

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

УДК 811.111'81'25

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.6.1/31>

Буданова Л. Г.

Державний університет «Київський авіаційний інститут»

Цокорова А. Ю.

Державний університет «Київський авіаційний інститут»

Сітко А. В.

Державний університет «Київський авіаційний інститут»

КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ ПІДТРИМКИ АДРЕСАТА В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

Стаття присвячена дослідженню комунікативної стратегії підтримки адресата в англо-мовному політичному дискурсі та особливостям її відтворення українською мовою під час перекладу на матеріалі текстів офіційних промов президентів США та лідерів ЄС, опублікованих на офіційних ресурсах Білого дому та у провідних медіа, а також їх перекладів й адаптації, зафіксованих в українських наукових розвідках.

У статті акцентовується увага на концепції політичного дискурсу, комунікативних стратегій, використанні принципу ввічливості й концепту «face», що дозволяють інтерпретувати стратегію підтримки адресата як різновид кооперативної, позитивно ввічливої стратегії, оскільки дотримання принципу ввічливості має на меті домогтися максимальної ефективності соціальної взаємодії за рахунок збереження соціальної рівноваги і дружніх відносин. Щодо мовленнєвої комунікації, принцип ввічливості визначається як особлива стратегія мовної поведінки, яка спрямована на запобігання можливих конфліктних ситуацій.

Установлено, що стратегія підтримки адресата як різновид кооперативної, позитивно ввічливої стратегії реалізується комплексом лінгвальних і риторичних засобів: інклюзивною колективною референцією (ми, we, our), експліцитною емпатією, апеляцією до спільних цінностей, риторичними повтореннями, метафоричними моделями спрямованості в майбутнє, а також конструкціями запевнення й обіцянки.

Засвідчено, що переклад таких висловлень потребує поєднання принципу функціональної еквівалентності з прагматичною адаптацією, зокрема збереженням позитивної ввічливості та підтримувального ефекту для реципієнта. Особливу увагу у статті приділено стратегії підтримки адресата як самостійному різновиду кооперативних стратегій у політичному дискурсі та опису типових способів перекладу під час її відтворення українською мовою.

Ключові слова: політичний дискурс, комунікативна стратегія підтримки адресата, кооперативна стратегія, ввічливість, політична промова, переклад політичного дискурсу.

Постановка проблеми. Сучасний політичний дискурс функціонує в умовах постійних кризових викликів – війни, економічних криз, пандемій. За таких умов центральною комунікативною потребою стає не лише передавання інформації, але й відновлення довіри, зміцнення соціальної згуртованості та емоційної стабільності суспільства. Політична промова дедалі більше має на меті зняття тривоги, мобілізацію громадян і конструю-

вання відчуття спільного «ми» [1, с. 173]. А тому, звісно, в арсеналі політичного діяча наявні «вербальні та невербальні засоби передачі інформації під час виголошення промови, котрі є загалом характерними для комунікації у сфері політики» [10, с. 154].

У фокусі уваги опиняється комунікативна стратегія підтримки адресата – комплекс інтерактивних дій, орієнтованих на демонстрацію солі-

дарності з аудиторією, визнання її переживань і легітимацію колективної суб'єктності. Ця стратегія продовжує традицію кооперативної поведінки, описаної в теорії ввічливості П. Браун і С. Левінсона, де позитивна ввічливість полягає у наголошенні спільності, схваленні адресата, посиленні його позитивного «face» [8, с. 101]. У працях Г. Ліча таку поведінку пов'язують із максимумами схвалення, згоди та симпатії [9].

Перекладач політичних промов опиняється в ситуації подвійної відповідальності: з одного боку, він має зберегти зміст і структурну організацію вихідного тексту, з іншого – відтворити прагматичний ефект підтримки для іншомовної аудиторії. Саме ця прагматична еквівалентність стає ключовою умовою успішної міжкультурної політичної комунікації [5, с. 121]. Отже, проблема полягає в теоретичному окресленні стратегії підтримки адресата в політичному дискурсі та у визначенні перекладацьких засобів, що забезпечують її адекватне відтворення українською мовою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістики й перекладознавства активно досліджується в українській та світовій науці. Низка авторів зосереджує увагу на структурно-жанрових та прагматичних характеристиках політичної комунікації, визначаючи її як інституційний тип дискурсу, зорієнтований на владу та вплив [2; 7; 11].

Так, О. Чепіль аналізує комунікативні стратегії та тактики у політичному дискурсі з позицій теорії мовної комунікації, виокремлюючи стратегії переконання, дискредитації опонента, самопрезентації, консолідації, проте не виділяє підтримку адресата як окремий тип, розглядаючи її в межах стратегії переконання [7, с. 274]. У той час, як Л. Завальська здійснює огляд основних типологічних комунікативних стратегій, пропонуючи власну класифікацію на конфліктні та кооперативні стратегії, серед яких кооперативні репрезентовано переважно стратегіями аргументації, консенсусу та гармонізації [3].

Доречно згадати також роботу Н. Дяченко та В. Халін, які досліджують стратегії сучасного українського політичного дискурсу, зокрема президентської риторики, виокремлюючи стратегії ідентифікації, мобілізації, делегітимації опонента, але не виокремлюючи стратегію підтримки адресата як самостійну [2, с. 56].

Питання перекладу політичних промов послідовно розглядає М. Назаренко, яка зосереджується на лексико-семантичних і стилістичних

особливостях політичних текстів, описуючи типові труднощі відтворення метафор, фразеологізмів, культурних реалій, проте лише побіжно торкаючись прагматичного складової підтримки адресата [5].

Лінгвостилістичні особливості перекладу політичного дискурсу США на матеріалі промов Б. Обама та Д. Трампа аналізує Х. Михайленко, демонструючи необхідність поєднання регулярних відповідників та трансформацій для збереження експресивності й риторичної організації тексту [11].

До перекладознавчих досліджень політичних виступів належать також праці О. Михайленко, присвячені відтворенню риторики В. Черчилля, де увага приділяється особливостям індивідуального стилю оратора та проблемі збереження впливовості в іншомовній аудиторії [4].

Паралельно в англійській прагмалінгвістичній традиції класичними залишаються дослідження ввічливості та «face-work» П. Браун і С. Левінсона, а також Г. Ліча, які створюють концептуальний фундамент для розуміння стратегій підтримки адресата як різновиду позитивної ввічливості та тактовності [8; 9]. Проте, попри значну кількість досліджень, низка аспектів залишається ще недостатньо опрацьованими.

Постановка завдання. Мета статті полягає у теоретичному та практичному обґрунтуванні комунікативної стратегії підтримки адресата в англійському політичному дискурсі та у виявленні особливостей її відтворення в українських перекладах політичних промов. Задля реалізації цієї мети, на нашу думку, варто окреслити основні мовні та риторичні засоби реалізації стратегії підтримки адресата в промовах американських президентів та політичних лідерів ЄС, а також, а також визначити способи відтворення такої стратегії та перекладацькі ризики втрати підтримувального ефекту.

Виклад основного матеріалу. У сучасній лінгвістиці комунікативну стратегію розглядають як усвідомлений довготривалий план мовленнєвої поведінки адресанта, спрямований на досягнення певної комунікативної мети в конкретних умовах дискурсу [2; 3; 7]. У політичному дискурсі така стратегія завжди корелює з прагненням оратора вплинути на установки, емоції й поведінку масової аудиторії. Провідні світові політики минулого й сучасності досягли визнання частково завдяки вмінню налагоджувати комунікативні контакти з народом або підлеглими та провадити свою політику й відповідати за неї з трибун. Народ

часто пам'ятає вдалі фрази, порівняння, заклики політиків, що може сприятливо вплинути на їхній вибір на користь того чи іншого кандидата. Зрозуміло, що такий ефект створює прихована інтенція, тобто намір переконати слухачів у своїй позиції. Прагматична інтенція, тобто головний вплив промови на аудиторію, залежить від різновиду промови, що в свою чергу залежить від місця та обставин виголошення промови [10, с. 154].

Незалежно від заходу основними функціями політичного дискурсу є: маніпулятивна; функція переконання; інформативна; аргументативна; створення переконливої картини кращого майбутнього, привернення уваги, заручення підтримкою, заклик до дій. Щодо мовленнєвої комунікації, як особливу стратегію мовної поведінки, яка спрямована на запобігання можливих конфліктних ситуацій, визначають принцип ввічливості. Така стратегія «реалізується у процесі мовлення за допомогою різних правил і тактичних прийомів» [6, с. 297]. Комунікативну стратегію підтримки адресата доцільно трактувати як кооперативну стратегію, спрямовану на зменшення психологічної дистанції між політиком та громадянами, легітимацію почуттів аудиторії й посилення її відчуття значущості та колективної суб'єктності. Вона безпосередньо пов'язана з позитивною ввічливістю у розумінні П. Браун і С. Левінсона, оскільки орієнтована на зміцнення позитивного «face» адресата – образу гідного, відповідального, здатного до спільної дії громадянина [8, с. 101]. У межах теорії Г. Ліча ця стратегія корелює з максимумами схвалення, згоди та симпатії, що передбачають максимізацію позитивних висловлювань про адресата та мінімізацію критики [9]. Принцип ввічливості в найбільш загальному вигляді можливо визначити як тип соціальної взаємодії, в основі якого лежить повага до особистості партнера. Дотримання цього принципу накладає певні вимоги до поведінки членів суспільства, які полягають у тому, щоб враховувати інтереси партнера, рахуватися з його думкою та бажаннями, полегшувати по можливості завдання, які покладені на нього [6, с. 297]. Дотримання принципу ввічливості має на меті домогтися максимальної ефективності соціальної взаємодії за рахунок “збереження соціальної рівноваги і дружніх відносин”. Дж. Ліч вважає, що в комунікативній практиці цей принцип відіграє більш значну роль, ніж принцип кооперації [9, с. 82].

На прагматичному рівні стратегія підтримки адресата включає послідовність кроків: 1) визнання складності ситуації; 2) емпатійне віддзерка-

лення почуттів аудиторії; 3) актуалізацію спільних цінностей і попереднього досвіду подолання криз; 4) вербалізацію впевненості у спільному успіху; 5) конкретизацію колективного плану дій. Саме така причинно-наслідкова логіка створює ефект підтримки: адресат отримує не лише констатацію проблеми, а й наратив спільного руху до її подолання.

Звичним фактом є використання політиками у своїх промовах цитат та виразів відомих людей, посилянь на них. Це підкреслює єдність з народом і державою, і при цьому промова досягає найголовнішої мети – позитивного впливу на свідомість слухачів [10, с. 155].

У політичному дискурсі США стратегія підтримки адресата часто реалізується через поєднання історичних альянсів, інклюзивних займенників та риторичних повторів. У промові Барака Обами «*Yes, we can*» трикратне повторення слогану *Yes, we can* формує ритмічний каркас підтримки, який закріплюється в історичній ретроспекції: «*For when we have faced down impossible odds... generations of Americans have responded with a simple creed... Yes, we can*» («Коли ми стикалися з, здавалося б, неможливими випробуваннями... покоління американців відповідали простою вірою: Так, ми можемо») [12]. Тут інклюзивний займенник *we* маркує колективну агентивність, а риторичний повтор перетворює підтримувальне повідомлення на своєрідну мантру колективної надії. Причинно-наслідковий зв'язок між успіхами минулих поколінь і майбутнім тріумфом актуальної аудиторії створює відчуття історичної спадкоємності й колективної спроможності.

Подібна логіка простежується й у зверненні Б. Обами до Конгресу під час економічної кризи 2009 році: «*We will rebuild, we will recover, and the United States of America will emerge stronger than before*» («Ми відбудуємося, ми відновимося, і Сполучені Штати Америки вийдуть із кризи сильнішими, ніж раніше») [13]. У наведеному фрагменті стратегія підтримки адресата реалізується через анафоричний повтор *we will...*, що формує образ поетапного руху до відновлення, та метафору виходу з кризового стану (*emerge stronger*), яка концептуалізує кризу як тимчасовий, але подоланий етап. У перекладі українською мовою збереження повтору («*Ми відбудуємося, ми відновимося*») та інклюзивного «*ми*» є необхідною умовою підтримання ефекту колективної дії; для посилення підтримувального компонента доцільним видається додання маркерів спільності («*ми*

разом відбудуємо країну, ми разом відновимося»), що експлікує активну роль адресата.

На наднаціональному рівні стратегію підтримки адресата, спрямовану одночасно на внутрішню та зовнішню аудиторію, демонструють промови Президента Європейської Комісії Урсули фон дер Ляєн. У посланні про стан Союзу 2022 р. вона, звертаючись до українців, стверджує: «*You are part of our family, your future is in our Union, and our Union is not complete without you!*» («Ви – частина нашої родини, ваше майбутнє – в нашому Союзі, і наш Союз не є повним без вас») [14]. У цьому висловлюванні стратегія підтримки адресата реалізується через концептуальну метафору «ЄС як сім'я» та інклюзію українців до цього символічного «ми». Причинно-наслідковий аспект полягає в тому, що включення України до європейської «родини» виправдовує прийняття політичних рішень на підтримку українського народу (санкції, військова й економічна допомога тощо) і водночас зміцнює відчуття сенсу жертв, які несе українське суспільство.

У більш широкому спектрі європейських промов (як-от виступи А. Меркель, У. фон дер Ляєн, лідерів держав-членів ЄС) простежується спільна модель: політики, звертаючись до внутрішніх аудиторій, артикують виклики (міграційна криза, війна, економічні потрясіння), після чого формують підтримувальний наратив, у якому минулі успіхи й цінності демократії стають аргументом на користь здатності суспільства впоратися з нинішніми загрозами [1].

Перекладацький аспект відтворення цієї стратегії полягає у поєднанні функціональної еквівалентності з прагматичною адаптацією. Як показує аналіз перекладів політичних промов, буквально збереження лексичних і синтаксичних структур не завжди гарантує відтворення підтримувального ефекту, особливо у випадку культурно-специфічних метафор, історичних алюзій чи персональних апеляцій. Так, формула *Wir schaffen das* у німецькому контексті набула статусу політичного символу, що відсилає до конкретного історичного етапу й дискусії навколо політики відкритих дверей щодо біженців; її калькування як «Ми впораємося» передає базовий оптимістичний зміст, але не повністю репрезентує політичний «шлейф» висловлювання [14]. Натомість слоган *Yes, we can* уже має дослівний український екви-

валент («Так, ми можемо»), який широко вживається в медійному просторі й частково успадковує статус меметичної одиниці [12].

Варто зазначити, що мова передвиборчого дискурсу часто відрізняється емоційною насиченістю. Для того, щоб переклад політичного матеріалу був успішним, окрім точної передачі змісту, необхідно також зберегти всі емоційні нюанси оригіналу, а також його політичну спрямованість. Іноді між мовами оригіналу та перекладу неможливо знайти повні лінгвістичні паралелі – семантичні та структурні аналоги, такі як ідентичні конструкції фраз чи повний збіг значення слів. У таких випадках перекладач змушений застосовувати трансформації, щоб забезпечити достовірність та адекватність перекладу, зберігаючи необхідний рівень образності та експресивності. Застосування перекладацьких трансформацій є ключовим для збереження прагматичних функцій комунікативних тактик у політичному перекладі. Саме завдяки трансформаціям перекладач має змогу передати не лише зміст повідомлення, але й його емоційний, культурний, соціальний та політичний контекст.

Висновки. Відтак, під час проведеного дослідження було встановлено, що комунікативна стратегія підтримки адресата має універсальні лінгвопрагматичні механізми – інклюзивну референцію, риторичний повтор, емпатійні формули, апеляцію до спільних цінностей та історичного досвіду, проте їх конкретна реалізація залежить від культурного, політичного та історичного контекстів. Перекладацьке відтворення цієї стратегії потребує не стільки формально-структурної, скільки функціонально-прагматичної еквівалентності: ключовим критерієм є збереження підтримувального ефекту для цільової аудиторії, навіть якщо для цього доводиться змінювати структуру, метафори чи ступінь експліцитності окремих елементів. Успішний переклад політичного тексту передбачає глибоке розуміння функціонування вихідного дискурсу, політичної ситуації, прагматичних стратегій автора, а також можливостей цільової мови щодо збереження комунікативного впливу. Перекладач стає не лише технічним виконавцем, але й активним учасником політичного процесу, який через мовне посередництво формує сприйняття політичної реальності в іншому культурному контексті.

Список літератури:

1. Дабіжа В. Політичні комунікації: аспекти розвитку. *Стратегічні пріоритети*. 2013. № 4. С. 173–177.
2. Дяченко Н. М., Халін В. В. Комунікативні стратегії в сучасному українському політичному дискурсі. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*. 2019. Вип. 1 (89). С. 56–62.
3. Завальська Л. В. Проблема розроблення типології комунікативних стратегій у політичному дискурсі: основні концепції. *Філологія*. 2017. Т. 22, № 2 (16). С. 47–53.
4. Михайленко О. О. Політичні промови у перекладі: видатний Черчилль. *Мова*. 2019. № 31. С. 112–120.
5. Назаренко М. М. Труднощі перекладу текстів політичних промов. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*. 2018. № 7 (321). С. 118–123.
6. Сітко А.В. Особливості відтворення етикетних форм англомовних питальних речень. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*: зб. наук. праць. К.: Логос, 2007. Вип. 11. С. 296–302.
7. Чепіль О. Особливості реалізації комунікативних стратегій у політичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2015. Вип. 52. С. 274–276.
8. Brown P., Levinson S. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p.
9. Leech G. N. *The Pragmatics of Politeness*. Oxford : Oxford University Press, 2014. 384 p.
10. Maliuk D. S., Sitko A. V. Stylistic means of intention representing in speeches of U.S. political leaders. *Issues of modern philology in the context of the interaction of languages and cultures: International scientific and practical conference. Internship proceedings, December 27–28, 2019. Venice, Italy*. P. 153–157.
11. Mykhailichenko Kh. Lingvo stylistic features of translation of political discourse in the United States (based on speeches by B. Obama and D. Trump). *Scientific Research Issues of South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky: Linguistic Sciences*. 2020. № 31. P. 278–293.
12. Obama B. “Yes, We Can” – New Hampshire Primary Speech, January 8, 2008 (Nashua, New Hampshire). American Rhetoric: Barack Obama – New Hampshire Primary Concession Speech. URL: <https://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobama/barackobamanewhampshireconcessionspeech.htm> (дата звернення: 10.11.2025).
13. Obama B. 2008 Presidential Election Victory Speech, November 4, 2008 (Chicago, Illinois). URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama_2008_presidential_election_victory_speech (дата звернення: 10.11.2025).
14. von der Leyen U. 2022 State of the Union Address, 14 September 2022. European Commission. URL: https://commission.europa.eu/state-union-2022_en (дата звернення: 11.11.2025).

Budanova L. G., Tsokorova A. Yu., Sitko A. V. COMMUNICATIVE STRATEGY FOR SUPPORTING THE ADDRESSEE IN POLITICAL DISCOURSE: TRANSLATION ASPECT

The article sets out to provide a comprehensive analysis of the communicative strategy of addressee support in political discourse and outlines the peculiar features of its rendering into Ukrainian, based upon official speeches of US presidents and EU leaders available on the White House website and in leading media, as well as their Ukrainian translations and adaptations discussed in recent Ukrainian studies.

The article is focused the attention on the political discourse and communicative strategies as well as politeness theory and the notion of “face”. It makes possible to interpret addressee support as a specific type of cooperative, positively polite strategy, as the compliance of politeness principle aims to achieve the highest efficiency of social interaction by keeping social balance and maintaining friendships. Concerning the communication, the politeness principle is defined as the peculiar strategy of speech behaviour aimed to conflict prevention.

It was found that the addressee support as a specific type of cooperative, positively polite strategy is realised through a complex of linguistic and rhetorical devices: inclusive collective reference (we, our), explicit empathy, appeal to shared values, rhetorical repetition, future-oriented metaphors, and assurance and promise constructions. The article shows that translation of such units requires a combination of functional equivalence and pragmatic adaptation, in particular the preservation of positive politeness and the supportive effect for addressees. The article pays special attention to the addressee support as an independent subtype of cooperative strategies in political discourse and in describing typical ways of translation used to render it into Ukrainian.

Key words: *political discourse, communicative strategy of addressee support, cooperative strategy, politeness, political speech, translation of political discourse.*

Дата надходження статті: 20.11.2025

Дата прийняття статті: 10.12.2025

Опубліковано: 30.12.2025