знайшла у політичному дискурсі, який може бути визначений як сукупність усіх мовленнєвих актів у політичних дискусіях, а також правил публічної політики, що оформилися згідно з існуючими традиціями й пройшли перевірку досвідом. Суспільне призначення політичного дискурсу полягає в тому, щоб навіяти адресатам – членам суспільства – необхідність «політично вірних» дій або оцінок. Іншими словами, мета політичного дискурсу – не описати, а переконати або сформувати підґрунтя для переконання та спонукати до дій [59, с. 104].

Особливості комунікативної стратегії суб'єктів політичного дискурсу зумовлюють наповнення текстів лексичними одиницями, що надають виступам експресивного забарвлення, виявляють позицію в оцінці політичних подій, свідчать про високий рівень культури мовлення. Одним з основних риторичних засобів створення образності та емоційного забарвлення у мовленні політиків є метафора. Якщо метою тексту є досягнення емоційного запалу або переконання, то очевидно, що без метафори як механізму перетворення значення слів або фрагментів тексту не обійтись. Роль метафори полягає в сугестивному насиченні тексту. Таким чином можна стверджувати, що політичний дискурс є природним середовищем для створення та функціонування метафори.

Зростання інтересу науковців до феномену метафори цілком адекватне тій ролі, яку вона відіграє у нашому пізнанні, у мові та соціальній свідомості суспільства, зокрема, в процесі соціальної взаємодії, в тому числі, у механізмах впливу політичних текстів на адресанта (А. Д. Белова, Х. П. Дацишин, Г. Г. Почепцов, О. І. Шейгал та ін.) [47, с. 187].

Процес метафоризації є багатоаспектним явищем, саме тому досі не існує єдиної, чітко визначеної сучасної класифікації типів метафори. Для нашого дослідження актуальною є класифікація Б. Тошовича, що бере до уваги частотність використання, стійкість, статику. Відповідно, Б. Тошович виділяє два типи метафор: статичну та динамічну. Статична, або ж колективна, – це метафора, яка втратила виразність і перетворилася в мертву, застиглу. Метафору, що відрізняється нестійкістю, непередбачуваністю, дослідник називає динамічною, її основною характеристикою вважає okazionalnıst, відсутність колективної ознаки [51, с. 224].

Така метафора є продуктом okazionalnogo метафоричного перенесення номінації, результатом індивідуальної творчості суб'єкта мовлення. Аналіз сучасного англomовного політичного дискурсу дає підставу стверджувати, що в мовленні політиків переважають «мертві» метафори, функцією яких є первинна номінація реалій політичного життя: «*tax relief, oil addiction, racial lens, the path to understanding, a new crossroad, doors of democracy, a battle of ideas, root problem, economic climate, a spending freeze*». Стерті політичні метафори по-новому «грають» у нових контекстах, можуть переосмислюватися і, таким чином, набувати нових семантичних відтінків [10, с. 17].

Навіть ті метафори, що перетворилися на штампи, мають здатність активно функціонувати у поточному дискурсі. Так, повтори та протиставлення метафор додають тексту емоційності та експресивності: «*The walls between old allies on either side of the Atlantic cannot stand. The walls between the countries with the most and those with the least cannot stand. The walls between races and tribes; natives and immigrants; Christian and Muslim cannot stand. These now are*

*the walls we must tear down. That is why America cannot turn inward. That is why Europe cannot turn inward. America has no better partner than Europe. Now is the time to build new bridges across the globe as strong as the one that bound us across the Atlantic».*

Американські політики вміло маніпулюють метафорами з меморіативною функцією, наприклад: «*And when we haven't done it, as in North Korea – let me just take one more example – in North Korea, we cut off talks. They're a member of **the axis of evil**. We can't deal with them. As far as North Korea is concerned, our secretary of state, Madeleine Albright, went to North Korea. By the way, North Korea, most repressive and brutal regime probably on Earth. The average South Korean is three inches taller than the average North Korean, **a huge gulag***». Метафори «*axis of evil*» та «*gulag*» викликають у свідомості американців стійкі негативні емоції та асоціюються з комуністичним режимом, насильством, але ці емоції в даному контексті набувають нового значення та спрямовані на новий об'єкт – Північну Корею.

Вербальні засоби, які політики використовують у своїх промовах, завжди розраховані на цільову аудиторію. Так, виступ Б. Обама перед жителями Берліна пронизаний метафорами епохи холодної війни: «*The Cold War, the Soviet shadow, Communism marching across Europe, the fall of the Berlin Wall, a battle of ideas against the communists, the shadows of yesterday*», які зосереджують емоції реципієнтів не на тих розбіжностях щодо світової політики, що виникли між Сполученими Штатами та Німеччиною останніми роками, а на тому періоді історії, коли між цими країнами існувала не лише плідна співпраця, але й спільний ворог.

У політичних текстах, що досліджувалися, функціонують також динамічні, індивідуальні метафори, які відрізняються від статичних непередбачуваністю, і є виявом індивідуальності, самостійності оцінок політичних реалій: «*We saw **racial tensions bubble to the surface** during the week before the South Carolina primary. We can dismiss Reverend Wright as a crank or a demagogue, just as some have dismissed Geraldine Ferraro, in the aftermath of her*

*recent statements, as harboring some deep-seated racial bias». «You know, I've been called a maverick; someone who marches to the beat of his own drum. Sometimes it's meant as a compliment and sometimes it's not. But we can't turn a blind eye to aggression and international lawlessness that threatens the peace and stability of the world and the security of the American people». «This is the moment when we must defeat terror and dry up the well of extremism that supports it».*

Кожна динамічна, індивідуальна метафора – «це духовний дотик, що викликає своєрідний стан благодаті», кожна повторена, статична метафора лише підтверджує тезу про результативність, ефективність втілення за допомогою мови готових моделей світу у когнітивну систему реципієнта. Тим не менш, навіть статична метафора, що використовується в мовленні політика, може спонукати опонента до створення живої, яскравої метафори: «*MCCAIN: How about a spending freeze on everything but defense, veteran affairs and entitlement programs. (...) OBAMA: The problem with a spending freeze is you're using a hatchet where you need a scalpel*» [52, с. 219].

Межа між динамічними та статичними метафорами у політичному дискурсі не досить чітка, оскільки найбільш вдалі динамічні, індивідуальні метафори з часом стають статичними, колективними і навпаки, від статичних метафор можуть утворюватися динамічні індивідуальні похідні. Політична метафора несе оцінне навантаження і тісно пов'язана з типом політичного мислення та з прийняттям політичних рішень [54, с. 237].

Отже, метафори можна розділити на ті, що виражають:

1) *позитивну оцінку*, наприклад: «*This is the moment we must help answer the call for a new dawn in the Middle East*» – метафора «*dawn*» символізує початок нового життя, надію на світле майбутнє;

2) *негативну оцінку*, наприклад: «*This orgy of spending and enormous deficits you voted for almost all of his budgets*». У даному прикладі метафора «*orgy of spending*» не лише означає безконтрольні витрати, але й асоціюється з розгулом та вакханалією, і, таким чином, формує негативне ставлення адресанта до певних явищ політичного життя;

3) *нейтральну оцінку*, наприклад: «*The worst thing we could do in this economic climate is to raise people's taxes*». Метафора «*economic climate*» в цьому контексті означає умови, ситуацію, середовище, економічну кризу, господарювання над бюджетом країни; формує нейтральне ставлення політиків до ситуації в країні.

Метафори, що використовуються в сучасному американському політичному дискурсі, відіграють значну роль у категоризації суспільно-політичних реалій. У результаті аналізу було виокремлено наступні семантичні типи метафор:

1) *метафора подорожі*: «*Let me express my thanks to the historic slate of candidates who accompanied me on this **journey**, and especially the one who **traveled the farthest** – a champion for working Americans and an inspiration to my daughters and to yours – Hillary Rodham Clinton. I am grateful to finish this **journey** with one of the finest statesmen of our time, a man at ease with everyone from world leaders to the conductors on the Amtrak train he still takes home every night*»;

2) *побутова метафора*: «*Yes, we must provide more **ladders** to success for young men who fall into lives of crime and despair*»;

3) *метафора війни*: «*We will **attack the problem on every front***»;

4) *метафора будови*: «*Trade has been a **cornerstone** of our growth and global development*»;

5) *транспортна*: «*Those stories – of survival, and freedom, and hope – became our story, my story; the blood that had spilled was our blood, the tears our tears; until this black church, on this bright day, seemed once more a **vessel carrying the story of a people** into future generations and into a larger world*»;

6) *метафора гри*: «*We can pounce on some gaffe by a Hillary supporter as evidence that she's **playing the race card**, or we can speculate on whether white men will all flock to John McCain in the general election regardless of his policies*»;

7) **метеорологічна, природних катаклізмів:** «*We are more compassionate than a government that lets veterans sleep on our streets and families slide into poverty; that sits on its hands while a major American city drowns before our eyes*»;

8) **землеробська:** «*We believe in low taxes; spending discipline, and open markets. We believe in rewarding hard work and risk takers and letting people keep the fruits of their labor*»;

9) **метафора механізму:** «*This great national cause will create millions of new jobs, many in industries that will be **the engine of our future prosperity**; jobs that will be there when your children enter the workforce*»;

10) **медична:** «*The reality of gun ownership may be different for hunters in rural Ohio than for those **plagued by gang-violence** in Cleveland, but don't tell me we can't uphold the Second Amendment while keeping AK-47s out of the hands of criminals*»;

11) **географічна:** «*But they have helped shape the political **landscape** for at least a generation*»;

12) **релігійна:** «*John McCain likes to say that he'll follow bin Laden to **the Gates of Hell** – but he won't even go to the cave where he lives*».

Сучасні політичні промови пронизані аргументативними, маніпулятивними та сугестивними технологіями, адже являються результатом роботи цілої команди професійних «*speechwriters*». Тому, метафора є хоча й дієвим, але лише одним із мовленнєвих засобів впливу на масову свідомість.

#### **2.4. Відтворення метафоричних одиниць у англомовному політичному дискурсі українською мовою**

Найбільш дієвим засобом передачі виразності, оцінності, агресивності та маніпулятивності у політичній мові є метафора. У політичному дискурсі метафора виступає достатньо завуальованим засобом переконання, прийняття або ж, навпаки, неприйняття певних політичних позицій. На думку вчених

присутність метафори у політичних промовах є досить непомітною для реципієнта, що дозволяє впливати не тільки на свідомість, а також й на підсвідомість. Оскільки емоційний потенціал лексичної одиниці найчастіше розкривається лише в певному контексті, що передає індивідуальний настрій чи світовідчуття, перекладачеві необхідно розглядати засоби експресії саме у контексті повідомлення. Під час виконання роботи перекладачеві доводиться опановувати особливості політичного дискурсу в обох мовах (оригіналу та перекладу).

До змісту політичного дискурсу також залучено усі наявні в свідомості адресанта та адресата тексту компоненти (фактори), що здатні впливати на породження та сприйняття мови: прецедентні тексти, вислови чи ситуації, політичні погляди автора, політична ситуація тощо. У двомовній комунікації разом з перекладом до усіх вищенаведених факторів додаються як об'єктивні фактори подолання мовного та лінгвоетнічного бар'єрів, так і суб'єктивні – ті, що пов'язані з особистісними характеристиками перекладача. Адекватний переклад політичного тексту або дискурсу передбачає реалізацію і смислової частини і прагматичної складової оригіналу.

Головні труднощі на шляху виконання якісного перекладу виникають саме тоді, коли у мові оригіналу та мові перекладу метафори не збігаються «якісно» чи концептуально (відображають різні поняттєві сфери або викликають різні асоціації). І певна річ, менталітет, культурні, історичні та соціальні аспекти різних націй впливають не тільки на створення, але й на сприйняття метафоричної моделі. Для політичного дискурсу ці розбіжності є настільки значущими, що помилки та неточності у перекладі метафоричних одиниць можуть суттєво спотворити комунікативну та прагматичну настанову автора тексту оригіналу. Розглядаючи питання перекладу метафори, слід зауважити, що воно не є до кінця вирішеним в наш час.

Метафорична одиниця у політичній комунікації становить проблему для перекладача саме через її багатогранність та наявність не лише певного концепту, що лежить в її основі, але й прагматичної складової. Усі

вищезазначені специфічні риси політичної метафори повинні бути якнайповніше відтворенні мовою перекладу. Їхня втрата становитиме загрозу не лише цілісності тексту, але й його комунікативній настанові: повідомлення мовою перекладу вже не зможе справити необхідне враження на реципієнта, що, в свою чергу, призведе до втрати його прагматичної складової.

З огляду на специфічні риси політичної метафори, існує декілька класифікацій способів їх перекладу. Такими можна вважати наступні перекладацькі стратегії:

1. Дослівний (повний) переклад використовується для метафоричних одиниць у тому випадку, якщо у мові оригіналу та мові перекладу співпадають і правила сполучуваності лексичних одиниць, і традиції вираження емоційно-оцінної інформації.

2. Прийом додавання або опущення використовується у тих випадках, коли міра імпліцитності уподібнення у мові оригіналу та мові перекладу різниться. В таких випадках виникає потреба в експлікації імпліцитної інформації наданої в оригіналі (прийом додавання), або, навпаки, імплікація концепту словесно вираженого в оригіналі (прийом опущення).

3. Заміна метафоричної одиниці мови оригіналу еквівалентною одиницею мови перекладу використовується у тих випадках, коли нема лексичного або асоціативного співвідношення між елементами метафори у мові оригіналу та мові перекладу але вони відображають один і той самий концепт.

4. Традиційна відповідність частіше за все використовується по відношенню до метафор фольклорного, біблійського, античного походження. За таких обставин і у мові оригіналу, і в мові перекладу склались однакові способи вираження метафоричного уподібнення.

Таким чином можна зробити висновки про те, що метафора є досить складним явищем не тільки для дослідження, але й для перекладу. В наш час перед перекладачами виникає низка проблем для рішення яких необхідно залучити не лише знання з області перекладознавства, а й масив фонових

знань, що допоможуть повною мірою відтворити іншою мовою таке складне та багатогранне явище як метафора.

## Висновки до розділу 2

Метафора є універсальним знаряддям мислення та пізнання світу. Метафора розповсюджене явище в сучасних засобах масової інформації, яка надає висловам виразність, емоційність, які певним чином впливають на читача. Вона є одним із найважливіших компонентів політичного дискурсу друкованих масмедіа, тісно пов'язана із стилістичною та комунікативною спрямованістю. Сьогодні до «дискурсу» відноситься будь-яке явище дійсності, що має знакову природу й є певним чином структуроване, включаючи мітинги, дебати, спектаклі, тощо. Саме так з'явився окремий науковий напрям – лінгвістика тексту, яка вивчає мову у дії на основі пошуку закономірностей, притаманних будь-яким текстам. Політичний дискурс існує в усній та письмовій формах. Усна форма (публічний виступ політиків високого рангу, їх інтерв'ю, виступ на радіо та телебаченні, пресконференції, парламентські дебати, блоки політичних новин в теле- і радіопередачах). Письмова форма охоплює не тільки обширну документацію (договори, домовленості, протоколи), а також і пресу (секції, відведенні для розміщення політичних фактів), а також політичну рекламу (плакати, білборди).

Більшість сучасних політичних промов пронизані аргументативними, маніпулятивними та сугестивними технологіями, адже являються результатом роботи цілої команди професійних «*speechwriters*». Тому, метафора є хоча й дієвим, але лише одним із мовленнєвих засобів впливу на масову свідомість.

Метафора є досить складним явищем не тільки для дослідження, але й для перекладу. В наш час перед перекладачами виникає низка проблем для рішення яких необхідно залучити не лише знання з області перекладознавства, а й масив фонових знань, що допоможуть повною мірою відтворити іншою мовою таке складне та багатогранне явище як метафора.

### РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ МЕТАФОР У АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

У політичному дискурсі метафора має вагоме значення, оскільки дозволяє побачити, уявити та оцінити певне явище із вигідної мовцю точки зору. Вона привертає і утримує увагу, насичує текст виразними образами, здатними надовго зберегтися у пам'яті, впливає на асоціативне мислення реципієнта. Метафора використовується для того, щоб підкреслити одні особливості предмету, а інші зробити менш помітними.

Одним із найефективніших та найвпливовіших засобів, які здатні створити потужний імідж, є метафора, аналіз якої в різних видах дискурсу є перспективним напрямом сучасної когнітивної лінгвістики. Концептуальна метафора розглядалася як засіб, здатний сконструювати імідж політичного діяча тощо.

Основоположники теорії концептуальної метафори Дж. Лакофф та М. Джонсон запропонували класифікацію метафори, яка включає три групи:

- орієнтаційні, які представляють абстрактні процеси або ситуації в просторовому відношенні;
- онтологічні, які трактуються як способи сприйняття дійсності, подій, ідей та емоцій як матеріальних сутностей і речей;
- структурні, що відносяться до концептуалізації процесів, коли концепт метафорично структурований у термінах іншого [28, с. 14].

Промови політиків мають на меті «зачепити» потрібні «струни» масової свідомості, вони націлені на перегукування із внутрішніми переконаннями кожного з адресатів, тому характерною особливістю політичних промов є широке використання метафор, оскільки «метафора відзначається унікальною властивістю у сенсі ефекту переконування – на неї важко дати спростування, вона схиляє до обов'язкового прийняття». Можна гіпотетично стверджувати, що чим більш нестабільною є ситуація в країні й запекліша боротьба за владу,

тим більша ймовірність використання метафоричних висловів у передвиборчому дискурсі.

У більшості випадків мова політичних діячів відрізняється високою частотою вживання метафор для формування у реципієнта підсвідомого емоційного фону і певного ставлення до якогось явища, події чи діяча. Яскравим прикладом цього є публічні виступи політиків США: Дональда Трампа та Гіллари Клінтон, які вдало та майстерно користуються метафорами, що роблять мову образною і живою.

### **3.1. Політичний дискурс промов Дональда Трампа та Гіллари Клінтон: порівняльний аспект**

Політичний дискурс є складним і цікавим для лінгвістичних досліджень явищем. Мовні засоби та стратегії публічного мовлення соціологи, лінгвісти та політтехнологи розглядають як важливий інструмент влади та впливу на суспільство, а вивчення структурних та функціональних особливостей політичних промов дає змогу зрозуміти поведінку відомих політиків, громадських діячів та відповідну реакцію суспільства. У Сполучених Штатах Америки через зростання ролі політики та мас-медіа через нещодавню виборчу кампанію, результати якої виявилися приголомшливими передусім для самих американців, політичний дискурс цієї країни як ключовий складник інституту президентства вкотре опинився в полі зору аналітиків та науковців.

Ці твердження вказують на актуальність нашого дослідження, викликану інтересом до промов двох ключових політичних постатей президентської виборчої кампанії – Гіллари Клінтон та Дональда Трампа. Лексико-семантичний та синтактико-стилістичний простори політичних комунікацій США, їхній евалюативний та прототипний компоненти та особливості були досліджені у працях Р. С. Помірка та І. Бутової. Діапазон можливостей політичної лінгвістики був розглянутий Л. Б. Нагорною, концептуальні метафори американського дискурсу – О. В. Безуглою,

функціонування метафоричних фреймів та прототипів – А. Мусолффом та М. Дж. Ландау. Структурно-діяльнісними аспектами дискурсу займалися А. Д. Литовченко, С. Т. Онуфрив. Одним із найновіших є опубліковане Дж. Лакоффом дослідження когнітивних механізмів та моделей впливу промов Д. Трампа на свідомість електорату [11, с. 10].

Дослідники по-різному кваліфікують основні ознаки політичного дискурсу. Як предмет політичної філології він розкритий у працях В. З. Дем'янова. С. Т. Онуфрив, наприклад, вважає політичний дискурс вербалізованим виявом політики, мовною дійсністю у конкретних соціальних координатах, соціолінгвістичною структурою. А. Д. Литовченко аналізує соціальні теорії мови та дискурсу на базі якого сформульовано й аргументовано концепцію розуміння дискурсу як структурно-діяльнісного соціального феномену, що складається з мови та соціального контексту її застосування, а базовими характеристиками дискурсу вважає декларативність і маніпулятивну спрямованість. Водночас А. П. Мартинюк зазначає, що «ситуативний контекст дискурсу – спосіб моделювання релевантних з погляду суб'єкта факторів навколишнього середовища, що виробляється в процесі взаємодії суб'єкта з середовищем, під час якої фактори цього середовища стають частиною внутрішнього світу суб'єкта» [44, с. 109].

Отже, політичний дискурс є структурно-діяльнісною формою взаємодії політика з громадськістю на фоні віддзеркалення в його свідомості змінного ситуативного контексту, який містить комунікативний, евалюативний та маніпулятивний компоненти.

У мовній поведінці Д. Трампа критики виділяють кілька переважаючих стратегій:

- жорстка категоризація та критика саме тих сегментів населення, проти яких налаштований цільовий електорат (мусульман, іммігрантів, жінок, неповносправних, людей з нетрадиційною орієнтацією тощо);

- нагнітання жахів, занепокоєння щодо стану зовнішньої та внутрішньої політики, зокрема пов'язаного з напливом сирійських мігрантів;
- пропонування готових рішень економічних, політичних та соціальних проблем.

Щодо структурно-семантичних особливостей, то ними є:

- використання наближення до розмовного реєстру, зокрема й у формах звертання (*Folks! Народ!, What the hell... якого дідька*), завдяки чому він прагне наблизитися до пересічного американця (*layman*) й віддалитися від тих республіканців, які дотримуються канонів увічливості;
- спрощений синтаксис: використання простих речень та конструкцій, фрагментарних синтаксичних структур та дробіння складного речення на кілька неповних;
- дослівний повтор й відтворення ідентичного змісту в семантично синонімічній формі [39, с. 88].

Дослідник Дж. Лакофф вважає повтори ефективними у політичній стратегії Дональда Трампа. Як і більшість політиків у своєму мовленні він використовує емоційно забарвлені епітети. Таким чином, завдяки модифікаціям, тобто додаванню евалюативних прикметників та прислівників до вже згаданих дієслів та іменників, увага аудиторії фокусується на семантиці ключових слів.

Аналізуючи дискурсивну тріумфальну промову Д. Трампа, ми виявили ряд особливостей, що дозволяють збагнути його нинішнє політичне бачення та перспективи розвитку американської політики на найближчий президентський термін. Відзначимо, що хоча виступ не позбавлений притаманних йому стандартних формулювань та експресивності, помітними рисами є більша, порівняно з передвиборчими промовами, стриманість та ввічливість і навіть привітність висловлень на адресу своїх суперників та прагнення уникати гострих тем, що стосуються окремих верств населення.

Політик неодноразово потрапляв у чорні списки через свої некоректні висловлення на адресу Б. Обама та Г. Клінтон. На думку Л. А. Кудрявцева: «В умовах політичного вибору, яким є виборча кампанія, бажання очорнити опонента пов'язане з бажанням чинити психологічний вплив і вплив не тільки на опонентів – прямих учасників конфліктних форм комунікації, але передусім – на третіх осіб, слухачів, глядачів або ж то читачів, з метою нав'язати їм свої негативні оцінки, надати маніпулятивний піар-вплив» [26, с. 43].

У своєму зверненні Д. Трамп традиційно використовує методику повторів, очевидно, для того, щоб закарбувати в пам'яті слухачів та глядачів розуміння, чому саме він став президентом, і співчуває Г. Клінтон уже на самому початку, виступаючи в ролі позитивного національного героя: «*She congratulated us – it's all about us...*» – (Вона привітала **нас** – наголошую, **нас...**), «*...a very, very hard-fought campaign*» – (**надзвичайно, надзвичайно** складна для подолання кампанія), «*...she – she fought very hard*» – (...**вона** – **вона** так сильно боролася). Повтори також спостерігаються у формах звертання до народу: «*...expect our government to serve the people and serve the people it will*» – (тут також він вдається до стилістичного прийому інверсії), «*tremendous potential*» – (величезний потенціал) та в розповідях про членів своєї родини, команди та Secret Service (секретної служби): «*great, great relationship*», «*unbelievable job, unbelievable*».

Г. Клінтон теж згадує Трампа у своїй промові, запевняючи американський народ, що ця людина буде тим президентом, який повинен пам'ятати про верховенство права й гідності кожного окремого американця, а також натякає на вагомість інших республіканських демократичних принципів: «*Last night I congratulated Donald Trump and offered to work with him on behalf of our country. I hope that he will be a successful president for all Americans*» – (Вчора ввечері я привітала Дональда Трампа і запропонувала співпрацю задля нашої країни. Я сподіваюся, що він буде успішним президентом для всіх американців).

Далі Г. Клінтон відразу ж переходить до характеристики цієї складної кампанії, жаль з приводу якої, за її словами, відчуває не тільки вона сама, але й виборці, перед якими вона вибачається: *«This is not the outcome we wanted or we worked so hard for, and I'm sorry we did not win this election for the values we share and the vision we hold for our country»* – (Це зовсім не той результат, якого ми хотіли і для досягнення якого ми так інтенсивно працювали, і мені дуже прикро, що ми не виграли ці вибори для наших спільних цінностей та бачення нашої країни).

Властива політична гіперболізація виявляється у зверненні Д. Трампа з вживанням таких словосполучень: *«to owe sb a major debt of gratitude»* – (бути вдячним; у боргу перед кимось), *«untapped potential»* – (невідкритий або невикористаний досі потенціал), *«second to none»* – (незрівнянна, про економіку США), *«Nothing we want for our future is beyond our reach»* – (Усе, чого ми хочемо в майбутньому, буде досягнуто нами), *«America will no longer settle for anything less than the best»* – (Америка погодиться тільки на краще). Для перекладу останніх речень використано прийом мейозису, тропу «применшення», що доволі часто трапляється в англійському мовленні [23, с. 334].

Не менш емоційно забарвленими є такі вирази: *«to embark upon the project»* – (взятися за проект; ступити на шлях проекту), *«to harness creative talents»* – (спрямувати творчі таланти), *«to leverage their tremendous talents»* – (стимулювати розвиток надзвичайних талантів), *«bind the wounds of division»* – (защити рани ворожнечі) та ін.

Хоча промова Г. Клінтон за структурою не надто відрізняється від типової промови Д. Трампа, тобто містить звернення до громадян, згадки про опонента, розкриття власних почуттів і планів на майбутнє, нагадування про здобутий досвід та власний безсумнівний авторитет, все ж для неї характерні деякі зовсім інші особливості індивідуального стилю політичної комунікації й подекуди протилежні дискурсивні атрибути. У своїх зверненнях Г. Клінтон, як правило, користується термінологічним інвентарем економічного,

соціального, юридичного та медичного спрямування. Вона вдається до прихованого застереження, закликів до побудови *«hopeful, inclusive, and big-hearted America»* – (Америка, сповнена надій, всеохопна та милостива), підтверджуючи вірність принципам, які вона відстоює. Держсекретар пропонує не готові рішення, а закликає до співпраці та апелює до прикладів із власного нелегкого життя на ниві політики, що додають її промові невимушеності та щирості.

Стосовно метафор, за словами Дж. Лакоффа, в американському політичному дискурсі чітко вирізняються такі структури метафори, які також простежуються в промовах Г. Клінтон та Д. Трампа: *«A Country Is A Person, President Stands For The Country, Countries At War – People At War, The Nation Is A Family, Your Family National Heritage Makes You A Member of That Nationality, Knowing Is Seeing, Naming Is Identifying»*. Г. Клінтон застосовує у своїй емоційній промові синонімічні ряди, зокрема: *«vast, creative, diverse, unruly, energized (campaign); hopeful, inclusive, big-hearted (America); talented, dedicated (men); respect, cherish (democracy); to pursue and achieve (your own dreams)»*. Її стилю також притаманні повтори, але вони виглядають щирими, напр.: *«protecting our country, protecting our land»* – (захищаючи нашу країну; захищаючи нашу землю); *«this loss hurts, but please never stop believing that fighting for what's right is worth it. It is, it is worth it»* – (Ця втрата болюча, але прошу, ніколи не переставайте вірити, що боротьба за добро того варта. Дійсно, дійсно того варта).

Яскраво та влучно в промові функціонують ідіоматичні вирази в таких реченнях: *«Our constitutional democracy enshrines the peaceful transfer of power»* – (Для нашої конституційної демократії мирна передача влади є святістю); *«We owe him an open mind and the chance to lead»* – (Ми завдячуємо йому, за його відкритість та шанс бути лідером), а також використані словосполучення: *«to break down the barriers»* – (зруйнувати стіни або перешкоди), *«to invest sb's hopes»* – (покласти надії), *«to share values»* – (поділяти цінності), *«to represent the best of»* – (представляти

найкраще, що є), «*to defend values*» – (боронити або відстоювати цінності) та ін. Крім того, у промові Г. Клінтон знайшли застосування такі асоціативні фреймові словосполучення: «*pride and gratitude*» – (гордість та вдячність); «*comforts, hopes and dreams*» – (утіхи, надії та мрії); «*rights and dignity*» – (права й гідність); «*respect and cherish*» – (поважати та плекати); «*volunteers, community leaders*» – (волонтери, громадські лідери); «*successes and setbacks*» – (успіхи й невдачі).

Публічний політичний дискурс нещодавніх кандидатів у президенти США – як Г. Клінтон, так і Д. Трампа – має ряд спільних особливостей, оскільки промови характеризуються наявністю смислів, ідей та позицій, що підтримуються певною частиною електорату країни. Тематично вони зосереджені на політичних, соціальних та культурних проблемах, але мовленнєвий аналіз їхньої репрезентації показує різне бачення та способи вирішення у близькому майбутньому. Політичний дискурс Д. Трампа – поведінка людини, що стала переможцем, а Г. Клінтон постає як переможений суперник, який надалі боронитиме права й свободи американського народу. Обидві політичні постаті вдаються до образних прийомів, звертаючись до народу, повторюють ключові фрази, підкреслюють свою роль у державотворенні та прийнятті подальших важливих демократичних рішень. Однак у промовах для реалізації гуманістичних принципів примирення та співпраці Г. Клінтон та Д. Трамп використовують інші мовні засоби, що дозволяють адекватно висвітлити їхній унікальний політичний імідж.

### **3.2. Лінгвістичні засоби у стратегіях самопрезентації політиків Дональда Трампа та Гіллари Клінтон**

На думку П. Переверзева, «комунікативна стратегія включає в себе планування процесу мовленнєвої комунікації залежно від конкретних умов спілкування та індивідуальностей комунікантів, а також реалізацію цього плану. Іншими словами, комунікативна стратегія – комплекс мовленнєвих дій,

спрямованих на досягнення комунікативних цілей». О. В. Горіна під комунікативною стратегією розуміє «сукупність запланованих мовцем і реалізованих в ході комунікативного акту теоретичних ходів, направлених на досягнення комунікативної цілі» [15, с. 5].

Таким чином можна сказати, що комунікативна стратегія – модель спілкування, спрямована на планування процесу мовлення, результатом якого є досягнення комунікативної мети, тобто, це комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення цілей адресата. М. Діденко вказує на такі основні стратегії політичної комунікації: «стратегія самопрезентації, агітаційна, формування емоційного контролю, інформаційно-інтерпретаційна, аргументативна, маніпулювання, нападу, самозахисту тощо».

В нашому дослідженні ми зосередимося на стратегії самопрезентації, оскільки на етапі передвиборчих компаній саме вона є центральною і формує гендерну ідентичність промовця. На думку М. С. Дорофєєвої, текстовий рівень комунікативної стратегії самопрезентації суб'єкта в політичній промові утворюють сукупності мовних і мовленнєвих тактик, що їх використовує промовець з метою впливу на аудиторію [19, с. 75].

Так, кожен президент США закладав у менталітет електорату імідж Америки як «супердержави» і кожен новий кандидат на президентство продовжує таку традицію, зміцнюючи її у своїх промовах тактиками заспокоєння американського народу – боротьбою з тероризмом та різними зовнішніми загрозами (безпека), сподіванням на світле майбутнє (охорона здоров'я, медицина, соціальна політика), економікою та особливою для Г. Клінтон тактикою ролі та місця жінки у суспільстві. *«There cannot be true democracy unless women's voices are heard. There cannot be true democracy unless women are given the opportunity to take responsibility for their own lives»* – (Не може бути істинної демократії, якщо не будуть почуті голоси жінок. Не може бути справжньої демократії, якщо жінкам не буде надана можливість взяти на себе відповідальність за своє власне життя). Натомість Д. Трамп наголошує на тому, що він один, хто здатен привести країну на

новий рівень – сильної та великої держави, використовуючи тактику обіцянок, яка є традиційною у політичному дискурсі: *«Sadly, the American dream is dead. But if I get elected president I will bring it back bigger and better and stronger than ever before, and we will make America great again»* – (Як прикро, американська мрія померла. Але якщо я буду обраний президентом, я поверну її, зроблю більше, краще і сильніше, ніж будь-коли раніше, і ми знову зробимо Америку великою).

Порівнюючи використання лінгвістичних засобів, застосування стратегії самопрезентації промов Д. Трампа та Г. Клінтон, ми помітили, що Клінтон використовує багато словосполучень та виразів на позначення свободи, рівності та захисту прав населення. Так, лише у промові на висунення своєї кандидатури у президенти Клінтон використовує слово *«freedom»* двічі, а слово *«rights»* – дев'ять разів, слово ж *«American»* використовується 34 рази, наголошуючи на важливості кожної думки усіх громадян: *«We Americans may differ, bicker, stumble, and fall; but we are a team best when we pick each other up, when we have each other's back»* – (Ми, американці, можемо відрізнятись, сперечатися, спотикатися і падати, але ми йдемо вперед, коли підтримуємо один одного, коли один одного прикриваємо).

На відміну від Д. Трампа, Г. Клінтон у своїй промові використовує переважно особовий займенник *«we»*, що уособлює єдність кандидата та її електорат, підкреслюючи той факт, що для Клінтон кожен голос та думка важливі. Таким чином, вона використовує тактику мотивації людей: *«We don't hide from change, we harness it. But we can't do that if we go back to the top-down economic policies that failed us before»* – (Ми не ховаємося від змін, ми просто сидимо. Але ми не зможемо більш цього робити, якщо повернемося до тієї економічної політики, яка раніше нас підводила).

Отже розуміємо, що, використовуючи стратегію самопрезентації, промовець робить основну ставку на почуття захоплення і навіть благоговіння. Так, обидва кандидати справляють враження впевненого та компетентного лідера, який приведе народ до світлого майбутнього. Дональд

Трамп використовує стратегію самореклами, оскільки його метою є не показати негативні якості свого опонента, а наголосити на своїх позитивних сторонах, довести, що саме він володіє усіма необхідними для лідера характеристиками. Для того, щоб подати себе у якнайвигіднішому світлі та створити в очах цільової аудиторії позитивний імідж, Д. Трамп вдається до тактики протиставлення себе опоненту, однак прямо не називає його, що є знаком прагнення бути політкоректним, а такий прийом схвально сприймається слухачами: *«Before I talk about that new government, let me say something about the one that has just passed»* – (Перш ніж говорити про новий уряд, дозвольте мені сказати децю про те, що тільки но відбулось).

Загальні спостереження вказують на основну риторичну усіх промов Дональда Трампа як агресивну і зневажливу. Він ображає жінок, насміхається над конкурентами, використовуючи політичний сленг та політичну метафору, й перетворює таким чином передвиборну боротьбу в США на взаємний риторичний агресивний перепал, а не етичне змагання. Водночас він лідирує майже в усіх опитуваннях. У своїх промовах Д. Трамп наголошує на сучасних проблемах країни завдяки простим лінгвістичним конструкціям. Так, він використовує повторення країн-суперників: *China, Japan, Mexico*.

Вживання особового займенника *«we»*, що уособлює усіх громадян країни, підсилює психологічний тиск завдяки залученню їх у зазначені проблеми. Це значно скорочує дистанцію між адресатом та цільовою аудиторією, переконуючи їх, що вони роблять одну справу та переслідують спільну мету: *«Our country is in serious trouble. We don't have victories anymore. We used to have victories, but we don't have them. When was the last time anybody saw us beating, let's say, China in a trade deal? ...When did we beat Japan at anything? ...When do we beat Mexico at the border? The U.S. has become a dumping ground for everybody else's problems»* – (Наша країна знаходиться в серйозній біді. У нас більше немає перемог. Раніше у нас були перемоги, але зараз їх немає. Коли в останній раз хтось бачив, як ми перемагаємо, скажімо, Китай у торговій угоді? – Коли ми взагалі перемагали

Японію? – Коли ми переможемо Мексику на кордоні? США перетворилися на звалище для всіх інших проблем).

Зазначимо, що Трамп використовує короткі прості речення, які акцентують увагу слухача на кожному пункті промови. Він не зазначає точних винуватців усіх проблем, яких було згадано у промові чи точних прикладів суперництва США та вказаних країн. З іншого боку використовує тактику дискредитації суперника Г. Клінтон. Вона акцентує увагу аудиторії на проблемах з якими зіткнулися президенти-демократи, але успішно подолали їх. Вона згадує Т. Рузвельта, Б. Клінтона та Б. Обаму, які зробили певні внески у розвиток країни, наголошуючи на тому, що вони демократи: **«When President Clinton honored the bargain, we had the longest peacetime expansion in history, a balanced budget, and the first time in decades we all grew together, with the bottom 20 percent of workers increasing their incomes by the same percentage as the top 5 percent. When President Obama honored the bargain, we pulled back from the brink of Depression, saved the auto industry, provided health care to 16 million working people, and replaced the jobs we lost faster than after a financial crash»** – (Коли президент Клінтон виконав умови угоди у нас була найдовша експансія мирного часу в історії, збалансований бюджет і вперше за десятиліття ми всі зростали разом, причому нижні 20 відсотків робітників збільшували свої доходи на той же відсоток, що і верхні 5 відсотків. Коли президент Обама виконав умови угоди, ми відійшли від краю депресії, врятували автомобільну промисловість, надали медичну допомогу 16 мільйонам працюючих людей і замінили робочі місця, які втратили швидше, ніж після фінансового краху).

Зазначимо також й те, що Клінтон не використовує прямих звинувачень, а лише натякає на вину попередників-республіканців: **«Instead of an economy built by every American, for every American, we were told that if we let those at the top pay lower taxes and bend the rules, their success would trickle down to everyone else»** – (Замість економіки, побудованої кожним американцем для кожного американця, нам сказали, що якщо ми дозволимо тим, хто нагорі,

платити нижчі податки і порушувати правила, їх «успіх» просочиться до всіх інших). Продовжуючи тактику дискредитації суперника, Г. Клінтон використовує риторичні питання, наприклад: «*What happened?...When does my hard work pay off? When does my family get ahead?...*». Таким чином, вона веде слухача до думки про те, що успіху можна досягти лише разом та без допомоги республіканців: «*Democracy can't be just for billionaires and corporations. Prosperity and democracy are part of your basic bargain too. You brought our country back. Now it's time – your time to secure the gains and move ahead*» – (Демократія не може бути тільки для мільярдерів і корпорацій. Процвітання та демократія також є частиною вашої основної угоди. Ви повернули нашу країну. Тепер прийшов час - Ваш час закріпити завоювання і рухатися вперед).

Г. Клінтон, на відміну від Д. Трампа, використовує тактику обіцянок доповнюючи її повтореннями слів, що акцентують увагу на успішності, благополуччі та економічній стабільності: «*I'm running to make our economy work for you and for every American*» – (Я хочу зробити все, щоб змусити нашу економіку працювати на Вас і на кожного американця).

Отже, політики використовують риторичні питання, щоб провокувати думки в аудиторії, змусити її сприймати їхню тактику дискредитації. До групи найбільш уживаних лексико-стилістичних прийомів належать епітет, метафора, алюзія, паралельні конструкції, градація, повтор, антитеза, емоційне протиставлення. Ще однією тактикою самопрезентації є викриття, яке актуалізується через наведення фактів й аргументів, що роблять очевидною чиясь винуватість або причетність: «*And shouldn't the rest of us ask him «Where have you been while all this has been going on, and what are you doing about it?» The answer is nothing*» – (А хіба інші не повинні запитати його: «Де ти був, поки все це відбувалося, і що ти з цим робив?» У відповідь тиша).

Щодо гендерних маркерів, то у промовах Клінтон чітко простежуються «жіночі» лексичні маркери: сім'я, свобода жінки, рівноправність: «*This isn't a women's issue. It's a family issue. Just like raising the minimum wage is a family*

*issue. Expanding childcare is a family issue» – (Це не жіноча проблема. Це сімейна проблема. Точно так само, як підвищення мінімальної заробітної плати – це сімейне питання. Розширення догляду за дітьми – це сімейне питання).*

Стосовно лінгвістичних засобів, ми можемо спостерігати використання складніших речень та непрямих слів, використання евфемізмів та метафор: *«Our political system is so paralyzed by gridlock and dysfunction that most Americans have lost confidence that anything can actually get done» – (Наша політична система настільки паралізована тупиком і дисфункцією, що більшість американців втратили впевненість у тому, що насправді можна щось зробити).*

Усі зазначені вище лексико-стилістичні елементи були використані з метою створити контакт з аудиторією, виразити суб'єктивну спрямованість змісту, зробити його більш зрозумілим, зменшити соціальну відстань, приховати свої інтереси, посилити експресивність та уникнути негативної реакції. Таким чином відбувається своєрідна маніпуляція думкою слухачів. У свою чергу, промови Трампа відрізняються використанням простих речень, особових займенників «I» та «They», що більше привертають увагу слухачів та роблять його причетним до зазначених подій, повторення негативних слів, країн-суперників є проявом суто чоловічого гендеру.

Отже, проаналізувавши промови Гіларі Клінтон та Дональда Трампа, можемо зробити наступні висновки, що кожен із кандидатів використовує чітку стратегію самопрезентації у своїх промовах. Для Трампа це агресивна стратегія маніпуляції за допомогою простих речень, повторень, уособлення та нанизування негативних факторів, що створює репутацію людини вольової з чіткою стратегією, можливо, і не завжди коректною, проте ефективною. Водночас лінгвістичні засоби Клінтон підкреслюють її ставлення до сім'ї як матері, прав жінок як однієї з них, боротьби за права і свободи людей як представника демократів.

### 3.3. Концептуальна метафора у сучасному політичному дискурсі

Новий підхід до тлумачення метафори, а саме з позиції когнітивної лінгвістики, вимагає більш глибокого та багатогранного її вивчення, в першу чергу чіткого осмислення самого терміна «концептуальна метафора» та опису характерних ознак цього поняття як з теоретичної точки зору, так і через аналіз прикладів різних видів концептуальної метафори. В когнітивній лінгвістиці метафора пояснюється перш за все як розумова операція над концептами, як засіб концептуалізації, який дозволяє осмислити ту чи іншу область реальності. Первинні концепти початково складаються на базі досвіду, отриманого в інших областях. При цьому відбувається перенесення не просто ізольованого імені, а цілісної концептуальної структури (схеми, фрейму, моделі, сценарію), яка активується певним словом (фокусом метафори).

Таку метафору Дж. Лакофф та М. Джонсон називають концептуальною метафорою, що є одним з основних типів когнітивної моделі як механізму мислення та створення концептуальної сфери. Лінгвіст М. Блек вважає, що «механізм концептуальної метафори в тому, що до головного суб'єкта додається система «асоціативних імплікацій», пов'язаних з допоміжним суб'єктом. Метафора відбирає, організовує одні, цілком певні характеристики головного суб'єкта, і усуває інші». Сукупність метафор представника етносу складає його метафоричну картину світу. Вона є результатом ментально-образної діяльності, відображенням уявлень про оточуючу дійсність у метафориці висловлень [3, с. 17].

Отже розглянемо, яка метафорична картина сучасного світу постає перед нами:

1) Концептуальна модель **«політика – це війна»** на сучасному етапі привертає до себе увагу, стихія латентної агресії та захоплення метафорами політичних текстів та промов. Явище мовної агресії, крім концепту «війна», реалізується і в концепті «кримінал», стає віддзеркаленням криміналізації свідомості суспільства. Агресія вказує саме на пріоритет примусу та

залякування, тим часом як метафоризм вказує на безвідповідальність та «недискурсивність» громадянського діалогу. Метафора зачіпає механізми підсвідомого, що діє в екстралінгвістичному просторі та викликає афекти, які підмінюють собою нормальну дискурсивну практику.

Якщо країни знаходяться у напружених стосунках, прийнято вживати вислів «*at loggerheads*»: «*ASEAN and The United States remain at loggerheads with no compromise in sight*» – (Асоціація держав Південно-Східної Азії та Сполучені Штати як і раніше знаходяться в глухому куті, ніякого компромісу не передбачається). Для опису погіршення стосунків між країнами вживається метафоричний вислів «*sour relations*»: «*By extending central rule, the government risks souring relations with the Sikhs*» – (Розширюючи центральне правління, уряд ризикує зіпсувати відносини з сикхами).

Вирази, що містять лексему «*war*», часто вживаються у метафоричному значенні і малюють концептуальну картину світу, сповнену військових конфліктів: «*The director-general of military operations for the Indian Army has said that Pakistan and India are on the brink of war*» – (Генеральний директор з військових операцій індійської армії заявив, що Пакистан і Індія знаходяться на межі війни). Політичні поразки є поширеною темою у сучасних засобах масової інформації. Одним із способів описати це є метафора «*to scupper the talks*»: «*The latest information could scupper the peace talks*» – (Останнє повідомлення може зірвати мирні переговори).

Навмисні дії опонентів, спрямовані на зруйнування репутації політичних опонентів називаються «*character assassination*»: «*In the hearings for Clarence Thomas' nomination to the Supreme Court of the United States, supporters claimed that both Clarence Thomas and Anita Hill were victims of character assassination*» – (На слуханнях щодо висунення кандидатури Кларенса Томаса до верховного суду Сполучених Штатів, прихильники стверджували, що і Кларенс Томас і Аніта Хілл були жертвами політичних ігор).

2) Концептуальна модель «політика – це спорт». Політичні опоненти представлені як ключові гравці: «*Talks that took place earlier this month*

*between China and Vietnam. If these two key players in the region are sincere about wanting to normalize their relations, Cambodia will be the first to benefit»* – (На початку цього місяця між Китаєм і В'єтнамом відбулися переговори. Якщо ці два ключові гравці в регіоні щиро хочуть нормалізувати свої відносини, Камбоджа виграє від цього в першу чергу).

Політичні події, що тривають довгий період часу, прийнято називати «*marathon*»: «*And budget negotiators held another budget marathon session that lasted past midnight*» – (Учасники переговорів з питань щодо бюджету провели ще один марафон, який тривав після півночі). Метафора «*play hardball*» запозичена з бейсболу і позначає агресивні методи ведення переговорів або політичних дискусій: «*Act aggressively and ruthlessly, as in it's only a month before the election, and I'm sure they'll start to play hardball*» – (Дійте агресивно і безжально, адже до виборів всього місяць, і я впевнений, що вони почнуть грати за жорсткими правилами). Деякі гонки вимагають від бігунів, щоб вони перестрибували через дерев'яні бруски, які встановлені на треку і мають назву «*hurdles*»: «*Many pundits agreed that high unemployment rates presented Barack Obama with the biggest hurdle to getting reelected*» – (Багато експертів сходилися на думці, що високий рівень безробіття являє собою найбільшу перешкоду для переобрання Барака Обами).

3) Концептуальна модель «**політика – це природні катаклізми**». Землетруси – короткотривалі, раптові струси земної кори, викликані перемінним переміщенням мас гірських порід у надрах Землі, чому сприяє порушення розтяжності осередку гірських порід і виникнення сейсмічних хвиль; під час сильних землетрусів, на поверхні Землі часто виникають щілини, скиди, зсуви, цунамі; часом землетруси спричинюють великі руйнування. Метафорично, землетруси можуть описувати важливі події, які змінили нормальний стан справ у політиці або у державі. Звернемо увагу на наступний приклад: «*«A complete earthquake»: Joe Scarborough reacts to Trump winning the presidency seismic»*» – (Повний землетрус: Джо Скарборо реагує на перемогу Трампа на президентських виборах сейсмічно). Слово

«сейсмічно» описує рівень руху земної кори під час землетрусу. Метафорично, будь-яка подія, яка має глибокий та швидкий ефект на людей може бути описана як сейсмічна. *«Trump maps out a new administration to bring a seismic shift to Washington»* – (Трамп призначає нову адміністрацію, щоб принести сейсмічний зсув до Вашингтона).

4) Концептуальна модель **«політика – це театральне дійство»**. Важливе місце у сучасному політичному дискурсі посідає метафора театру. Метафорична модель «політична дійсність – театр» має значний прагматичний потенціал. Згідно з уявленням сучасної когнітивної семантики метафоричне моделювання – це засіб пізнання й оцінки певного фрагмента об'єктивної дійсності за допомогою сценаріїв, фреймів, які належать до іншої поняттєвої сфери. Щоразу, інтерпретуючи, сприймаючи метафору, адресат звертається до певного перетину поняттєвих сфер з якими пов'язані асоціації. Так, усвідомлення політичної дійсності як театру оцінюється негативно, а відповідні метафори «характеризуються, як правило, пейоративною аксіологічною маркованістю». На думку багатьох дослідників, метафора театру – це один із найактуалізованіших типів інтерпретації політики в публіцистиці [26, с. 65].

5) Метафорична модель **«політична дійсність – театр»** часто допомагає знайти потрібне метафоричне позначення для змалювання політичного життя, оскільки концептуальна сфера «театр» як вихідна для творення метафори є достатньо структурованою й добре відомою носіям мови. Порівняймо такі приклади: *«In Barack Obama's first few years as president, Democrats accused Republicans of engaging in political theater when they seemed to filibuster or block all Democratic bills in Congress»* – (У перші кілька років перебування Барака Обами на посаді президента демократи звинувачували республіканців в участі в політичному театрі, коли вони, здавалося, займалися піратством або блокували всі демократичні законопроекти в Конгресі).

Вираз **«up in lights»** вживається на позначення людини, яка стає відомою і отримує своє ім'я на устах громадськості: *«One wonders if some members of*

*Congress really ran for office for public service or simply to have their name up in lights»* – (Виникає питання чи дійсно деякі члени Конгресу балотувалися на державні посади задля служіння народу чи вони це робили просто для того, щоб «засвітитися»). У деяких великих театрах є більш ніж одна сцена. Традиційно найважливіша частина гри виконується на центральній сцені. Образно, питання, що перебуває на центральній сцені означає, що воно є найбільш важливою частиною процесу або ситуації: *«High unemployment seemed to take center stage in the previous presidential elections»* – (Високий рівень безробіття, здавалося, зайняв центральне місце на попередніх президентських виборах).

Проаналізувавши вживання концептуальних метафор у сучасному англomовному дискурсі, ми виділяємо наступні метафоричні моделі: концептуальна модель «політика – це війна», концептуальна модель «політика – це спорт», концептуальна модель «політика – це природні катаклізми», концептуальна модель «політика – це театральне дійство». Політичній метафорі притаманний ефект переконування, тобто на неї важко дати спростування, вона схиляє до обов'язкового прийняття рішення. Знання когнітивного і культурного контексту, що обумовлює вживання тієї чи іншої метафори – необхідна умова успішного декодування метафор в газетних та журнальних статтях.

Проте не менш важливим є лінгвістичний контекст, знання метафоричного синтаксису, особливостей функціонування метафор в дискурсі. Лише поєднання цих двох аспектів дає можливість досягти «метафоричної компетенції» і перейти від розпізнавання метафор в тексті до їхнього розумного використання у мові.

### **3.4. Концептуальна метафора в промовах Дональда Трампа**

Метафора – це художній засіб, який несвідомо вживає більшість людей. Проте у рамках політичного дискурсу метафори чітко підбираються та

готуються, з метою сформуванати суспільну думку, не нав'язуючи власної, принаймні без відчуття зайвого тиску на аудиторію. Вживання концептуальних метафор у політичному дискурсі, а саме в промовах кандидата у президенти передвиборчої кампанії США, Дональда Трампа, неабияк допомогло йому досягнути своєї мети.

Протягом існування цивілізацій одним з найбільших чинників впливу людини на інших було ораторське мистецтво. Вміння підібрати потрібні слова, скомпонувати в міру лаконічний, проте наповнений текст виливалося як у злети людства, так і у його падіння. Невіддільним складником таких промов були художні засоби, за допомогою яких вдавалось привернути увагу реципієнта та натиснути на важелі поняттєвого мислення, не створюючи ефекту примусу, а навпаки – ілюзію прийняття рішення за власною волею.

Концептуальна метафора – це метафора, яка належить до розуміння однієї ідеї (сфери діяльності), або концептуального домену, відносно іншого. Концептуальна метафора є однією з найважливіших частин когнітивного апарату. Концептуальні метафори здійснюють взаємодію між розумом і культурою і служать тим знаряддям думки, за допомогою якого нам вдається досягти найвіддаленіших ділянок нашого концептуального поля.

Гарним прикладом ролі та впливу концептуальної метафори на реципієнта можна вважати промови діючого президента Сполучених Штатів Америки Дональда Трампа. Найбільш вживаною ним стала соціальна модель з мілітарною концептуальною метафорою *«вибори – це битва»*. Це пояснюється традиційним для американського передвиборчого дискурсу розумінням виборів як сутички зазвичай двох кандидатів. Значимість цієї концептуальної метафори підтверджується словами Дж. Лакоффа і М. Джонсона про важливу роль метафори *«суперечка – це війна»*, яку вони відносили до числа основних для американської культури.

Різноманітність мілітарної метафорики в досліджуваному дискурсі дозволяє говорити про її широку поширеність: війна (передвиборча агітація) охоплює всю країну (виборчі округи), ведеться за певною стратегією

(передвиборчі програми), учасники війни безперервно атакують і обороняються (проводяться дебати), у кожної сторони є свої союзники і вороги. Завдяки високій частотності вказаної концептуальної метафори є можливість провести більш детальний аналіз за допомогою побудови фреймово-слотової ієрархії. В рамках концептуальної метафори «**вибори – це битва**» були виділені наступні етапи:

- «Військові дії». «Початок військових дій»: «***How are they going to beat ISIS?***» – (Як вони збираються перемогти Ісламську державу?); «***It includes lifting the restrictions on American energy, which is under siege***» – (Це включає в себе зняття обмежень з американської збройної сили, яка знаходиться в облозі).
- «Результат війни». «Перемога»: «***We do not have victories anymore***» – (У нас більше немає перемог). «***We used to have victories, but we do not have them***» – (Раніше у нас були перемоги, але зараз їх немає). «***Yemen was a great victory***» – (Ємен був великою перемогою). «***The Cold War lasted for decades, but we won***» – (Холодна війна тривала десятиліттями, але ми перемогли).
- «Поразка»: «***We will no longer surrender this country, or its people, to the false song of globalism***» – (Ми більше не віддамо цю країну або її народ «фальшивій пісні глобалізму»).

Д. Трамп, дотримуючись більш націоналістичних поглядів, бачить у розвитку глобалізації велику загрозу для США, що підтверджується численними висловами, спрямованими проти політики інших країн або їх громадян. Ще на самому початку передвиборчих виступів, висуваючи свою кандидатуру на пост президента США, Д. Трамп виступав проти діючих торгових угод, що діють, на його думку, часто не в інтересах США. Таким чином, для нього встановлення політики економічної самостійності та національної цілісності є одним з ключових питань, що пояснює використання

термінів війни для опису критично важливого процесу перетворення внутрішньої і зовнішньої політики.

- «Втрати і поранення»: *«When was the last time anybody saw us beating, let's say, China in a trade deal?»* – (Коли в останній раз хтось бачив, як ми перемагаємо, скажімо, Китай у торговій угоді?); *«They kill us»* – (Вони вбивають нас); *«They are killing us economically»* – (Вони вбивають нас в економічному плані).

- «Учасники військових дій». «Вороги»: *«They are not our friend, believe me. But they're killing us economically»* – (Вони нам не друзі, повір мені. Вони «вбивають» нашу економіку). *«Our enemies are getting stronger and stronger by the way, and we as a country are getting weaker»* – (До речі, наші вороги стають все сильніше й сильніше, а ми як країна стаємо все слабкішими). *«How are these people gonna lead us?»* – (Як ці люди поведуть нас?). *«Those of us who have been out there on the diplomatic front lines know that diplomacy is not the pursuit of perfection; it's the balancing of risk»* – (Ті з нас, хто був на «дипломатичному фронті», знають, що дипломатія це не прагнення до досконалості, а врівноваження ризику). *«The United Nations is not a friend of democracy, it's not a friend to freedom, it's not a friend even to the United States of America»* – (Організація Об'єднаних Націй не є другом демократії, вона не є другом свободи, вона не є другом навіть для Сполучених Штатів Америки).

Вживаючи такі метафори, Дональд Трамп непомітно впливав на свідомість суспільства, закарбовуючи там свої погляди та налаштовуючи людей голосувати за нього, адже він точно знає, як виграти цю «війну». Трохи менш вживаною стала спортивна метафора. Пояснюється це зближенням політики зі спортом. Для політики як діяльності характерне порівняння зі спортом, завдяки чому спостерігаються подібності понятійного апарату двох сфер.

Незважаючи на те, що значна кількість політичних метафор орієнтована на командні спортивні ігри, в промовах Трампа часто зустрічаються «індивідуальні види спорту»: переважання особового займенника в однині «I» в реченнях, де спостерігається метафоричне моделювання зі спортивною метафорою, говорить про бажання одноосібної боротьби, бажання взяти кермо влади винятково в свої руки: «*I'm in competition with them*» – (Я з ними змагаюся). «*It makes it impossible for our companies to compete, impossible*» – (Це зменшує шанси наших компаній змагатися з іншими, це неможливо).

Політична діяльність регулярно концептуалізується як спортивне змагання, де необхідні суворі правила чесного суперництва, де успіх значною мірою передбачуваний, перемога приходиться до найсильнішого, хоча бувають різного роду несподіванки. У подібних образах дуже яскраві концептуальні смисли «змагання», «боротьба», але немає тієї запеклості, яка властива військовій або кримінальній метафорі. Схожою до спортивної стала ігрова метафора. Але вона використовується для негативної оцінки дій політичних супротивників. Будучи досить потужною зброєю для створення негативних образів інших політиків, ігрова метафора не є настільки руйнівною, щоб вийти за рамки передвиборчої боротьби.

Основною причиною застосування ігрової метафори, так само як і спортивної, є символічна близькість гри з політикою. Відмінні риси політичних ігор зумовлені, по-перше, специфікою мети політичної гри: влада як мета політичної гри є недосяжним ідеалом абсолютних можливостей зі зміни дійсності, по-друге, сутністю влади: в термінах гри її можна інтерпретувати як право встановлювати свої власні правила гри, по-третє, дворівневим характером здійснення політичних ігор, який полягає в наявності двох сфер – сфери публічної політичної гри і сфери прихованої «власної» гри, по-четверте, експансивністю правил ігор в політичному світі: правила гри для «глядачів» відрізняються від правил «гравців»: «*We have all the cards, but we do not know how to use them*» – (У нас є туз в рукаві, але ми не знаємо, як ним

користуватися). «***This is why the stakes in November are so great***» – (Ось чому ставки в листопаді такі великі).

Демонстрування невпевненості в своїх рішеннях взагалі є нехарактерним для Д. Трампа, але, можливо, бажання висловлювати думки, співзвучні з ідеєю демократизму, змушує проявляти обережність у висловлюваннях, щоб не опинитися диктатором в очах громадян: «***We needed to step up our game***» – (Нам потрібно було посилити нашу гру). «***They could no longer play off one country against another; they had no place to hide***» – (Вони більше не могли грати на одному боці з однією країною проти іншої, їм ніде було сховатися). «***This fact alone disqualifies her from the Presidency***» – (Вже одна ця обставина позбавляє її права займати посаду президента). «***Whether you vote for me, or whether you vote for someone else, I will be your champion...***» – (Незалежно від того, чи голосуєте ви за мене чи за когось іншого, я буду вашим героєм...).

Проаналізувавши всі вищезгадані уривки промов, можемо зробити висновок, що метафоризація, будучи одним з найбільш ефективних способів впливу, в політичному дискурсі виконує функцію концептуалізації суспільної свідомості, а також є інструментом проникнення в свідомість мас, завдяки чому вона стає засобом для ефективного опису дійсності. Найбільш розповсюдженими концептуальними метафорами, які вживав діючий президент США, стали мілітарна, спортивна та ігрова. Вони були влучними як в контексті менталітету нації, так і в контексті політики. Саме цей художній засіб вніс неабиякий вклад у неочікувану та нелегку перемогу Дональда Трампа. Багато світових політиків, окрім Д. Трампа, використовують концептуальну метафору, тому для повноцінного визначення її ролі у промовах варто досліджувати промови інших лідерів.

### 3.5. Концептуальна метафора в промовах Гіллари Клінтон

Цілком очевидним є факт того, що з поміж чисельних мовних засобів здатних забезпечувати політичну риторичку необхідним рівнем виразності, під якою розуміється «властивість повідомлення, або його окремої частини привертати до себе увагу і запам'ятовуватися», що є одночасно і ціллю, і засобом дискурсивної діяльності, до найбільш дієвих засобів формування політичної картини світу, власне як і втілення прагнень мовця, є метафора. Сам термін (з грецької «перенесення»), витоки якого беруть свій початок у працях Арістотеля, пов'язуваний з мистецтвом наслідування життя, за своєю сутністю вважався словом або висловленням вживаним у переносному значенні, в основі якого знаходиться порівняння неназваного предмету чи явища з якимось іншим на підставі їхньої загальної ознаки [66, с. 86].

Сучасне розуміння терміну, зокрема за визначенням Київської стилістичної школи є одиницею якості з сукупності фігур заміщення з властивою їй вторинною номінацією, що ґрунтується на схожості, спільності об'єкта номінації з тим об'єктом, назва якого переноситься на об'єкт номінації. Власне, метафора характеризується особливою здатністю до створення певного світоглядного образу, тобто того на що і зосереджено дискурсивну діяльність політика – створити власний позитивний образ, переконати слухача, здобути електоральні переваги тощо [68, с. 173].

Особливістю у промовах Гілларі Клінтон є використання метафор, що містять елементи або ж цілі лексичні конструкції з *військовими термінами* або транстермінологізованими одиницями військового семантичного забарвлення з ознаками метафоричності на позначення явищ суспільного та політичного життя:

*«But whether you're a veteran of these efforts or someone new to what we are trying to do together, the United States will stand with you as your partner on the basis of mutual respect in order to make sure that the benefits that we see as so potentially achievable are available for you and particularly for the next generation»* – (Але незалежно від того, чи є ви досвідченим борцем за ідеї або новачком у тому, що ми намагаємося зробити разом, Сполучені Штати

будуть підтримувати вас як партнера на основі взаємної поваги, щоб переконатися, що вигоди, які ми вважаємо потенційно досяжними, доступні для вас, а особливо для наступного покоління). Під метафорою «**veteran of these efforts**» Гіллари Клінтон має на увазі досвідченого борця за ідеї, які поділяють громадяни США.

Державний секретар США Гіллари Клінтон у своїх політичних виступах нерідко використовує метафори, що до своєї семантичної структури включають лексеми на позначення вогню. Наприклад: «*before the wood is stacked or the match is struck*», «*when the fire is at full blaze*», «*might reignite the flames of conflict*», «*stacking dry firewood before striking the match*». «**The United States and our partners must act before the wood is stacked or the match is struck, because when the fire is at full blaze, our options for responding are considerably costlier and more difficult**» – (Сполучені Штати й наші партнери повинні діяти, доки не покладені дрова й не запалений сірник, бо коли полум'я розгориться, то боротися з ним обійдеться нам значно дорожче). У цьому контексті йдеться про необхідність вжити негайні заходи з метою запобігання загострення критичної ситуації.

Гіллари Клінтон неодноразово використовує **спортивні** метафори у своїх політичних промовах. Наприклад: «**...Jim Clifton and his team...**», «**...a race between hope and fear...**», «**...champion of democracy...**» – («...Джим Кліфтон та його команда...», «...перегони між надією і страхом...», «...переможець демократії...»). Спортивні метафори створюють враження гри, позбавляють ситуацію серйозності, вказують на переможців та тих, хто зазнав поразки. Наведені лексеми роблять інформацію емоційно забарвленою, внаслідок чого вона легше сприймається реципієнтом як зрозумілий і знайомий варіант, позаяк політика справді нагадує спортивні ігри, перегони, а політичні діячі подібні до учасників цих змагань:

«**So it's great that we're back here today, and I am grateful to Jim Clifton and his team for joining us to highlight the urgent need for more and better information about women and gender equality around the world**» – (Так що це

дуже добре, що ми повернулися сюди сьогодні і я вдячна Джиму Кліфтону та його команді за те, що вони приєдналися до нас, щоб підкреслити нагальну потребу в більшій та кращій інформації про жінок і гендерну рівність у всьому світі). У цьому реченні наведено приклад використання спортивної метафори «*team*», яка підсилює враження командного духу, згуртованості. «*It is a race, a race between hope and fear, a race between potential realized and despair imbued in every pore of one's body*» – (Це перегони, перегони між надією і страхом, перегони між реалізованим потенціалом і відчаєм, що просочені кожною клітинкою тіла). Гілларі Клінтон використовує метафору «*race*», адже лексема із спортивної термінології про перегони найбільш релевантна, коли йдеться про протистояння двох антиподів – чи то ідеологій, чи двох антонімічних понять, що виражають полярні опозиції.

Гілларі Клінтон дуже часто вживає в своїх промовах висловлення, зміст яких підкреслює могутність держави та єдність країни, а також нації в цілому: «*Making sure our country heads into the future with confidence and optimism, that we truly are stronger together*» – (Зробимо все можливе, щоб наша країна впевнено й з оптимізмом дивилася в майбутнє, щоб ми дійсно були сильнішими разом). Цю метафору можна конструювати як «**нація – це сила**». Саме цим висловом Г. Клінтон підсилює «дух єдності» та запал в очах співвітчизників. Політик використовує цю фразу декілька разів, але у різних контекстах. Також це висловлення можна зустріти майже у кожній промові Г. Клінтон.

Однією з ознак значущості того чи іншого слова в промові є значна частотність його вживання. У нашому випадку ядро складають метафори зі сферою-джерелом «*fight*». Такий вислів, як «*This is a fight for the future. And it's a fight we must win*» – (Це боротьба за майбутнє. І цю битву ми повинні виграти), підкреслює, що Г. Клінтон порівнює, об'єднує себе зі своїм народом, начебто всі разом вони подолають усі перешкоди. Внутрішній політиці США притаманний суперницький азарт, який ототожнюється зі спортивними та ігровими метафорами. Політик Г. Клінтон дуже тонко, але яскраво вживає спортивну метафору: «*We are on the same team, and none of us*

*can sit on the sidelines»* – (Ми в одній команді й ніхто з нас не може залишатися осторонь). Концептуальна метафора «нація – це команда», тим самим у підсвідомості слухачів вимальовується образ єдиної команди.

Також, однією із найтрадиційніших складових для політичних промов образів є оселя, тому суспільні реалії та процеси можуть бути метафорично представлені як будівництво та ремонтні роботи. Використання вказаної метафоричної моделі «президентство – це будівля» цілком виправдане, оскільки ця понятійна сфера володіє високим асоціативним й емоційним потенціалом: *«I ran for President to renew the promise of America. To rebuild the middle class ...To restore America's standing in the world; a first step to repairing our alliances around the world; if our state wanted a bridge, we'd build it ourselves»* – (Я балотувалась у президенти, щоб відновити обіцянку Америки. Щоб відновити середній клас ... щоб відновити становище Америки в світі; перший крок до відновлення наших союзів по всьому світу; якби наша держава хотіла міст, ми б побудували його самі). Що стосується будівництва країни, то Г. Клінтон агітує народ на спільну співпрацю, яка приведе країну до кращих змін та умов проживання: *«It's time for us to step up and build America's future»* – (Настав час нам зробити крок вперед та побудувати майбутнє Америки).

У своїй передвиборчій промові Гіллари Клінтон неодноразово говорить про успіх. Політик дуже детально описує нинішній стан країни: *«Infrastructure jobs like those here at the port. Our roads, our bridges, our tunnels, our ports, our airports, they need work and there are millions of jobs to be done. And in addition to what you can see, what about our water systems, our sewer systems?»* – (Інфраструктурні роботи на зразок тих, що тут, в порту. Наші дороги, наші мости, наші тунелі, наші порти, наші аеропорти – вони потребують роботи, і є мільйони робочих місць, які потрібно заповнити. І на додаток, що ви можете сказати, щодо наших систем водопостачання, наших каналізаційних систем?). Тим самим налаштовує аудиторію на кращі умови проживання, акцентуючи увагу на тому, що успіх країни залежить від

вкладених інвестицій «успіх – це інвестиції»: *«We need a new modern electric grid to be able to take in clean, renewable energy that can then move us toward that future we seek»* – (Нам потрібна нова сучасна електрична мережа, щоб мати можливість приймати чисту, поновлювану енергію, яка потім може привести нас до того майбутнього, до якого ми прагнемо).

Також була виявлена ще одна концептуальна метафора, пов'язана з успіхом. Г. Клінтон зауважує, що досягти успіху одна людина не в змозі, а разом вони подолають всі незгоди «успіх – це єдність»: *«We say, We'll fix it together, just watch us – nobody, nobody can solve problems better than we can»* – (Ми говоримо, що ми все виправимо разом, просто подивіться – ніхто, ніхто не може вирішити проблеми краще, ніж ми самі), тим самим політик підсилює почуття єдності та надає впевненості в подальшому майбутньому.

Концептуальна метафора відіграє особливу роль у вивченні тактик та прагматичних характеристик політичних промов. Її конструювання допомагає визначити приховані наміри політиків. Для політика Гілларі Клінтон типовим є використання таких концептуальних метафор як: мілітарна (військова), спортивна та ігрова. У промовах Г. Клінтон гостро постало питання єдності країни, почуття впевненості в сьогоденні та подальшому майбутньому. У промовах політика важливе місце займає таке поняття, як успіх, якого вона здатна досягти разом зі своїми співвітчизниками. Вона підкреслює, що вже настав той час, коли країна повинна перейти на одну сходинку вище та забезпечити краще життя для свого народу. Таким чином, лексичні одиниці у поєднанні з іншою лексикою, у тому числі узуальною, створюють метафоричність висловлюваного. Такі лексичні конструкції вживаються у публіцистичних текстах як прагматично-експресивні компоненти імпліцитної сугестії на читача з метою зрозумілості, експресивності, проведення аналогії із сферою терміносистеми, у якій вони побутують.

Отже, можна дійти висновку, що метафори, передаючи властивості та ознаки предметів реального життя на політичні явища, створюють у свідомості людей образи та конструкти, які стають шаблонами у їхніх

політичних поглядах, поведінці. Образність та метафоричність висловлювань Гіллари Клінтон під час публічних виступів створює дружню атмосферу, сприяючи аудиторії осмислити серйозні теми, розтлумачити глобальні процеси простою мовою, яка апелює не лише до логіки, а й до емоцій та відчуттів реципієнтів. Такий підхід є теж досить ефективним у політиці.

### **Висновок до розділу 3**

Отже, промови Г. Клінтон під час публічних виступів створюють дружню атмосферу, сприяючи осмисленню серйозних тем, розтлумаченню глобальних процесів простою мовою, яка апелює не лише до логіки, а й до емоцій та відчуттів реципієнтів. Для Д. Трампа це агресивна стратегія маніпуляції за допомогою простих речень, повторень, уособлення та нанизування негативних факторів, що створює репутацію людини вольової з чіткою стратегією, можливо, і не завжди коректною, проте ефективною. Щодо вживання концептуальних метафор у сучасному англomовному дискурсі, можемо виділити наступні метафоричні моделі: концептуальна модель «політика – це війна», концептуальна модель «політика – це спорт», концептуальна модель «політика – це природні катаклізми», концептуальна модель «політика – це театральне дійство».

Проаналізувавши уривки промов, можемо зробити висновок, що найбільш розповсюдженими концептуальними метафорами, які вживали обидва політики, стали міліарна (військова), спортивна та ігрова. У промовах Г. Клінтон гостро постало питання єдності країни, почуття впевненості в сьогоденні та подальшому майбутньому. У промовах політика важливе місце займає таке поняття, як успіх, якого вона здатна досягти разом зі своїми співвітчизниками. У промовах Д. Трампа концептуальні метафори були більш влучними як в контексті менталітету нації, так і в контексті політики. Саме з допомогою цього художнього прийому Д. Трамп отримав неочікувану перемогу.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Традиційно метафора розглядалась головним чином в термінах стилістики та риторики як засіб досягнення образності та впливу на аудиторію. Однак з розвитком філософської та лінгвістичної науки вчені дійшли висновку, що метафоризація є природною здатністю людини (що підтверджується багаточисельними дослідженнями). Метафора завжди приваблювала дослідників своєю неоднозначністю: її визначали як мовний і ментальний феномен, як відхилення від норми, як стилістичний прийом, що прикрашає мову, і як найважливіший розумовий механізм.

Отже, «метафора» – це один з різновидів лексико-семантичного способу словотворення, тобто перенесення назви з одного предмета на інший на основі подібності: зовнішніх ознак; структури; функцій. Досліджуючи аналіз метафоричного процесу можна стверджувати, що метафоризація – це процес, що призводить до отримання нового знання про світ шляхом використання вже існуючих в мові назв. В цьому процесі взаємодіють наступні сутності чи суб'єкти метафори і його мовне знання про світ – з одного боку, а з іншого – його знання мовних значень і їх асоціативних комплексів. Метафоричний процес передбачає не тільки участь розуму, а й світу, в зв'язку з яким метафоричний вислів постає своєрідним вузлом: метафора – людина – світ.

Завдяки метафорі політичний текст стає виразнішим, з'являються нові висловлювання, нові прийоми та читач або слухач отримує чітку картину світу. Вона є одним з основних риторичних засобів створення образності та емоційного забарвлення у мовленні політиків.

Сьогодні до «дискурсу» відноситься будь-яке явище дійсності, що має знакову природу й є певним чином структуроване, включаючи мітинги, дебати, спектаклі, тощо. Саме так з'явився окремий науковий напрям – лінгвістика тексту, яка вивчає мову у дії на основі пошуку закономірностей, притаманних будь-яким текстам. Політичний дискурс існує в усній та письмовій формах. Усна форма (публічний виступ політиків високого рангу,

їх інтерв'ю, виступ на радіо та телебаченні, пресконференції, парламентські дебати, блоки політичних новин в теле- і радіопередачах). Письмова форма охоплює не тільки обширну документацію (договори, домовленості, протоколи), а також і пресу (секції, відведенні для розміщення політичних фактів), а також політичну рекламу (плакати, білборди).

У політичному дискурсі метафора є ефективним засобом маніпулювання соціальною свідомістю. Метафора передає переносне значення слова, тому у політичній сфері вона використовується для того, щоб підкреслити певні якості предмету чи особливості стану речей і щоб, таким чином, інші якості чи особливості зробити менш помітними. «Політичною» прийнято вважати будь-яку метафору використану в політичному дискурсі. Більшість сучасних політичних промов пронизані аргументативними, маніпулятивними та сугестивними технологіями, адже являються результатом роботи цілої команди професійних «*speechwriters*». Тому, метафора є хоча й дієвим, але лише одним із мовленнєвих засобів впливу на масову свідомість.

Метафора є досить складним явищем не тільки для дослідження, але й для перекладу. В наш час перед перекладачами виникає низка проблем для рішення яких необхідно залучити не лише знання з області перекладознавства, а й масив фонових знань, що допоможуть повною мірою відтворити іншою мовою таке складне та багатогранне явище як метафора.

Вибір способу перекладу метафор залежить від різних факторів, передусім від функції метафори в тексті, від стилістичних міркувань, від особливостей стилю тексту, а також від мети перекладу. Врахування функцій, які виконує метафора у політичному дискурсі, застосування відповідних механізмів при перекладі метафор-неологізмів сприятиме появі нових влучних суспільно-політичних метафор міжмовного та міжкультурного значення у мові перекладу.

Існує декілька способів їх перекладу. Такими можна вважати наступні перекладацькі стратегії:

1. Дослівний (повний) переклад використовується для метафоричних одиниць у тому випадку, якщо у мові оригіналу та мові перекладу співпадають і правила сполучуваності лексичних одиниць, і традиції вираження емоційно-оцінної інформації.

2. Прийом додавання або опущення використовується у тих випадках, коли міра імпліцитності уподібнення у мові оригіналу та мові перекладу різниться. В таких випадках виникає потреба в експлікації імпліцитної інформації наданої в оригіналі (прийом додавання), або, навпаки, імплікація концепту словесно вираженого в оригіналі (прийом опущення).

3. Заміна метафоричної одиниці мови оригіналу еквівалентною одиницею мови перекладу використовується у тих випадках, коли нема лексичного або асоціативного співвідношення між елементами метафори у мові оригіналу та мові перекладу але вони відображають один і той самий концепт.

4. Традиційна відповідність частіше за все використовується по відношенню до метафор фольклорного, біблійського, античного походження. За таких обставин і у мові оригіналу, і в мові перекладу склались однакові способи вираження метафоричного уподібнення.

Термін *концептуальна метафора* у трактуванні означає розмежування мовних засобів вираження і когнітивних процесів, що лежать в її основі, тобто розуміння одного явища (або сфери діяльності) у термінах іншого. Концептуальні метафори здійснюють взаємодію між розумом і культурою та служать тим знаряддям думки, за допомогою якого нам вдається досягти найвіддаленіших ділянок нашого концептуального поля.

Стосовно промов Г. Клінтон та Д. Трампа, можемо зробити наступні висновки: промови Г. Клінтон під час публічних виступів створюють дружню атмосферу, сприяючи осмисленню серйозних тем, розтлумаченню глобальних процесів простою мовою, яка апелює не лише до логіки, а й до емоцій та відчуттів реципієнтів. Для Д. Трампа це агресивна стратегія маніпуляції за допомогою простих речень, повторень, уособлення та нанизування негативних

факторів, що створює репутацію людини вольової з чіткою стратегією, можливо, і не завжди коректною, проте ефективною. Щодо вживання концептуальних метафор у сучасному англomовному дискурсі, можемо виділити наступні метафоричні моделі: концептуальна модель «політика – це війна», концептуальна модель «політика – це спорт», концептуальна модель «політика – це природні катаклізми», концептуальна модель «політика – це театральне дійство».

Проаналізувавши уривки промов, можемо зробити висновок, що найбільш розповсюдженими концептуальними метафорами, які вживали обидва політики, стали міліарна (військова), спортивна та ігрова. У промовах Г. Клінтон гостро постало питання єдності країни, почуття впевненості в сьогоденні та подальшому майбутньому. У промовах політика важливе місце займає таке поняття, як успіх, якого вона здатна досягти разом зі своїми співвітчизниками. У промовах Д. Трампа концептуальні метафори були більш влучними як в контексті менталітету нації, так і в контексті політики. Саме з допомогою цього художнього прийому Д. Трамп отримав неочікувану перемогу. Політичний дискурс Д. Трампа – поведінка людини, що стала переможцем, а Г. Клінтон постає як переможений суперник, який надалі боронитиме права й свободи американського народу.

Отже, концептуальна метафора відіграє особливу роль у вивченні тактик та прагматичних характеристик політичних промов та допомагає визначити приховані наміри політиків.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андерсон Р. Д. Каузальная сила политической метафоры. Екатеринбург, 2006. 92 с.
2. Аристотель. Об искусстве поэзии. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Минск : Литература, 1998. 1112 с.
3. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс. Теория метафоры. Москва : Прогресс, 1990. 512 с.
4. Баранов А. Н. Казакевич Е. Г. Парламентские дебаты : традиции и новации. Москва : Знание, 1991. 64 с.
5. Баранов О. М. Караулов Ю. М. Російська політична метафора : матеріали до словника. Москва, 1991. 145 с.
6. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации. Киев, 1997. 113 с.
7. Бенвенист Э. Общая лингвистика. Москва, 1974. 276 с.
8. Будаев Э. В. Могут ли метафоры убивать? Прагматический аспект политической метафоры. Екатеринбург, 2009. 74 с.
9. Будаев Э. В. Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика. Екатеринбург, 2009. 230 с.
10. Бурячок А. А. Формування спільного фонду соціально-політичної лексики східнослов'янських мов. Київ : Наук. думка, 1983. 247 с.
11. Бутова І. С. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2009. С. 232 – 238.
12. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. Волгоград : Перемена, 1997. 139 с.

13. Гаврилюк А. П. Метафора, її природа та роль у мові та мовленні. Вісник НТУУ «КПІ». Серія: Філологія. Зб. наук. праць. Київ : 2013. С. 29 – 33.
14. Гак В. Г. Метафора : универсальное и специфическое. Метафора в языке и тексте. Москва, 1988. 174 с.
15. Горіна О. В. Когнітивно-комунікативні характеристики американського електорального дискурсу республіканців : автореф. дис. ... канд.філол.наук : 10.02.04. Харків, 2008. 23 с.
16. Гусев С. С. Наука и метафора. Ленинград, 1984. 152 с.
17. Гусев С. С., Тульчинский Г. Л. Проблема понимания в философии. Москва, 1985. 192 с.
18. Дебердеева Е. Е. Актуальные проблемы когнитивной лингвистики и концептологии. Таганрог : Изд. Центр Таганрог. гос. пед. ин-та, 2009. 240 с.
19. Дорофеева М. С. Особливості самопрезентації суб'єкта в політичній промові. Проблеми семантики слова, речення та тексту. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2004. 205 с.
20. Ельштайн Дж. Б. О взаимосвязи между политическим языком и политической реальностью. Логос, 2005. 142 с.
21. Єщенко Т. А. Метафора в українській поезії 90-х років ХХ століття : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Донецьк, 2001. 337 с.
22. Казакова Т. А. Практические основы перевода. Санкт-Петербург : СОЮЗ, 2000. 319 с.
23. Карабан В. І. Переклад з української мови на англійську мову. Вінниця : Нова Книга, 2003. 608 с.
24. Касавин И. Т. Проблема и контекст. О природе философской рефлексии. Москва, 2004. 28 с.

25. Кудрявцева Л. А. Особенности массмедийного политического дискурса Украины. URL: <http://uapryal.com.ua/training/kudryavtseva-l-a-kiev-osobennosti-massmediynogo-politicheskogo-diskursa-ukrainyi-poslemaydannogo-perioda/>
26. Кудрявцева Л. О. Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу. Київ, 2005. 66 с.
27. Купина Н. А. Сущность возникновения метафор. Воронеж, 1969. 16 с.
28. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. Теория метафоры. Москва : Прогресс, 1990. 415 с.
29. Лассуел Г. Д. Психопатология и политика. Москва : РАГС, 2005. 352 с.
30. Луман Н. Власть. Москва : Праксин, 2001. 256 с.
31. Марков Б. В. Речевое общение и аргументация. Санкт-Петербург : Экополис и культура, 1993. 85 с.
32. Маслова В. А. Лингвокультурология. Москва : Академия, 2001. 208 с.
33. Мухарямова Л. М. Взаимодействие языка и политики в символических измерениях. Вестник Московского университета. 2002. С. 28.
34. Некряч Т. Є. Через терни до зірок : труднощі перекладу художніх творів. Вінниця : Нова книга, 2008. 195 с.
35. Новикова Т. Б. Проблемы перевода метафоры в политическом дискурсе. Вестник ВГУ : Социокультурные проблемы перевода. 2014. С. 54 – 60.
36. Озадовська Л. Мова у контексті діалогу. Київ, 2004. 50 с.
37. Опарина Е. О. Исследования метафоры в последней трети XX ст. Москва, 2000. 77 с.
38. Поліщук Я. Сексуальність як дискурс: маятник рухається? Український гуманітарний огляд. Київ, 2000. 90 с.

39. Потятиник У. Медіакритика. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/osoblyvostimovnoyi-povedinky-donalda-trampa.html>
40. Романюга Н. В. Відтворення метафоричної образності при перекладі української прози англійською мовою. Вісник Житомирськ. держ. ун-ту імені Івана Франка. 2008. С. 217 – 220.
41. Самарина И. В. Особенности перевода политической метафоры на материале английской прессы. Одесса, 2013. 72 с.
42. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава : Довкілля, 2008. 712 с.
43. Скляревська Г. Н. Реальний та ірреальний світ тлумачного словника. Санкт-Петербург, 1993. 178 с.
44. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / уклад.: А. П. Мартинюк. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 196 с.
45. Стишов О. А. Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в словотворі української мови кінця ХХ ст. : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01. Київ, 2003. 597 с.
46. Стоун Д. Парадокс політики. Київ : Вид. дім «Альтернативи», 2000. 304 с.
47. Суровцев В. А., Сыров В. Н. Метафора, нарратив и языковая игра. Томск : Изд-во ТГУ, 1998. 197 с.
48. Телия В. Н. Метафора в языке и тексте. Москва : Наука, 1988. 176 с.
49. Тищенко О. Метафора Євгена Маланюка. Київ, 2004. 141 с.
50. Тойнби А. Дж. Постижение истории. Москва, 2001. 405 с.
51. Тошович Б. Структура глагольной метафоры. Ополе, 1998. 251 с.

52. Федик О. Мова як духовний адекват світу (дійсності). Львів : Місіонер, 2000. 300 с.
53. Худолій А. О. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ століття : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2004. 278 с.
54. Чадюк О. М. Культурологічні й метафоричні аспекти виборчої кампанії. Система і структура східнослов'янських мов. Київ, 2003. 239 с.
55. Чудінов А. П. Політична лінгвістика. Єкатеринбург : Видавництво Урал унта, 2003. 178 с.
56. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Москва, 2004. 61 с.
57. Щикалов С. В. Способы перевода метафор в концепции Питера Ньюмарка. URL: <http://www.thinkaloud.ru/science/shik-newmark.pdf>
58. Ясинецька О. А. Нові метафори американського політичного дискурсу та їх переклад українською мовою. Київ : наук. журнал. 2007. С. 332 – 338.
59. Bayley P. Live Oratory in the Television Age : The Language of Formal Speeches. Bologna : Cooperativa Libreria Universitaria, 1985. 174 p.
60. Bosman J. Persuasive effects of political metaphors. 1987. 113 p.
61. Dvorak P. Translating Metaphors within Political Discourse : The Case of EU : Master's Diploma Thesis. Brno, 2011. 76 p.
62. Feldman J. Embodied meaning in a neural theory of language. Brain and Language, 1989. 392 p.
63. Foote Joe S. Television Access and Political Power. The Networks, the Presidency and the «Loyal Opposition». Praeger, N. Y. London, 1990. 212 p.

64. Full text : Donald Trump announces a presidential bid. Washington Post, 2015. URL: [https://www.washingtonpost.com/news/post-politics/wp/2015/06/16/full-text-donald-trump-announces-a-presidential-bid/?utm\\_term=.156f1a60689e](https://www.washingtonpost.com/news/post-politics/wp/2015/06/16/full-text-donald-trump-announces-a-presidential-bid/?utm_term=.156f1a60689e)
65. Geeraerts D. Linguistic Semantics. Oxford University Press, 2010. 362 p.
66. Khazaherov H. H. Political rhetoric. Nikolo-media, 2002. 313 p.
67. Mey Jakob L. Pragmatics. An Introduction. Blackwell, 1993. 357 p.
68. Morokhovskii A. N., Vorobeva O. P. Stylistics of the English Language. Kiev : Vyshcha shkola, 1991. 272 p.
69. Newmark P. Approaches to Translation. Oxford : Pergamon Press, 1981. 200 p.
70. Presidentials' Documents Archive Collection. The American Presidency Project, 2015. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/presidential-documents-archive-guidebook/documents-related-to-presidentialelections/2016/report/200301/all/63>
71. Prinz J. Furnishing the Mind : Concepts and Their Perceptual Basis. Cambridge, Mass : MIT Press, 2004. 368 p.
72. Race for 2016 : Clinton Announces Support for Iran Nuke Deal. CNN. 2015. URL: <http://edition.cnn.com/TRANSCRIPTS/1509/09/cnr.01.html>
73. Remarks by President Trump to the Ministers of the Global Coalition to Defeat ISIS. White House, 2019. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-ministers-global-coalition-defeat-isis/>
74. Trent, Judith S., Friendenberg, Robert V. Political Campaign Communication Principles and Practices. Praeger, 1991. 320 p.
75. Trump : The Good, The Bad & The Quotable. Beyond Books Editors, 2015. URL: <https://www.goodreads.com/en/book/show/27778665-trump>