

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра романської і новогрецької філології та перекладу

Кваліфікаційна робота
з перекладознавства на тему:

**"ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО ПЕРЕКЛАДУ
ІТАЛІЙСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО МЕДІАДИСКУРСУ"**

Студентки групи МПіт 03-19
факультету романської філології
денна форма навчання
спеціальність **035 Філологія**
спеціалізація **035.05 Романські мови та
літератури (переклад включно)**
Захарової Яни Володимирівни
Науковий керівник:
доцент Куранда В.В.

Допущено до захисту

"__" _____ року

Завідувач кафедри

_____ Філоненко Н.Г.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ - 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПЕРЕКЛАДУ ПОЛІТИЧНОГО МЕДІАДИСКУРСУ	5
1.1. Роль перекладу в сучасному світі.....	5
1.2. Функціональні та жанрово-стилістичні особливості політичного медіа дискурсу	14
1.3. Проблеми адекватності та прагматичні аспекти перекладу політичного медіа дискурсу	28
Висновки до розділу 1	38
РОЗДІЛ 2 МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПЕРЕКЛАДУ ПОЛІТИЧНИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ З ІТАЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ	40
2.1. Методи лінгвістичного аналізу в медійних текстах	40
2.2. Стратегії та тактики відтворення політичних медійних текстів	51
Висновки до розділу 2	57
РОЗДІЛ 3 СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ: СТИЛІСТИЧНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ.....	58
3.1. Основні труднощі адекватного перекладу	Ошибка! Закладка не определена.
3.1.1. Відтворення власних назв у політичному мас-медійному дискурсі.....	58
3.1.2. Відтворення національних реалій у політичному мас-медійному дискурсі	65
3.1.3. Відтворення неологізмів у перекладі італійських політичних медіатекстів	71
3.1.4. Відтворення тропів у перекладі текстів італійських політичних медіа	76
Висновки до розділу 3	81
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86

ВСТУП

Лексична система мови засобів масової інформації – найдинамічніша система сучасної літературної мови. Загальновідомо, що у царині ЗМІ найрізноманітніше та найсильніше виявляються процеси, які характеризують саме життя мовного організму; тут найбільше зосереджені інновації. І це природно, адже однією з основних функцій засобів масової інформації є інформативність, новизна. Мова сучасних мас-медіа привертає до себе увагу багатьох лінгвістів, бо вона – багатюще джерело для дослідження новітніх тенденцій у розвитку сучасної літературної мови.

Одним із найпомітніших процесів, є процес активного поповнення лексики. Цьому сприяє розкутий мовний стиль сучасних журналістів, зростання рівня освідченості, досконале володіння іноземними мовами. На сьогоднішній день це є головною проблемою сучасних досліджень. Якщо переглянути історію, то у часи великих, докорінних перетворень у житті того чи іншого народу з'являється багато нових слів та понять. Потреба в нових словах зумовлюється насамперед позамовними чинниками, зокрема політичними змінами в суспільстві.

Актуальність дослідження обумовлена потребою ретельного вивчення специфіки відображення життя суспільства вітчизняними та закордонними ЗМІ та особливостями перекладу італійського політичного медіадискурсу.

Метою роботи є дослідження особливості українськомовного перекладу італійського політичного медіадискурсу.

Поставлена мета зумовлює необхідність вирішення таких **завдань** дослідження:

-дослідити роль перекладу в сучасному світі;

-охарактеризувати функціональні та жанрово-стилістичні особливості політичного медіа дискурсу;

-дослідити проблеми адекватності та прагматичні аспекти перекладу політичного медіа дискурсу;

-охарактеризувати методи лінгвістичного аналізу в медійних текстах;

-дослідити стратегії та тактики відтворення політичних медійних текстів;

- дослідити основні труднощі адекватного перекладу.

Об'єктом дослідження є італійський політичний медіадискурс.

Предметом дослідження є закономірності перекладу італійського політичного медіадискурсу.

Методи дослідження обумовлені поставленими завданнями і мають комплексний характер: дескриптивно-емпіричний, лексико-семантичний, компонентний, порівняльно-зіставний аналіз.

Теоретичну і методологічну основу роботи складають праці вітчизняних та іноземних дослідників: Чередниченка О.І., Смущинської І.В., Кияка Т.Р., Свиридюка Л. А., Белової А. Д., Зорівчак Р. П., Білозерської Л. П., У. Еко, Бархударова Л. С., Комісарова Н.В., Виноградова В. С., Швейцера А. Д., С. Ардуїні та У. Стекконі, Б. Озімо, С. Бані, П. Еншалла та Д. Інграма.

Структура роботи: дослідження дипломної роботи складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного, загальних висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПЕРЕКЛАДУ ПОЛІТИЧНОГО МЕДІАДИСКУРСУ

1.1. Роль перекладу в сучасному світі

Характерною рисою сучасного світу є стійкі глобалізаційні процеси. Важливою ознакою глобалізації виступає спілкування як між народами, так і між окремими носіями культури. Специфічного значення набуває комунікація між цивілізаціями, а підґрунтям усіх цих відносин виступає зростання міжнародних контактів. На межі ХХ і ХХІ ст. загострилися проблеми мовної комунікації, поглибилося вивчення засобів комунікативного впливу. «Змінився “мовний смак епохи”»: на зміну “тоталітарній мові” прийшла “вільна” мова засобів масової інформації, спілкування на різних рівнях; зросла роль мовної особистості» [9, с. 81].

Важливим актом міжкультурної комунікації є переклад, оскільки він передбачає подолання культурної дистанції між комунікантами і спрямований на забезпечення їх порозуміння. Він руйнує міжмовний та міжкультурний бар'єр. Перекладачі є представниками однієї національно-лінгвокультурної спільноти і, відповідно, повинні мати певну когнітивну базу, тобто певним чином структуровану сукупність необхідних обов'язкових знань як своєї, так і іншої національно-культурної спільноти (так звані фонові знання), адже ними володіють носії цих мов і ці знання формують специфічний національно-культурний менталітет.

Переклад у сучасному світі виступає важливим засобом спілкування між індивідами, які розмовляють різними мовами й належать до різного лінгвокультурного ареалу. У такому контексті переклад розглядають як особливий вид міжкультурної комунікації. Лінгвістична наука про переклад є

ще зовсім молодою. Досі вона навіть не має загальноприйнятої назви. У різних джерелах можна знайти такі терміни як: “перекладознавство”, “транслатологія”, “теорія перекладу” та ін. Лише з початку другої половини двадцятого століття дослідження особливого виду мовленнєвої діяльності, яку називають “перекладом”, почали формуватися в самостійну лінгвістичну дисципліну. Включення перекладу в парадигму міжкультурної комунікації веде до усвідомлення того, що переклад є видом мовного посередництва, яке визначається В. Н. Комісаровим як «перетворення вихідного повідомлення в таку мовну форму, яка може бути сприйнята реципієнтом... Мовний посередник повинен витягувати інформацію з тексту вихідного повідомлення (“оригіналу”) і передавати її нам іншою мовою» [33, с. 3-19].

За В. Н. Комісаровим, «переклад – це вид мовного посередництва, який цілком орієнтований на оригінал. Переклад є іншомовна форма існування повідомлення, яке містить оригінал. Завдання перекладу – забезпечити такий рівень міжкультурної комунікації, при якому створюваний текст мовою реципієнта міг би виступати в якості повноцінної комунікативної заміни оригіналу і ототожнюватися реципієнтами перекладу з оригіналом у функціональному, структурному і змістовному відношеннях» [33, с. 5].

Комунікативна концепція перекладу враховує особливості перекладу як акту міжкультурної комунікації. Такий підхід закладено в працях німецьких дослідників О. Каде і А. Нойберта, а також російських вчених В. Н. Комісарова та А. Д. Швейцера. Основою для зіставлення в перекладі є елементи комунікативного процесу. З точки зору теорії міжкультурної комунікації, при перекладі зіставляються не тільки дві мови, а й дві культури в широкому розумінні цього слова. Через міжкультурні відмінності, те, що є зрозумілим носіям однієї мовної культури може викликати нерозуміння у іншомовного реципієнта тексту перекладу.

При цьому необхідно враховувати той факт, що процес міжкультурної комунікації має складну структуру і включає безліч чинників, які впливають на умови її протікання і фінальний успіх. Як зазначає Р. К. Міньяр-Белоручев, «науці про переклад доводиться вивчати і умови породження вихідного тексту, і умови сприйняття перекладного тексту, і соціальний статус комунікантів, і мовну ситуацію, і різні супутні явища, що входять в складне поняття комунікації з використанням двох мов, яка і являє собою об'єкт науки про переклад» [47, с. 7].

Відомий український перекладознавець І. В. Корунець визначає переклад, як «односпрямований і двофазний процес міжмовної і міжкультурної комунікації, при якому на основі підданого цілеспрямованому (перекладацькому) аналізу первинного тексту створюється вторинний текст (метатекст), що замінює первинний в іншому мовному і культурному середовищі; процес, що характеризується установкою на передання комунікативного ефекту первинного тексту, частково модифікується відмінностями між двома мовами, між двома культурами і двома комунікативними ситуаціями» [35, с. 75].

Отже, переклад задовольняє суспільну потребу у міжкультурній комунікації. Як вказує І. В. Корунець, «переклад має на меті задовольнити потребу суспільства в двомовної комунікації, яка в максимальній мірі наближена до природної, одномовної комунікації» [35, с. 10].

Класичною для італійського перекладознавства є робота професора семіотики Умберто Еко «Сказати майже те ж саме. Досліди з перекладу». До проблеми можливості перекладу Умберто Еко підходить, по-перше, як фахівець з практичного перекладу (також він узагальнив роботи своїх сучасників і попередників), по-друге, як автор низки всесвітньо відомих бестселерів,

перекладених багатьма мовами світу, по-третє, як визначний науковець у галузі семіотики.

Умберто Еко пояснює своє звернення до проблеми перекладу багатьма причинами, серед яких важливе місце має така теза: «У першій половині ХХ століття і пізніше були розроблені такі теорії структури мови (або динаміки мови), які спиралися на явище радикальної неможливості перекладу. Це міцний горішок і для самих теоретиків, які, розробляючи ці теорії, усвідомлювали, що що насправді люди здійснюють найрізноманітніші переклади, причому вже протягом тисячоліть» [85, с. 18]. Таким чином, для У. Еко проблема – чи можливий переклад з однієї мови іншою – вирішена однозначно. Своє завдання він вбачає у тому, щоб пояснити, чому переклад є принципово можливим як явище.

В основі цього переконання про можливість перекладу – визнання відомого з часів Фердинанда де Соссюра факту: існує не тільки система мови, а й породжуване за її участі мовлення. «Опозицію система / текст можна було б замінити на соссюрівську мову / мовлення, і все залишилося б, як і раніше» [85, с. 57], стверджує Умберто Еко в коментарях з приводу трансформації сенсу вихідного тексту (тобто тексту мовою оригіналу) в текст перекладу.

Процес перекладу з однієї мови іншою Умберто Еко сприймає як акт «перемовин»: «Тут можна було б запитати, які ж сторони наявні у цьому процесі перемовин. <...> з одного боку, є текст-джерело зі своїми автономними правами, а часом і фігура емпіричного автора <...> із його можливими претензіями стосовно контролю, а також вся та культура, в межах якої народжується цей текст; з іншого боку, є текст перекладу й та культура, в якій він з'являється» [85, с. 19]. Таким чином, вихідним пунктом перекладу буде саме текст, а не система мови.

Під час перекладу відбувається взаємодія перекладача і читача з конкретним текстом, а не з лінгвістичною системою. Причому мається на увазі не просто ізольований текст, але враховуються також його жанрові та стильові особливості, характер дискурсу, іншими словами, його розміщеність у певному шерезі однотипних за низкою ознак текстів і позатекстових ситуацій.

Указуючи, що в процесі перекладу йдеться не про взаємодію двох лінгвістичних систем різних мов, У Еко звертає увагу, що об'єктом перекладу є власне текст: «Якби переклад стосувався тільки відносин між двома лінгвістичними системами, слід було б погодитися з тими, хто вважав, що природна мова нав'язує своїм носіям власне бачення світу, що ці бачення світу взаємно несумірні один з одним, і тому переклад з однієї мови іншою неминуче зазнає невдачі. Це було б рівнозначно тому, щоб суголосно Гумбольдту сказати, що кожна мова має власний геній - або, що ще краще, що кожна мова виражає особливе бачення світу (так звана гіпотеза Сепіра – Ворфа)» [85, с. 42].

Отже, в якій би формі текст не був представлений, завжди слід мати на увазі модель «можливого світу», тобто ситуації, коли читач (перекладач в тому числі) сприймає текст як певну цілісність, співвідносну, з одного боку, в його уяві з певним сегментом реальності, а з іншого – із класом текстів, що мають певні ознаки і традиції передачі вербальної інформації. Завдання перекладача завжди полягає в тому, щоб із іншої системи відібрати еквівалентні елементи мовного матеріалу (і жанрової традиції), які б відображали «можливий» світ первинного тексту, накладений на «можливий світ» перекладу: «Будь-який текст (навіть найпростіша фраза) описує або передбачає певний Можливий Світ» [85, с. 54]. Досвід перекладу навіть близькоспоріднених мов (з урахуванням близькості граматичної будови і культури) демонструє, що вийде не те саме, але «майже те саме».

На думку Умберто Еко, найважливішим моментом у практичній діяльності перекладача є розуміння первинного (вихідного) тексту, який підлягає подальшій трансформації. Таке розуміння базується, перш за все, на певній «енциклопедії знань» перекладача, а з іншого – на усвідомленні того, що «завдяки можливостям, що надаються лінгвістичною системою, відбувається певна передача зовні (звукова або графічна), відтак, маємо справу вже не з системою, а з процесом формування тексту» [85, с. 57].

Якщо можливий переклад в межах однієї культури з однієї системи в іншу, під яким розуміється інтерсеміотичний і інтралінгвістичний переклад за класифікацією Р. Якобсона, на яку У. Еко спирається, то інтерлінгвістичний переклад не є чимось особливим. У всіх випадках мова йде «майже про те саме», але, як показує практика, повернення в зворотному напрямку відбувається набагато успішніше тільки в останньому випадку.

Безперечно, чим ближчими є культури (в просторі і в часі), тим простіше виконати трансформацію в прямому і в зворотному напрямку, яка б зберігала ознаки вихідного оригіналу. Розглядаючи погляди Р. Якобсона і Ч. Пірса на проблему перекладу, У. Еко фактично вказує, що в основі міжмовного перекладу закладена загальнолюдська властивість розуміння (як інтерпретації). Зокрема, посилаючись на Ч. Пірса, він зазначає: «Згідно з найбільшою прагматикою, принцип інтерпретації доводить, що наявність будь-якої більш-менш відчутної «еквівалентності» значення двох виразів може бути забезпечена тільки тотожністю наслідків, які ці вирази в собі містять або мають на увазі. Щоб пояснити, що він хоче сказати, в тому ж контексті Пірс стверджує, що значення в звичному значенні - це переклад знака в іншу систему знаків» [85, с. 272].

В роботі Умберто Еко піднімаються багато проблем, пов'язаних із теорією і практикою перекладу, наприклад, переклад поезії та прози, перехід однієї

художньої форми в іншу (трансмутація), відношення діалекту і літературної мови при перекладі, проблема перекладу і розвитку (еволюції) мови.

Прихильники гіпотези лінгвістичної відносності, більш відомої як гіпотеза Сепіра–Ворфа, наполягають на тому, що структура мови визначає структуру мислення і спосіб пізнання зовнішнього світу. При цьому абсолютно не береться до уваги можливість «зворотного зв'язку»: адже відсутні будь-які перешкоди, що дають можливість стверджувати, що саме спосіб мислення і пізнання навколишнього світу, що є продуктом діяльності в зовнішньому світі, впливає на граматичну структуру мови (результати цього впливу всі можуть спостерігати протягом останніх століть, коли, наприклад, реагуючи на зовнішні зміни, активно перебудовувалася лексична система, змінювалися домінантні риси в словотворі та синтаксисі). Очевидно, відношення між моделлю світу і мовою не є ані однозначними, ані лінійними.

«Нееквівалентність» матеріалу різних мов (усіх можливих рівнів мови) може долатися за рахунок сумірності в сфері діяльності: згадаймо відомий вислів про те, що з однієї мови можна адекватно перекласти іншою повідомлення про те, що відбувається на Марсі, лише в тому випадку, якщо носії обох мов там побувають.

Інакше кажучи, У. Еко наново формулює проблемне питання: чи можна заперечувати знамените твердження У. В. О. Куайна про «неможливість перекладу мовою первісного племені фрази «нейтрино не має маси» [85, с. 46]. У конкретному випадку відбувається проста підміна понять: метамова науки порівнюється з національною мовою, в якій на актуальному етапі розвитку відсутня метамова науки. Власне, в процесі «перекладу», як справедливо відзначають ті, хто перекладом займається в силу практичної необхідності, перекладаються не мови (з однієї закритої системи до іншої закритої системи), а тексти.

Очевидно, що переклад з однієї мови будь-якою іншою теоретично все ж можливий. Результат перекладу пов'язаний як з гнучкістю мовного матеріалу і самою природою мовного знаку, так і з властивістю мови породжувати метафору, символ і міф.

Все ж, якщо спробувати здійснити переклад сполуки «маса нейтрино» мовою первісного народу, що займається збиранням і полюванням, то для початку буде необхідно трансформувати поняття про «нейтрино» в межах певної мови до елементарного рівня сприйняття окремого носія цієї мови, який з тих чи інших причин не зміг пройти курс середньої школи, а потім спробувати адаптувати цей елементарний рівень до уявлень первісного племені.

Причиною труднощів зворотного перекладу буде невизначеність і розмитість символічних форм (проте ж у первісних народів міфологія відображає і більш складні уявлення, ніж «нейтрино», наприклад, космогонію). А з іншого боку, не слід забувати і фактор історичного розвитку мови, тому що пояснення властивостей нейтрино було б так само складним для провідних винахідників початку ХХ століття.

Звертаючись до прикладу У. В. О. Куайна з приводу маси нейтрино, Умберто Еко наводить й інші приклади «непроникності» і «неспівмірності» елементів мовних систем навіть тих мов, які у визначенні Уорфа належали до своєрідного загальноєвропейського мовного екстракту (по Уорф, SAE): «Досить також нагадати, наскільки складно перекласти поняття, виражене німецьким словом *Sehnsucht* (туга): здається, німецька культура має точне усвідомлення й розуміння такого почуття, семантичне поле якого лише частково може бути передане такими поняттями, як італійське *nostalgia*» [85, с. 46].

Власне історичному розвитку і пов'язаній із цим процесом проблемі перекладу У. Еко теж приділяє увагу. Він звертає увагу на факт, із яким

зіткнулися вже індійські граматики, які працювали над ведійськими текстами на санскриті: незважаючи на малу рухливість глибинної граматичної будови мови і базового шару лексики, з часом накопичується стільки відмінностей, що одна й та сама мова стає недоступною для адекватного сприйняття самих носіїв. У такому разі необхідним постає або додатковий герменевтичний акт – інтерпретація з проясненням етимології, або в прямому сенсі «переклад» із використанням сучасного варіанту мови.

У зв'язку з цим виникає цілий ряд конкретних питань, пов'язаних із реальною практикою перекладу. Серед них: як перекладати тексти, що імітують ранні періоди розвитку мови, як перекладати архаїчні тексти, чому виникає ситуація, коли перекладений раніше текст знову вимагає повторного перекладу, тому що утворився мовний і культурний розрив у часі (У. Еко – противник спрощених модернізацій, які позбавляють текст естетичної цінності і зв'язку зі змістом).

Отже, всупереч всім наявним обставинам, пов'язаним із тим, що при перекладі як процесі «тлумачення і трансформації реальних і можливих світів в перекладних книгах» ми виходимо «із задалегідь готової семіотичної системи, яку збудували для нас суспільство, історія, виховання» [85, с. 422], переклад все ж можливий. Можливий тому, що різні семіотичні системи, за влучним висловом У. Еко, можуть бути непорівнянними, але їх усе одно можна порівняти.

Таким чином, міжкультурна комунікація, як особливий вид порозуміння, припускає спілкування між носіями різних мов і різних культур. Співставлення мов і культур виявляє не тільки загальне, універсальне, але й специфічне, національне, самобутнє, що зумовлене розбіжностями в історії розвитку народів. Як зазначає В. Н. Комісаров, «у процесі міжкультурної комунікації функціонують дві мовні системи, і вони функціонують не незалежно одна від

одної, а у тісній взаємодії, з паралельним використанням комунікативно рівноцінних одиниць» [33, с. 6]. У цьому контексті, переклад є дуже важливим та необхідним засобом міжкультурної комунікації та має надзвичайну вагу для підтримки безпосередніх зв'язків між комунікантами, які належать до різних лінгвокультурних ареалів. Проведене дослідження не вичерпує усіх аспектів питання щодо ролі перекладу у процесі міжкультурного спілкування.

1.2. Функціональні та жанрово-стилістичні особливості політичного медіа дискурсу

Політика належить до числа доконаних форм людського спілкування. Будь таке спілкування недоконаним, виникає ризик, що місце політики посяде деспотія, що є, за словами В. З. Дем'янкова, «війною всіх проти всіх» [21, с. 33].

Інтерес до вивчення політичної комунікації привів до того, що в середині дев'яностих років минулого століття з'явився ряд робіт в області дослідження політичного дискурсу, які створили основу для виникнення нової галузі антропологічної лінгвістичної парадигми – політичної лінгвістики. Було визначено коло її інтересів і окреслені перспективи подальшого розвитку.

Для сучасної політичної лінгвістики в повній мірі характерні всі провідні риси сучасного мовознавства (на думку В. З. Дем'янкова):

«антропоцентризм (мовна особистість стає точкою відліку при вивченні мовних і мовленнєвих явищ);

експансіонізм (включення в область дослідження лінгвістики ряду суміжних проблем, розширення сфери наукових інтересів);

функціоналізм (вивчення мови в дії, у функціонуванні та управлінні комунікацією); експланаторність (прагнення не тільки описати мовні факти, а й дати їм пояснення з позицій різних теорій)» [21, с. 38].

Найзначнішою роботою пострадянської лінгвістики в галузі досліджень політичного дискурсу є докторська дисертація О. Й. Шейгал «Семантика політичного дискурсу» [84]. В Україні лінгвістичні аспекти політичного дискурсу вивчалися, зокрема, Я. Р. Федоровим на прикладі харизматичного дискурсу політичного лідера, різних жанрів дискурсів публічних виступів, особливостей невербаліки комунікативної поведінки політичних фігур українського суспільства [75].

Об'єктом дослідження політичної лінгвістики, на думку Я. Р. Федорова, є «політичний дискурс певного мовного співтовариства, який виступає інструментом завоювання і утримання влади» [75, с. 16]. У політичній лінгвістиці існує два трактування поняття «політичний дискурс» – широке і вузьке.

Політичний дискурс в широкому сенсі «включає всі форми спілкування, в яких до сфери політики належить бодай одна зі складових процесу комунікації: адресант, адресат або зміст повідомлення» [84, с. 31]. Такої точки зору стосовно поняття політичного дискурсу дотримується О. Й. Шейгал [84, с. 31].

У вузькому сенсі політичний дискурс – це різновид дискурсивної поведінки, метою якого є завоювання, збереження і здійснення політичної влади. Так, А. Н. Баранов і Є. Г. Казакевич визначають політичний дискурс як «сукупність дискурсивних практик, що ідентифікують учасників політичного дискурсу як таких і формують конкретну тематику політичної комунікації» [3, с. 246].

Нам видається, що більш виграшним виглядає трактування дискурсу в широкому сенсі, оскільки воно охоплює всі складові простору політичного дискурсу і дає можливість уточнювати кожен з них, виходячи з конкретних завдань лінгвістичного дослідження.

У термінах семіотичної концепції політичного дискурсу О. Й. Шейгал комунікативно-релевантне визначення політичного дискурсу постає можливим тільки через «взаємозв'язок вербальних і невербальних комунікативних дій в певному соціопсихологічному контексті, в якому відправник і одержувач наділені певними соціальними ролями відповідно до їх участі в політичному житті, яке є предметом акту комунікації» [84, с. 64]. Виходячи з цього, ми пропонуємо трактувати політичний дискурс як комплекс вербальних і невербальних знаків, що складають семіотичний простір сфери конкретної ситуації політичної комунікації і представляють собою продукт цілеспрямованої поведінки семіотичної особистості «політик» [84, с. 67].

Вербально політичний дискурс відрізняється тим, що в ньому політична лексика є термінологічною, а граматичні структури і стилістичні засоби мають певну специфіку. Невербально політичний дискурс характеризується «ораторською експресивністю, маніпулятивною риторикою просодичної, мімічної й жестової поведінки, які позначають стереотипи емоційно-психологічної, гендерної, соціальної сфер» [84, с. 65].

Виходячи зі специфіки контексту ситуації, ці знакові вербальні і невербальні системи виявляють модифікацію прагматичних значень і функцій під впливом різних лінгвальних і екстралінгвальних факторів.

У політичній лінгвістиці виділяють наступні жанрові різновиди політичного дискурсу:

«інституційний (політичні стенограми, документи, публічні виступи, інтерв'ю);

мас-медійний (створюється журналістами, формується через пресу);

офіційно-діловий (для апаратного спілкування);

дискурси, створені неполітиками;

«політичні детективи»;

присвячені політиці тексти наукової комунікації» [75, с. 38].

Таким чином, основні галузі застосування дискурсивних досліджень в політичній лінгвістиці і дікурсознавстві пов'язані з виявленням особливостей політичного мислення комунікантів за їх мовними й невербальними даними в політичному дискурсивному просторі.

Політична комунікація є предметом вивчення політичної лінгвістики, де остання визначається як «мовна діяльність, орієнтована на пропаганду тих чи інших ідей, емоційний вплив на громадян країни і спонукання їх до політичних дій, для вироблення суспільної злагоди, прийняття та обґрунтування соціально-політичних рішень в умовах множинності точок зору» [84, с. 6]. Таким чином, зміст політичної комунікації можна звести до громадського обговорення трьох фундаментальних питань [84, с. 14]:

- 1) розподіл суспільних ресурсів;
- 2) контроль за прийняттям рішень / право приймати рішення (судові, законодавчі і виконавчі);
- 3) застосування санкцій (право карати або винагороджувати).

Зазначені фундаментальні питання дають нам можливість судити про основні функції політичного дискурсу, до яких відносять [84, с. 33-42]:

- інструментальну функцію;
- інформативну функцію.

Під інструментальною функцією політичного дискурсу розуміють «його використання в якості інструменту політичної влади» [75, с. 16]. Як ми вже відзначали раніше, для політичної комунікації притаманна наявність різновекторних напрямків, серед яких, зокрема, протистояння з одного боку, і кооперація з іншого.

Наведений факт вказує на «суперечливість інструментальної функції політичної влади, яка розгалужується на наступні підфункції:

- 1) соціального контролю;
- 2) легітимізації влади;
- 3) відтворення влади;
- 4) орієнтації;
- 5) соціальної солідарності;
- 6) соціальної диференціації;
- 7) агональну (ініціювання та рішення соціального конфлікту, вираження незгоди і протесту проти дій влади);
- 8) акціональну (проведення політики мобілізації або умиротворення)» [75, с. 23].

Виконувати свою інструментальну функцію політичний дискурс може тільки завдяки іншій не менш важливій функції, а саме інформативній функції, оскільки більшість членів зазначеної групи не стикаються безпосередньо зі світом політики, делегуючи ці повноваження своїм представникам. Таким чином, уявлення про політичний світ у пересічних членів соціуму формуються на основі представленої для них інформації, вербальних і невербальних «картинок», а не на основі досвіду їх особистої участі в політичному житті.

Д. Грейбер виділяє такі напрямки інформативної функції політичної комунікації [93, с. 198]:

- 1) поширення інформації;
- 2) визначення порядку денного;
- 3) проекція в майбутнє і минуле.

Всі три напрямки інформативної функції близькі за своїм змістом і утворюють інформаційне поле політичного дискурсу. Поширення інформації про стан справ у політичному співтоваристві служить цілям інформування громадян і створення політичної реальності в їх свідомості.

Визначення порядку денного, тобто виділення головних подій серед багатьох і їх висування в центр суспільної уваги з одночасним зсувом менш значущих або невідповідних політичній кон'юнктурі подій на периферію, полягає в контролі за поширенням інформації. І, нарешті, «проекція в майбутнє і минуле складається із прогнозування майбутнього і оцінного міркування про минуле, яке представляє собою ретельно продуману презентацію позитивного і негативного досвіду самого адресанта або його опонентів для вирішення своїх політичних цілей» [93, с. 198].

Визначивши поле політичного дискурсу і виділивши його основні функції, ми впритул підійшли до опису його системотвірних ознак. Перш за все, політичний дискурс, функціонуючи в умовах певних соціально-політичних установ, характеризується інституційністю. У зв'язку з тим, що політична комунікація, спрямована на громадян країни, майже повністю «опосередкована засобами масової інформації і являє собою інституційне спілкування» [94, с. 74], аналізований дискурс виявляє ознаку дистанційованості, яка проявляється в таких аспектах:

- «фізична / просторова дистанція (наявність охорони, спеціальних захисних споруд і т.п.);
- комунікативна / контактна дистанція (недоступність політиків для прямого мовного контакту, медійно опосередковане спілкування);
- символічна дистанція (право на володіння символами влади: печатка, ядерна валізка, резиденції);
- психологічна дистанція (ореол таємничості, визнання особливої мудрості і проникливості політичного лідера);
- інформаційна дистанція (монополія на інформацію та обмеження доступу до неї нижчестоящих)» [84, с. 59-60].

З іншого боку, агенти політичного дискурсу прагнуть «скоротити дистанцію з адресатом за допомогою індексального використання мови, яке імпліцитно сигналізує про політичні відмінності, наприклад, можна вибрати один з багатьох регіональних або соціальних акцентів, використання лексем, що асоціюються з конкретною ідеологією, і, нарешті, вибір поведінкових норм, які показують або солідарність, або відсторонення» [84, с. 96]. Таким чином, ми можемо стверджувати, що політичний дискурс характеризується індексальністю. Громадяни країни, будучи «імпліцитним адресатом навіть тоді, коли вони формально не включені в дискусію, створюють передумови для імпліцитно діалогічного або навіть поліфонічного характеру політичного дискурсу» [91, с. 361; 93, с. 199].

Політичні діячі (агенти), дискутуючи між собою, даючи інтерв'ю, висловлюючи свою незгоду і т.ін., грають на публіку і повідомляють «адресату-спостерігачеві» [84, с. 63] ретельно відібрані відомості, спрямовані на залучення більшого числа прихильників, тим самим, обумовлюючи театральний і персуазивний характер політичного дискурсу. У зв'язку з тим, що політичні агенти переважно оперують фантомними знаками, тобто словами, в значенні яких відсутній денотативний компонент, наприклад, демократія, соціальна справедливість, досліджуваний дискурс характеризується смисловою невизначеністю.

Незважаючи на це, мова політики, як і будь-який інший професійний різновид мовлення, прагне до точності позначення, термінологізації свого інформаційного поля, таким чином, він підміняє реальність політичною фантазією, яка розуміється як «правдоподібна картина світу, отримана в результаті того, що опосередковано відбитий досвід інтерпретується в якості дійсного стану речей, при цьому суб'єкт інтерпретації безумовно вірить у справжність цієї реальності і не допускає думку про можливість її верифікації»

[94, с. 8]. Адресати-спостерігачі, перебуваючи під впливом штучно створеної політичної картини світу, мають тенденцію до опори на свою підсвідомість, ірраціональність, що обумовлює фідеїстичність політичного дискурсу.

Природа світу політики, що є однією з найбільш рухливих і мінливих сфер життя, виявляється ще однією перешкодою для верифікації політичної дійсності, схильної до безперервних трансформацій. Зазначене положення справ зумовлює динамічність політичного дискурсу.

Дослідники стверджують, що політика не повинна сприйматися тільки як продукт у вигляді «партійних і політичних програм. Швидше, вона повинна сприйматися як динамічний концепт і, отже, як процес комунікації» [94, с. 148].

Крім цього, мінливість політичного дискурсу укупі з використанням професійного мовлення, що характеризується фантомними знаками, призводить до ізотеричності досліджуваного дискурсу, який стає доступним тільки для фахівців, здатних визначити контекст висловлювання і дешифрувати його прихований сенс, що безперечно забезпечує дистанційованість політичного дискурсу.

Як вважає О. Й. Шейгал, «багатовимірність дискурсу в сфері політичної комунікації проявляється в можливості відмінності його жанрового простору за деякими параметрами: ступінь прототипізації, подієва локалізація, соціокультурна специфіка, суб'єктно-адресні відносини і рівень інституційності» [84, с. 232-243]. Широке розуміння політичного дискурсу, яке включає особистісно-орієнтовану і статусно-орієнтовану комунікацію, дозволяє розділяти жанри політичного дискурсу за віссю інституційності, при розташуванні їх послідовно від максимально інституційних до максимально неформальних: офіційні зустрічі представників держав, міжнародні перемовини; політичні документи; промови політиків, публічні виступи; публічні політичні дискусії; прес-конференція; політичний скандал

(знаходиться на межі персонального і особистого); листи й телеграми на знак підтримки або протесту; чутки, анекдоти, розмови в черзі з незнайомими людьми, розмови про політику з друзями і в сім'ї. Стратифікація за суб'єктами політичної комунікації вимагає «розмежування неінституційних та інституційних різновидів спілкування» [84, с. 91].

У спілкуванні, що включає інститути, виділяються жанри, які характерні для суспільно-інституційної комунікації (лінія «суспільство – інститут»: виступи на мітингах, накази виборців, листівки, звернення, петиції; лінія «інститут – суспільство»: указ президента, радіозвернення, публічні промови політиків, плакати, гасла, заклики, закони, декрети, постанови уряду), комунікації між агентами в інститутах (публічна сфера: програмна промова на партійному з'їзді, партійна програма, доповідь на з'їзді, виступ прем'єр-міністра на засіданні парламенту, круглий стіл, парламентські дискусії, зустрічі політичних діячів, переговори; внутрішня сфера: закриті засідання, кулуарне обговорення, службове листування та ін.), комунікації між громадянином і інститутом (голосування на виборах, листи громадян до інститутів і політикам, телеграми). Соціокультурна диференціація жанрів дискурсу в сфері політичної комунікації, яка веде до формування політичних соціолектів, обумовлена «різномірністю ідеологічних орієнтацій групових політичних суб'єктів» [84, с. 103].

Ідеологічна орієнтація закладена в основу політичного соціолекту й визначає його номінативний автономний код, який утворений головними словами-ідеологемами, специфічним набором мовних тактик, стратегій і жанрів. При дослідженні специфіки жанрових форм з позиції їх співвіднесеності з комунікативними складними подіями політичного дискурсу необхідно звернутися до концепції, відповідно до якої комунікативні політичні події розглядають як багатожанрові, складні форми: так, наприклад, мовну складну

подію «зустріч депутатів з виборцями» можна представити в форматі таких жанрів, як накази виборців, відповіді на питання, виступ депутата, оголошення тощо.

Можна виділити такі критерії, які визначають рівень маргінальності або прототипності жанрових форм: відповідність головної інтенції політичного дискурсу – первинності тексту, боротьбі за владу і наявності або відсутності перетину з іншими типами дискурсу. До прототипних жанрових форм, виходячи з цього, О. Й. Шейгал відносить «первинні, інституційні жанри: переговори і декрет, гасло і публічну політичну промову, парламентські дебати» [84, с. 105].

Політичні периферійні жанри вважаються «вторинними жанрами, вони знаходяться на перетині з іншими типами дискурсу. Ці жанри мають респонсивний характер: анекдот і пародія, політична карикатура і графіті, листи читачів і аналітичні статті, політичні мемуари та інтерв'ю тощо» [84, с. 106].

У функціональній структурі простору жанру О. Й. Шейгал виділяє епідейктичні / ритуальні жанри. Основною інтенцією епідейктичних жанрів вважається «інтеграція (ювілейна промова, радіозвернення, інавгураційна промова і гасло), а також орієнтаційні жанри (угода, указ і конституція)» [84, с. 244-245]. У цьому дослідженні слідом за К.Ф. Седовим [60, с. 7-38] ми використовуємо наступне визначення жанру: «жанр – це вербально-знакове оформлення типових ситуацій соціальної взаємодії людей, яке відповідає конкретним комунікативним цілям, успішна реалізація яких неможлива без урахування фактора і аперцептивного фону адресата» [60, с. 7-38].

Ми розглядаємо жанр політичного дискурсу як «мовну складну подію або гіпержанр, що реалізує головну інтенцію політичного дискурсу – боротьбу за владу – і виділяється за такими критеріями, як: функціональна складова, рівень прототипності, подієва локалізація, соціокультурна специфіка, суб'єктивно-адресні відносини, рівень інституційності» [6, с. 198]. Кожен гіпержанр

дискурсу в сфері політичної комунікації піддається поділу на менші за обсягом жанри, в складі яких можна виділити одноактні висловлювання, які позначають поворот в рамках внутрішньожанрової інтеракції, тобто мовні тактики або субжанри. У свою чергу, кожна мовна тактика входить до репертуару конкретної мовної стратегії.

Під мовленнєвою поведінкою суб'єкта політичного дискурсу слід розуміти багатогранне і складне явище, яке детерміноване інтенціями комуніканта. Політики в боротьбі за владу використовують всі доступні засоби, а автори політичних текстів ретельно відбирають тактики і стратегії реалізації політичного дискурсу.

Мовні стратегії реалізують мовні жанри і формують їх неповторність та індивідуальність. К.Ф. Седов пише: «Незважаючи на те, що жанр установлює для мовленнєвих особистостей конкретні норми комунікативного впливу, будь-яка жанрова дія за своїми властивостями є унікальною. Різні жанри надають учасникам комунікації неоднаковий набір можливостей. У виборі мовних засобів вираження всередині жанру варіативність визначається тактиками і стратегіями мовної поведінки» [16, с. 169].

У визначенні К.Ф. Седова внутрішньожанрова тактика являє собою мовленнєвий акт, який змінює сюжетний поворот у розвитку сюжетної інтеракції. Відбір внутрішньожанрової тактики залежить від стратегій внутрішньожанрової поведінки, детермінованих індивідуальними особливостями мовленнєвих особистостей, які беруть участь в інтеракції. Такої ж точки зору дотримується О.Л. Михальова, яка розуміє під комунікативною стратегією «план оптимальної реалізації комунікативних намірів, який враховує суб'єктивні і об'єктивні умови і чинники, в яких відбувається комунікаційний акт і які обумовлюють внутрішню і зовнішню тестову структуру і застосування конкретних мовних засобів» [48, с. 45].

Для реалізації комунікативної стратегії застосовується набір тактик, які зумовлені інтенціями мовця і представлені сукупністю прийомів, що обумовлюють використання мовних засобів. О.Л. Михальова вважає, що обраний спосіб спілкування вважається результатом впливу таких конститутивних ознак політичного дискурсу, як присутність адресата-спостерігача і наявність протиборчих сторін.

В результаті цього виникає «необхідність вибору стратегій, які дозволяють знизити статус опонента, представивши його незначним політиком, який не заслуговує на увагу, і підвищити власну значимість. Мовець при цьому емоційно впливає на адресата, намагається втягнути його в політичне уявлення» [48, с. 63].

Під впливом названих факторів у політичному дискурсі формуються «три стратегії:

1. Стратегія театральності, представлена певним набором тактик: провокація, іронізація, попередження, прогнозування, обіцянки, інформування, розмежування, кооперація, спонукання.

2. Стратегія на підвищення, яка обслуговується тактикою самовиправдання, відведення критики, неявної самопрезентації, презентації, тактикою аналізу «плюсів».

3. Стратегія на зниження, яка реалізується через тактику погрози, образи, викриття, безособового обвинувачення, звинувачення, тактику аналізу «мінусів» [48, с. 64].

Згідно з думкою О.Н. Паршиної, «стратегії, які використовуються суб'єктами політичного дискурсу, визначаються бажанням політика спонукати адресата проголосувати за конкретний політичний інститут, зміцнити або завоювати авторитет, інформувати адресата про предмет мовлення, про свою позицію щодо обговорюваних питань, сформулювати емоційний прогнозований

настрій адресата, переконати в справедливості власної думки адресну аудиторію» [51, с. 12].

О.Н. Паршина виділяє наступні «комунікативні стратегії:

- маніпулятивна стратегія;
- агітаційна стратегія;
- аргументативна стратегія;
- стратегія переконання;
- інтерпретаційно-інформативна стратегія;
- стратегія формування емоційного настрою адресата;
- стратегія утримання влади;
- стратегія самозахисту;
- стратегія нападу;
- стратегія дискредитації;
- стратегія боротьби за владу;
- стратегія самопрезентації» [51, с. 13].

Також автор підкреслює «залежність стратегії мовного впливу від набору тактик, які реалізують кожну стратегію мовної дії» [51, с. 13]. Дослідник відзначає, що для актуалізації однієї і тієї ж стратегії політик може використовувати великий репертуар мовних тактик: спонукати проголосувати за певного кандидата можна з використанням засобів дискредитації опонентів або засобів самореклами. З позиції автора, вибір певної тактики політиком залежить «від кінцевої мети комунікації, особливостей комунікативної ситуації, а також від типу мовної особистості мовця» [51, с. 13].

О.Н. Паршина пропонує наступну систему класифікації комунікативних стратегій і тактик їх реалізації в дискурсі в сфері політичної комунікації:

«1) стратегія переконання:

- агітаційна стратегія: тактика заклику і тактика обіцянки;

- аргументативна стратегія, яка реалізується за допомогою тактики ілюстрування, тактики порівняльного аналізу, вказівки на перспективу і обґрунтованих оцінок;

2) стратегії утримання влади:

- стратегія створення емоційного настрою адресата: тактики єднання, звернення до емоцій адресата, урахування ціннісних орієнтирів адресата;

- інформаційно-інтерпретаційна стратегія, яка представлена тактикою визнання існування проблеми, акцентування позитивної інформації, роз'яснення, коментування, а також тактикою розгляду проблеми під новим кутом зору і вказівки на шлях її вирішення;

3) стратегія боротьби за владу:

- стратегія самозахисту, яка формується завдяки тактиці критики, заперечування і виправдання;

- маніпулятивна стратегія: маніпулятивні тактики і демагогічні прийоми;

- стратегія нападу і дискредитації, представлені тактикою образ і звинувачень;

4) стратегія самопрезентації, яка реалізується за допомогою тактики опозиціонування, тактики солідаризації, тактики ототожнення» [51, с. 15-18].

Огляд джерел з проблеми дослідження дозволяє зробити висновок про те, що різні стратегії виділяються на основі індивідуальних особливостей мовної особистості продуцента дискурсу, кінцевої мети комунікації та особливостей комунікативної ситуації. Тактики, що реалізують стратегії, вважаються інструментом послідовного досягнення мети за допомогою вирішення конкретних комунікаційних завдань. У політичному дискурсі, мета якого полягає в боротьбі за владу, специфіка комунікативного планування залежить від ситуації соціальної взаємодії комунікантів і особливостей мовної

особистості політика, які відображаються на тактичних перевагах і, в результаті, відборі мовних засобів.

1.3. Проблеми адекватності та прагматичні аспекти перекладу політичного медіа дискурсу

Основна інтенція політичного тексту, що реалізує комунікацію у політичному дискурсі – це здійснення впливу на адресата, тобто виконання регулятивної функції. Перекладач має враховувати функцію первинного та вторинного тексту, а також зміну функції тексту при перекладі. Політичні тексти, які призначені для внутрішнього реципієнта та мають регулювати його участь у політичній діяльності, змінюють свою функцію у перекладі. Італомовні переклади українських політичних текстів мають надавати можливість ознайомитися із комунікацією в іншій країні.

Текст має певні стилістичні ознаки, які дозволяють «ідентифікувати його належність до певного жанру та уможлиблюють виконання ним певної комунікативної функції» [8, с. 11]. Характерною ознакою «політичної промови та аналітичної статті на політичну тематику є використання елементів художнього стилю, а саме метафор та інтертекстуальних одиниць» [9, с. 82].

Аналіз перекладознавчих типологій щодо релевантності їх використання при перекладі політичного тексту визначив як найбільш обґрунтовану концепцію авторитетного тексту П. Ньюмарка. Ця концепція пропонує використовувати семантичний (текстоцентричний) переклад для відтворення політичних промов та аналітичних статей на політичну тематику, які призначені для внутрішнього адресата. Підґрунтям для обрання концепції П. Ньюмарка є її «відмінність від позицій інших науковців та врахування в ній категорії

функціональної еквівалентності текстів оригіналу та перекладу» [Цит. за: 1, с. 404].

Політика перш за все є політичною дією. Складовою політичної дії є оцінка, яка завжди присутня у політичній комунікації. Оцінність як основний стилетвірний фактор політичного дискурсу «бере участь у всіх етапах створення та реалізації політичного тексту» [1, с. 405]. Стилестично марковані одиниці політичного тексту є засобами, які оптимізують реалізацію оцінки. Аксиологічна природа оцінності дає підстави використовувати термін "аксіологема" на позначення мовних одиниць різних рівнів, які є носіями оцінки. Структура мовної оцінки складається з чотирьох обов'язкових елементів: суб'єкт, об'єкт, підстава й характер оцінки. Лінгвальне вираження оцінки може відбуватися на будь-якому мовному рівні і, відповідно, проблеми перекладу можуть виникати при відтворенні оцінної одиниці будь-якого рівня. Наше дослідження звертається до носіїв оцінки, які є стилестичними домінантами політичної промови та аналітичної статті і водночас створюють проблеми перекладу, а саме метафоричні аксіологеми і алюзивні аксіологеми, які утворені на основі метафоричного переносу.

Адекватний переклад – це переклад, який «забезпечує прагматичні задачі перекладацького акту на максимально можливому для досягнення цієї мети рівні еквівалентності, не дозволяючи порушення норм та узусу мови перекладу, дотримуючись жанрово-стилестичних вимог до текстів даного типу та конвенційної норми перекладу» [26, с. 83].

У вільному вживанні адекватний переклад – це вірний переклад. У теорії та практиці перекладу оперують такими вихідними поняттями, як еквівалентність, адекватність та тотожність. У широкому плані «еквівалентність розуміють, як щось рівноцінне, рівнозначне чомусь, адекватність – як щось достатньо рівне, а тотожність – як дещо повністю співпадаюче, схоже з чимось.

Менша категоричність поняття еквівалентності надало йому переваг та більшої вживаності у сучасному перекладознавстві» [26, с. 23].

Хоча, звичайно, поняття адекватності, тотожності, повноцінності та навіть аналогічності залишаються в тому ж семантичному полі, що і термін еквівалентність, а іноді й дублюють одне одного. Можна наперед стверджувати, що будь-який переклад не буде абсолютно ідентичним канонічному тексту або одиниці оригіналу. Еквівалентність перекладу відносно оригіналу – це завжди поняття відносне. Але і рівень відносності різниться. «Ступінь наближення до оригіналу залежить від багатьох факторів: від майстерності перекладача, від особливостей мов та культур, часу написання оригіналу та перекладу, характеру текстів, що перекладаються тощо» [32, с. 56]. На наш погляд, еквівалентність у теорії перекладу слід розуміти, як збереження відносної рівноцінності змістовної, значеннєвої, семантичної, стилістичної та функціонально-комунікативної інформації, що вміщують оригінал та переклад.

Слід зазначити, що еквівалентність оригіналу та перекладу – це перш за все спільність розуміння інформації, що міститься у тексті, включаючи й ту, що впливає не тільки на розум, але і на почуття реципієнта. Ми не випадково згадали інформацію, що містить текст, а не одна окрема одиниця, тому що неологізми, які ми використовуємо та перекладаємо, зустрічаються у певному оточенні, тобто у тексті та контексті, яке безпосередньо впливає на значеннєві відтінки неологізму, а значить і на його перекладний еквівалент. Тобто, «говорячи про еквівалентність та адекватність перекладу неологізму, ми також говоримо про еквівалентність та адекватність тексту, в якому він був ужитий» [32, с. 56].

Суб'єктивно-об'єктивна діяльність перекладача як посередника у двомовній комунікації є фактором множинності перекладів, ступінь якої залежить від жанру тексту, його часових та просторових характеристик,

розвиненості перекладацької традиції та рецептивних можливостей цільової мови і культури. Попри той факт, що переклад як вид комунікативної діяльності завжди програє у часі одномовній комунікації, його масштаби не зменшуються, позаяк засвоєння складної естетичної та наукової інформації у вторинній культурі можливе лише шляхом її письмової фіксації засобами цільової мови. Якщо синтезувати відомі моделі двомовної перекладацької комунікації, подані у працях О. Каде, А. Поповича, П. Ньюмарка та ін., то можна зробити висновок, що між текстами оригіналу і перекладу встановлюються складні взаємозв'язки, опосередковані комунікативним ланцюгом, який складається з блоків автора оригіналу, перекладача та одержувача перекладу.

І. В. Корунець підкреслює, що «перекладач – перший одержувач вихідної інформації, має три основні складові:

- 1) зорове сприйняття та розуміння оригіналу шляхом його девербалізації, тобто вилучення змісту з первинної мовної форми;
- 2) перекодування девербалізованого змісту, тобто його вкладення у вторинну мовну форму;
- 3) редагування перекладеного тексту з метою якнайточнішого відтворення затексту, стилістики оригіналу та забезпечення їхнього сприйняття кінцевим одержувачем» [35, с. 12].

Саме на цьому етапі виробляється норма перекладу як компроміс між первинними і вторинними мовними та культурними нормами. «Норма перекладу може бути більш-менш наближеною до норми оригіналу або віддаленою від неї, залежно від жанру перекладу та інтерпретаційної позиції перекладача» [35, с. 22].

Повного збігу між нормами оригіналу і перекладу бути не може, так само як його практично не буває між нормою перекладу, скажімо художнього, і нормою цільової мови, адже дуже часто переклад у мовному плані виступає як

засіб інновацій. Мета перекладу як виду комунікації реалізується «у третьому блоці комунікативного ланцюга – блоці одержувача. Останній може бути як індивідуальним, так і колективним, маючи власну культурну традицію, мову та перебуваючи в характерних для нього соціокультурних умовах» [35, с. 31].

Перекладач зважає на ці аспекти, намагаючись адаптувати текст перекладу для сприйняття одержувачем-носієм певної мови і культури. Звідси ймовірність розширення тексту перекладу порівняно з оригіналом, поява описових (перифрастичних) відповідників, синонімічні та гіперонімічні заміни, антонімічний переклад, різноманітні граматичні та стилістичні трансформації тощо. Однак прагматична адаптація перекладу має свої межі, які стоять на заваді руйнації смислової цілісності та стилістичної своєрідності оригіналу. «За будь-яких умов адаптація перекладу до норм цільової мови і культури не повинна спричинити спотворення концептуального змісту та жанрово-стилістичної домінанти оригіналу» [42, с. 231].

Перекладацька стратегія як «загальний план дій перекладача, спрямований на переклад конкретного тексту, обумовлений конкретною метою перекладу, розроблений з урахуванням лінгвістичних й екстралінгвістичних характеристик конкретної перекладацької ситуації» [42, с. 231]. У зв'язку з цим перекладацька стратегія є загальним планом дій перекладача, що обумовлений «комплексом його принципових установок, спрямованих на досягнення цілей, які свідомо або несвідомо ставить перед собою перекладач» [42, с. 232].

Одним із мовних феноменів, які спричиняють труднощі перекладу політичного тексту, є метафора (К. Шефнер, П. Чілтон, М. Ільїн, П. Ньюмарк). Проблеми перекладу метафори пов'язані з культурною обумовленістю. В кожній культурі виникають свої особливості образної концептуалізації предметів та явищ дійсності. Дослідники проблем перекладу метафор (Т. Казакова, Х. Лі) приходять до висновку, що переклад культуроспецифічних

метафор здійснюється за допомогою одомашнення. П. Ньюмарк запропонував типологію перекладу метафоричних одиниць, яка базується на критерії цілісності внутрішньої форми, та пропонує використовувати буквальний переклад для неометафор та okazіональних одиниць. Аналіз досліджень перекладів політичних метафор демонструє, що для «іншомовного відтворення може використовуватися вся гама перекладацьких трансформацій при обов'язковому збереженні денотативного значення та оцінки» [42, с. 231].

Проблеми перекладу алюзивних одиниць полягають у різному змісті лінгвокультурної енциклопедії кожного народу. Сучасні перекладознавці вважають, що при відтворенні алюзій з національної енциклопедії прийнятною стратегією є доместикація (П. Тороп, Г. Денисова). При перекладі інтертекстуальних одиниць політичного тексту основною метою перекладача залишається відтворення оцінки. Інтертекстуальні одиниці можуть перекладатися «різними способами із обов'язковим збереженням денотативного значення та оцінки» [64, с. 22].

Сучасне перекладознавство розглядає переклад не лише як відтворення тексту іншою мовою, складний комунікативний процес, а й область взаємодії культур. Обрив зв'язків тексту з однією культурою та виникнення зв'язків з іншою, зміна форми та змісту призводить до генерування перекладацьких зсувів (А. Попович) та, як наслідок, втрат інформації (І. Алексеєва, Л. Венуті, А. Берман). Неминучість виникнення втрат інформації зумовлена об'єктивними закономірностями, а саме міжмовною та міжкультурною асиметрією (А. Науменко, П. Тороп). Політичний дискурс, в рамках якого робиться переклад, зумовлює розгляд соціокультурного контексту (особливості замовлення, особистість перекладача) як чинника втрат інформації.

При перекладі політичних текстів фахівці часто стикаються із виникненням проблем на різних рівнях організації тексту. Відповідно до цих

рівнів, можливим є виділення фонетичного, лексичного, граматичного, прагматичного, номінативного та паравербального аспектів труднощів перекладу політичних текстів.

Серед труднощів перекладу на фонетичному рівні можна відзначити наявність суттєвих відмінностей між мовами в артикуляційних базах та графічних системах, що фіксують фонемно-фонетичний інвентар мови. Аби вирішити ці проблеми, переважно вдаються до використання транслітерації або транскрипції.

Транслітерація – «це прийом відтворення графічної форми іншомовного слова, формальне перетворення за порядком букв вихідної лексичної одиниці за допомогою абетки мови перекладу» [4, с. 234], тобто відповідність встановлюється на рівні літер. Поширеним у сучасному перекладознавстві прийомом є також транскрипція. Її суть полягає у «відтворенні звукової форми слова, відтак, транскрипція є формальним пофонемним перетворенням вихідної лексичної одиниці за допомогою мови перекладу» [4, с. 235]. Проте сьогодні неможливо говорити про можливість виконання повної транскрипції при перекладі, оскільки різні мови мають різну кількість фонем.

Наявні в перекладацькій практиці й проблеми, пов'язані з «відхиленнями від загальних принципів транскрипції, що диктуються:

- потребою милозвучності чи зручності вимови слова в мові перекладу;
- небажаними асоціаціями зі словами низького регістру (вульгаризмами, лайливими словами);
- традиційною вимовою слова в мові оригіналу» [4, с. 236].

Трансформації в номінативному плані є модифікаціями ономазіологічних структур номінативних одиниць у перекладі, що супроводжуються як збереженням (формальні), так і зміною їхнього змісту (формально-змістові). Часто в перекладах слову відповідає описовий зворот, вжитий, зазвичай, для

пояснення слова-реалії. Такий тип трансформацій по-різному кваліфікують в перекладознавстві: як описовий переклад, відносячи його до стилістичних трансформацій (А. М. Фітерман, Т. Р. Левицька), або до трансформацій прагматичного рівня (О. Д. Швейцер), або до лексико-граматичних як експлікацію (В. Н. Комісаров)) чи дескриптивні, або перифрастичні, відповідники (В. С. Виноградов).

Іншомовні лексичні одиниці мають широку семантику, тому при їх перекладі фахівці найчастіше вдаються до генералізації чи конкретизації. Слово може бути наділений неповною співвіднесеністю зі словом мови перекладу, і в цьому разі до вже названих різновидів лексичної заміни додається можливість використання трансформації.

Проблеми граматичного аспекту перекладу полягають «у різній структурі речень, серед яких можна виділити різний порядок слів, порядок розташування головного і підрядного речення тощо. Частина мови, якими виражені члени речення, при перекладі можуть бути замінені іншими частинами мови» [4, с. 211].

У процесі перекладу часто виявляється неможливість використання відповідних слів і виразів, які надає словник. Відбувається це через відмінності систем вихідної мови і мови перекладу. У подібних випадках перекладач вдається до процесу трансформації перекладу. Такий переклад полягає в «перетворенні внутрішньої форми слова або словосполучення або ж її повної заміни для адекватної передачі змісту висловлювання» [4, с. 201].

Граматичними проблемами перекладу можна вважати лише ті проблеми, що перебувають у сфері перекладацької, а не мовної компетентності. Так, розглядаючи та зіставляючи різномовні політичні тексти, необхідно пам'ятати про те, що італійська та українська мови належать не лише до різних гілок індоєвропейської родини мов, але й до різних структурних типів мов: перша

мова є прикладом переважно аналітичної мови, де «граматичні відношення у реченні передаються вільними граматичними морфемами; українська ж мова є флективною, де граматичні значення та відношення передаються за допомогою пов'язаних граматичних морфем – флексій. Саме різниця у побудові мов, у наборі їх граматичних категорій, форм та конструкцій складають серйозну частину граматичних труднощів перекладу» [4, с. 188].

Типовою для застосування в процесі перекладу політичних текстів українською мовою є трансформація заміни порядку слів. Зміна порядку слів – це трансформація, за допомогою якої у перекладеному реченні змінюється порядок слів у порівнянні з реченням оригіналу відповідно до норм синтаксису мови, якою відбувається переклад.

Отже, можна відзначити, що найчастіше в перекладах застосовуються трансформації внутрішнього поділу і заміни порядку слів, що зумовлено особливостями української мови.

Труднощі перекладу на прагматичному рівні можуть виникати, якщо «перекладач не вповні здатний справити у перекладі таке ж враження на читача, яке вдалося справити на нього автору оригінального політичного тексту, наприклад, не може розрізнити відтінки значень, що вживаються у різних контекстах, неправильний переклад чи добір еквівалентів до ідіом, метафор та паремій тощо» [4, с. 132].

Здійснюючи переклад тексту, перекладач повинен здійснити аналіз прагматики тексту (передбачити потенційний комунікативний ефект, який справлятиме текст відносно узагальненого реципієнта). Він має відтворити прагматичний потенціал оригіналу, тобто забезпечити здійснення бажаного впливу на реципієнта перекладу.

Попри те, що перекладач цілком може сформулювати власне особистісне ставлення до повідомлення, він не має допустити, аби це «особистісне

ставлення негативно вплинуло на точності відтворення ідеалу. Відтак, до перекладача висувається вимога прагматичної нейтральності» [4, с. 183].

При виконанні перекладу перекладач повинен враховувати належність реципієнта до іншої мовної спільноти, ніж автор оригінального політичного тексту, наявність у нього інших знань, життєвого й культурного досвіду. В тих випадках, коли «подібні розбіжності можуть завадити повноцінному розумінню вихідного повідомлення» [4, с. 55], перекладач повинен внести до тексту перекладу необхідні зміни.

Прагматичні проблеми при перекладі безпосередньо пов'язані з жанровими особливостями оригіналу. Так, при перекладі ідіом, прислів'їв та приказок наявність еквівалентної одиниці в мові перекладу сама по собі далеко не завжди здатна забезпечити адекватний результат.

Подеколи збереження образного компоненту тексту оригіналу буває настільки важливим, що дослівний переклад відповідного виразу постає більш вдалим рішенням, ніж пошук еквівалента. Проте у випадку, коли «перекладач не враховує відсутності когнітивних паралелей між мовами та перекладає ідіому буквально» [4, с. 182], у реципієнта можуть виникнути серйозні проблеми з розумінням тексту.

При перекладі політичного тексту перекладач має не лише виконати детальний, грамотний і точний переклад, а й забезпечити збереження ідіостилю автора. Зберегти властивий конкретному політику стиль виголошення політичних промов перекладач зможе лише після детального знайомства із політичною діяльністю промовця, його іншими виступами.

Вирішенням описаних вище проблем при перекладі політичних текстів є застосування перекладацьких трансформацій. Саме застосовуючи трансформації, перекладач може «забезпечити детальний переклад іноземного політичного тексту, при цьому зберігши зміст, національний колорит країни, де

відбуваються описані автором події, ідіостиль автора політичного тексту, специфіку мови оригіналу» [4, с. 155]. Лише тоді вдасться зберегти закладені автором політичного тексту ідею і емоційний вплив на реципієнта.

Висновки до розділу 1

Політичний дискурс в широкому сенсі включає всі форми спілкування, в яких до сфери політики належить бодай одна зі складових процесу комунікації: адресант, адресат або зміст повідомлення. У вузькому сенсі політичний дискурс – це різновид дискурсивної поведінки, метою якого є завоювання, збереження і здійснення політичної влади. Нам видається, що більш виграшним виглядає трактування дискурсу в широкому сенсі, оскільки воно охоплює всі складові простору політичного дискурсу і дає можливість уточнювати кожен з них, виходячи з конкретних завдань лінгвістичного дослідження.

Різні стратегії виділяються на основі індивідуальних особливостей мовної особистості продуцента дискурсу, кінцевої мети комунікації та особливостей комунікативної ситуації. Тактики, що реалізують стратегії, вважаються інструментом послідовного досягнення мети за допомогою вирішення конкретних комунікаційних завдань. У політичному дискурсі, мета якого полягає в боротьбі за владу, специфіка комунікативного планування залежить від ситуації соціальної взаємодії комунікантів і особливостей мовної особистості політика, які відображаються на тактичних перевагах і, в результаті, відборі мовних засобів.

Адекватність перекладу – результат сукупності дій правильно відібраних лексичних, граматичних та стилістичних факторів. Саме тому врахування контексту та прагматико-комунікативного аспекту висловлювання є основою точного і правильного перекладу.

Поняття еквівалентності та адекватності перекладу є взаємозалежними: переклад може бути еквівалентним на системному рівні (спиратися на міжмовні відповідники), але може не бути адекватним, якщо формальний відповідник не передає функцію тексту оригіналу – комунікативну мету. В ієрархії параметрів якості перекладу варто адекватність поставити на вищій щабель порівняно із формальною еквівалентністю. Адекватність перекладу – це найповніше відображення комунікативної спрямованості тексту оригіналу в перекладі для гарантування тотожності інтелектуальних та емоційних реакцій одержувачів обох текстів, а отже – його функціональна (динамічна) еквівалентність. А прагматична адаптація – правильне сприйняття змісту оригіналу, донесення до отримувача перекладу емоційного впливу тексту оригіналу.

РОЗДІЛ 2 МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПЕРЕКЛАДУ ПОЛІТИЧНИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ З ІТАЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ

2.1. Методи лінгвістичного аналізу в медійних текстах

Як відомо, центральною категорією медіалінгвістики є медіатекст, який розглядається як дискретна одиниця масмедійного дискурсу. На відміну від власне мовознавчого визначення тексту як об'єднаної загальним смисловим зв'язком послідовності знакових (вербальних) одиниць, основними властивостями якої є зв'язність і цілісність, медіатекст – це «актуалізоване в певному медіаформаті та об'єднане загальним змістом поєднання знакових одиниць вербального і медійного рівнів» [23, с. 15]. Таким чином, головна властивість мас-медійних текстів – їх комбінований характер, заснований на нерозривній єдності вербальних і медійних засобів.

Велике значення для розробки методики аналізу медіатекстів, включно з текстами відео-вербальними, має така їх важлива властивість, як «нелінійність, інакше кажучи, наявність складної багаторівневої структури, при якій текст розвивається одночасно в кількох вимірах: вербальному, медійному та гіпертекстуальному – шляхом вибудовування міжтекстових зв'язків у інтернет-просторі» [23, с. 19]. Відчуття «об'ємності» медіатексту посилюється завдяки особливостям його розгортання на кожному з рівнів, що доповнюється різними можливостями поєднання вербальних і медійних компонентів і надає медіатекстам ще більш складний характер.

Всі ці властивості медіатекстів роблять застосування інтегрованого підходу, розробленого в рамках медіалінгвістики й заснованого на поєднанні широкого спектра методів різних дисциплін, які вивчають мас-медіа, найбільш

ефективним. Інтегрований підхід охоплює такі найбільш значущі і поширені «групи методів:

1) група методів лінгвістичного аналізу, що дозволяють виявити базові властивості і характеристики тексту на різних мовних рівнях: лексичному, синтагматичному (сполучуваність), стилістичному (використання тропів, порівнянь, метафор та інших стилістичних прийомів), соціолінгвістичному;

2) метод контент-аналізу, або аналізу змісту, заснований на статистичному підрахунку спеціально обраних текстових одиниць;

3) метод дискурсивного аналізу, заснований на концепції дискурсу, що дає можливість аналізувати взаємозв'язок між мовною та екстралінгвістичною стороною тексту;

4) метод політичної лінгвістики, що «дозволяє виявити приховану політико-ідеологічну складову медіатексту і заснований на виявленні оцінних, прикметних відносно відображення певних ідеологічних поглядів та настанов компонентів» [23, с. 20];

5) метод когнітивного аналізу, заснований на вивченні концептуального аспекту медіатекстів, зіставленні різних варіантів інтерпретації подій в ЗМІ і спрямований на виявлення співвідношення реальної дійсності та її медіарепрезентацій;

6) метод лінгвокультурологічного аналізу, заснований на виявленні культурно-значущих компонентів тексту: реалій, запозичень, іншомовних слів, одиниць безеквівалентної лексики і т. ін., – що дозволяє сформулювати уявлення про культурологічний аспект того чи іншого твору медіамовлення, його національно-культурну специфіку;

7) метод власне медіалінгвістичний, що передбачає аналіз тексту з точки зору стійкої системи параметрів опису медіатексту, таких як спосіб його

створення і відтворення, канал поширення, функціонально-жанровий тип, тематична домінанта тощо» [23, с. 21].

Зупинимося на кожному з названих методів докладніше, приділяючи особливу увагу особливостям їх застосування при дослідженні медіатекстів.

Безсумнівно, що для аналізу вербальної складової ключове значення має група власне лінгвістичних методів. Особливо важливим постає метод суцільного текстологічного аналізу, що дозволяє виявити закономірності побудови текстів масової інформації на синтагматичному і стилістичному рівнях. Аналіз на рівні синтагматики показує стійку парадигму сполучуваності, характерну для того чи іншого типу текстів. Так, «синтагматичний малюнок новин (текстів, орієнтованих на повідомлення) спирається в основному на дієслівні словосполучення, в той час як атрибутивні сполуки більш поширені в публіцистиці, інформаційній аналітиці та рекламі» [23, с. 25]. Синтагматичний аналіз новинних текстів дозволяє також виділити цілі групи стійких тематичних колокацій, регулярно відтворюваних при висвітленні того чи іншого медіатопіка. Наприклад, у текстах, що відносяться до теми «світова політика», в італійській мові часто зустрічаються такі словосполучення, як: *vertice, fare una visita, tornare in visita, negoziare, firmare un trattato, raggiungere un accordo, risolvere divergenze, esprimere preoccupazione* і т. ін.

Неоціненну роль у вивченні текстів масової інформації має розроблений в рамках соціології метод контент-аналізу, або аналізу змісту (від англ. Content - зміст). Заснований на статистичному підрахунку спеціально обраних одиниць тексту (причому не тільки вербальних), метод контент-аналізу надає досліднику масової комунікації найширший спектр можливостей.

Високий методологічний потенціал контент-аналізу обумовлений тим, що в ролі одиниць підрахунку може виступати практично будь-який компонент тексту масової інформації – як вербальний (слово, словосполучення, імена

політичних діячів і т. ін.), так і той, що відноситься до медіаряду (повторювані образи, аудіо- та відеофрагменти). Такий підхід дозволяє скласти адекватне уявлення про соціальну реальність, що репрезентується мас-медіа, оскільки медійний дискурс розглядається як об'єктивоване опосередковане відображення соціальних інтересів і політичних поглядів сторін, що беруть участь в процесі масової комунікації. Стосовно текстів масової інформації метод контент-аналізу дозволяє визначити такі важливі з точки зору медіалінгвістики моменти, як, наприклад, частотні одиниці тематично пов'язаної лексики, стійкі колокації, найбільш поширені способи покликання на джерело інформації, пріоритетні топіки новинних текстів і т. ін.

У 70-х роках минулого століття «велике поширення в дослідженні текстів масової інформації отримав метод дискурсивного аналізу» [25, с. 81]. Концепція дискурсу і розроблений на її основі метод дискурс-аналізу дозволяє зосередити увагу не тільки на зовнішніх формальних ознаках тексту, а й, що особливо важливо, на цілому ряді екстралінгвістичних факторів, які супроводжують його виробництво і актуалізацію.

Одним із прикладів численних досліджень, які застосовують метод дискурс-аналізу для опису текстів масової інформації, можуть служити роботи відомого голландського вченого Теона ван Дейка «Аналіз новин як дискурсу» і «Структура новин в пресі». Розглядаючи новини як особливий вид дискурсу, ван Дейк підкреслює, що «структури медіатекстів можуть бути адекватно зрозумілими тільки в одному випадку: якщо ми будемо аналізувати їх як результат когнітивної та соціальної діяльності журналістів з виробництва текстів і їх значень, як результат інтерпретації текстів читачами газет і телеглядачами, виробленої на основі досвіду їх взаємодії із засобами масової інформації» [91, с. 361]. Кінцева ж мета дискурс-аналізу полягає в тому, щоб

виявити і описати зазвичай приховані для масової аудиторії зв'язки між мовою, владою і ідеологією.

Досить близьким до методу дискурсивного аналізу за своїми завданнями є метод політичної лінгвістики (political linguistics) – «відносно нового напрямку в мовознавстві, що виник наприкінці минулого століття» [83, с. 5]. Формулюючи основні положення зазначеного напрямку, лінгвісти виходили з того, що знаки мови і способи їх актуалізації не носять нейтрального характеру. Вони особливо підкреслюють необхідність виявлення і опису ідеологічних засобів впливу, неминуче присутніх в кожному творі медіамовлення. Таким чином, мета методу політичної лінгвістики полягає у виявленні та вивченні ідеологічно забарвлених компонентів тексту. При цьому особлива увага приділяється саме аналізу текстів масової інформації як текстів, що за своєю природою є глибоко ідеологізованими.

Велика увага вивченню текстів масової інформації приділяється також в межах когнітивної лінгвістики, основне завдання якої полягає у співвіднесенні різних мовних процесів із когнітивними способами сприйняття і обробки інформації. Розглядаючи мову як когнітивний інструмент для репрезентації і кодування дійсності, когнітивісти досліджують медіатексти як «у зв'язку з загальними проблемами категоризації і концептуалізації, так і в зв'язку з питаннями мовної картини світу» [81, с. 8].

Найважливішим об'єктом дослідження когнітивної лінгвістики є концепт. Концепти – це ментальні сутності, які мають назву в мові і відображають культурно-національне уявлення людини про світ. Застосовуючи методи когнітивної лінгвістики, можна з'ясувати значення і способи репрезентації найрізноманітніших концептів у медіамовленні.

Для вивчення культурологічної складової медіатекстів абсолютно незамінним є метод лінгвокультурологічного аналізу, що з'явився в 90-х роках

минулого століття в межах концепції лінгвокультури, яка відображає нерозривний зв'язок між національною мовою і культурою, підкреслюючи їх органічну єдність і цілісність. Значення лінгвокультурологічного методу для аналізу текстів масової інформації є очевидним, оскільки весь корпус медіамовлення є найважливішим компонентом сучасної культури. Медіатексти насичені культурно-значущою інформацією, в них фіксуються і відображаються як загальні, так і специфічні особливості функціонування національних мов і культур. Саме тому «виявлення і опис культурно-значущих компонентів медіамовлення виявляється сьогодні одним із найважливіших дослідницьких завдань» [81, с. 21].

Разом із перерахованими методами аналітичний апарат медіалінгвістики включає в себе і метод власне медіалінгвістичний, суть якого полягає у виявленні та описі закономірностей взаємодії вербального та медійного рівнів медіатексту, вивченні особливостей використання знаків кожного рівня, а також різних варіантів їх комбінацій: слово – звук – зображення, слово – графічне оформлення – образ і т. ін. При цьому необхідно враховувати, що вербальний і медійний рівні тексту можуть поєднуватися на основі різних принципів – ілюстрації, доповнення, посилення, контрасту, зіткнення смислів та ін., створюючи певні ефекти і посилюючи вплив на аудиторію. В межах медіалінгвістичного підходу методика аналізу медіатекстів як об'ємного багаторівневого явища доповнюється стійкою системою параметрів, яка дозволяє дати «гранично точний опис того чи іншого медіатексту з точки зору особливостей його виробництва, каналу поширення і лінгвоформатних ознак» [81, с. 12].

В межах когнітивного напрямку медіатексти досліджуються як у зв'язку із загальними проблемами концептуалізації і категоризації, так і в зв'язку з питаннями мовної картини світу. Розглядаючи тексти ЗМІ в когнітивному

аспекті, Т. Г. Добросклонська серед притаманних їм найважливіших властивостей виділяє три основних: «відображальна, організаційна та формувальна» [23, с. 25].

Відображальна властивість полягає в тому, що, реалізуючи одну зі своїх основних функцій, інформативну, ЗМІ водночас відображають навколишню дійсність, що є сьогодні ключовим чинником у створенні картини світу. Організаційна властивість виявляється в чіткому структуруванні інформаційного потоку за допомогою стійких концептуальних моделей, що виражаються в універсальних медіатопіках: політика, бізнес, культура і т. ін. Таким чином, ЗМІ створюють і підтримують цілісну, детально організовану картину світу.

Формувальна властивість текстів масової інформації виражається в їх можливості впливати на систему оцінок і формування громадської думки, тобто ідеологічно впливати за допомогою багаторазового повторення і широкого поширення концептів і стереотипів. Результатом взаємодії всіх перерахованих властивостей ЗМІ стає створення особливого виду картини світу – медіакартини світу (журналістської, медійної картини світу) [45; 65; 66; 71 та ін.].

На думку В. Д. Мансурової, медіакартини світу є «специфічним ментальним утворенням, яке виникає в масовій повсякденній свідомості, являє собою динамічну, складно організовану, самоорганізовану систему циркуляції соціального знання – інформації, затребуваної суспільством» [45, с. 31]. Основною функцією медіакартини світу постає «соціальна репрезентація реальності в оцінній формі з метою впливу соціального суб'єкта (органу ЗМІ) на мислення реципієнта» [58, с. 11].

Так само, як і мовна картина, журналістська картина є культуроспецифічною, адже вона відображає національно-культурні особливості та моральні норми лінгвокультурної спільноти. Усвідомлення масштабності

комунікаційних процесів і глибини їх впливу на людину зумовило дослідницький інтерес до вивчення різних аспектів масової комунікації і зокрема до проблеми мови ЗМІ.

Питаннями функціонування мови та мовлення в мас-медіа займалися такі відомі науковці, як А. Белл, Т. ван Дейк, Д. Н. Шмельов, В. Г. Костомаров, О. А. Лаптева, Н. Фейрклаф, М. Монтгомері і ін. Найрізноманітніші школи та напрямки дослідників займалися питаннями використання мови та мовлення в засобах масової інформації: соціолінгвістика, функціональна стилістика, дискурсивний аналіз, контент-аналіз, когнітивна лінгвістика і т. д.

Внесок зазначених областей лінгвістики в розробку даної тематики є досить значним. Розглянемо деякі теоретичні положення, що стали основою для сучасної методики аналізу текстів мас-медіа.

Автори розробок семантичних алгоритмів (моделей розуміння) і семантичних метамов (Б. Ю. Городецький, У. Чейф, Т. Виноград і ін.) займалися дослідженням фактора адресата, в результаті чого було встановлено, що для вибору адекватної форми викладу інформації автору необхідно мати уявлення про інтелектуальні можливості адресата [79], а також, що принципово важливим моментом вербалізації і сприйняття є інтерпретація [79; 12]. Постулати дослідників отримують подальший розвиток в рамках дискурсивної (Т. А. ван Дейк, М. Л. Макаров та ін.) та когнітивної лінгвістики (В. З. Дем'янков, О. С. Кубрякова, Ю. Г. Панкрац і ін.) .

З позицій названих наукових напрямків особлива увага звертається на контекст, що розглядається як «набір певних когнітивних структур, що відбивають концептуальний світ мовця» [58, с. 9]. Для повного розуміння мовця реципієнтом необхідним постає не тільки знання про мову, а й знання про світ, соціальний контекст висловлювання, вміння використовувати збережену в пам'яті інформацію, планувати і керувати дискурсом і т. ін.

Названі положення були дуже затребуваними в області вивчення взаємодії автора і адресата в ЗМІ. Неоціненну роль для розуміння фактора адресата зіграли положення теорії мовних актів, сформульовані в працях Дж. Л. Остіна, Дж. Р. Серля, Г. Г. Кларка, Т. Б. Карлсона та ін. Визнання одиницею спілкування «не мовних виразів, а репрезентованих за їх допомогою дій призвело до розуміння того, що предметом вивчення повинні бути не мова і не текст, а мовний контекст системи мовних актів (або дискурсу)» [15, с. 38].

Постулат про залежність мовних актів від знань про світ, інтенцій та інших особливостей комунікативної ситуації визначив інтерпретацію як «основний механізм декодування висловлювання» [15, с. 39]. Цілком очевидно, що вибір того чи іншого виразу обумовлений концептуальною системою партнерів із комунікації. Незважаючи на значні досягнення теорії мовних актів дослідники відзначають, що «діяльність адресата в рамках даної теорії полягає лише в сприйнятті та інтерпретації і не передбачає реагування» [2, с. 360].

Презентація адресата як активного співрозмовника простежується в роботах Н. Д. Арутюнової, Т. Г. Винокур, В. Ф. Петренко та ін. В рамках соціолінгвістики звертається увага на зв'язок мови з соціальними процесами, формулюються параметри соціолінгвістичної поведінки, до яких віднесено відправника (адресанта), одержувача (адресата), ситуацію та форму повідомлення, канал зв'язку, тему, код, функції спілкування (Д. Х. Хаймс, С. М. Ервін-Тріп та ін).

Створена О. О. Леонтьєвим психологічна теорія діяльності вивела вивчення масової комунікації на якісно новий рівень, проголосивши «активний характер внутрішньої, розумової діяльності, яка, як і будь-яка інша діяльність, включена в суспільний процес і підпорядкована соціальним цілям» [38, с. 170]. Необхідно також відзначити, що традиційно вивченням фактора адресата займається стилістика, в рамках якої розглядаються образи адресата і автора,

інтерпретація адресатом задуму автора, вивчаються не тільки експресивні засоби мови, а й комунікативні фактори, що визначають вибір мовних засобів в ситуації спілкування. Вищевказані розробки вчених стали загальнотеоретичними передумовами комплексного підходу до аналізу медіатекстів.

Розглянемо методику аналізу текстів ЗМІ, запропоновану Т. В. Чернишовою [81, с. 19]. Перш за все, необхідно розкрити «специфіку розуміння дослідником суті медіакартини світу» [81, с. 19]. Автор вводить термін «ментально-мовний простір» і визначає його як «глобальний контекст, утворений медіатекстами, що функціонують в інформаційній сфері сучасного суспільства» [81, с. 24]. Зазначений ментально-мовний простір базується на чотирьох основних категоріях: текст, контекст, автор (адресант) і адресат. Текст розуміється як когнітивна структура, представлена сукупністю концептуальних схем, що відбивають фрагменти мовної картини світу комунікантів; в ході інтерпретації тексту відбувається зіставлення концептуальних сутностей автора і адресата.

Для адекватної інтерпретації важливим є контекст, тобто те, що не дано безпосередньо в самому вираженні, але задає вектор асоціацій та інтерпретації адресатом мовленнєвих дій адресанта.

Автор і адресат є мовними особистостями. Беручи до уваги тісний взаємозв'язок всіх перерахованих категорій – тексту, контексту, автора, адресата, – Т. В. Чернишова приходить до висновку про те, що тексти ЗМІ, як і мова ЗМІ в цілому, постають як «національний потік свідомості сучасної людини, як ментально-мовний простір, в якому перетинаються, взаємодіють фрагменти національної картини світу, відображені мовною свідомістю особистостей як автора, так і адресата» [81, с. 28].

Для дослідження медійної картини світу з урахуванням вищевикладених факторів Т. В. Чернишова розробила методику комплексного лінгвістичного аналізу медіатекстів, яка базується на двох основних складових: «стилістичному (і смислового як одному з його етапів) і інтерпретаційному видах аналізу» [81, с. 29]. Стилiстичний аналіз тексту спрямований, як відомо, на повне розуміння основної думки тексту, отже, до сфери даного виду аналізу потрапляє не тільки план вираження тексту, тобто конкретні мовні одиниці та їх організація, а й план змісту.

У процесі аналізу є важливим звернути увагу не тільки на денотативні компоненти змісту тексту, а й на конотативні значення (експресивні, емоційні, образні, оцінні), які є джерелом афективного компоненту змісту тексту. Автор методики використовує поняття «емоційний тон висловлювання», під яким розуміється «емоційне забарвлення висловлювання, обумовлене контекстом і залежне від емоції, яка конотує конкретний контекст» [81, с. 30].

Афективний компонент, на думку дослідника, може бути досліджений у процесі смислового аналізу. Необхідність виявлення даної інформації полягає не тільки в тому, що вона стосується усвідомлених сторін людської діяльності, а й у тому, що вона відображає прояви особистості людини, які нею не усвідомлюються. Крім того, доцільність визначення афективного компонента змісту висловлення доводиться ще й тим, що він допомагає достовірно встановити приховані, імпліцитні елементи сенсу (мовна агресія, співчуття, реклама і т. ін.).

Другою складовою комплексного лінгвістичного аналізу тексту є його інтерпретація, тобто спеціальна «операція, спрямована на тлумачення слів, знаків, жестів» [81, с. 31]. Інтерпретаційний компонент мовного значення обумовлений певного роду контекстом (соціокультурним, прагматичним, ситуаційним і ін.) і виявляється при дослідженні інтенційного змісту

висловлювання. На основі інтерпретаційного аналізу визначається «вектор асоціацій», тобто напрям асоціацій, що задається «концептуальною системою тексту» [81, с. 32], що дозволяє зробити певний висновок стосовно мовної свідомості автора.

Отже, методологія аналізу медіатекстів, заснована на поєднанні візуальної і словесної частин, – від різних форм друкованих ЗМІ (плакати, газети, журнали, реклама) до нескінченного розмаїття продукції телебачення і кіноіндустрії, ґрунтується на інтегрованому підході, розробленому в рамках медіалінгвістики, що включає в себе широкий спектр методів текстологічного та екстралінгвістичного аналізу.

2.2. Стратегії та тактики відтворення політичних медійних текстів

Переклад текстів політичного дискурсу є ще одним викликом для перекладачів, адже переклад саме цього виду текстів має багато особливостей. При перекладі політичних промов окрім врахування денотативного та конотативного компонентів змісту слід враховувати також прагматичний компонент, тобто відношення між мовленнєвим висловленням та учасниками комунікації – відправником та одержувачем інформації. Під час перекладу здійснюється адаптація вихідного тексту, тобто вносяться певні виправлення і враховуються соціально-культурні, психологічні та інші відмінності.

Лінгвокультурна специфіка реалізується у семантиці, синтаксисі, прагматиці мовних знаків, які наповнюють текст [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. У той час як категорія культуроспецифічності представлена «сукупністю одиниць культурологічного контексту, що відносяться до всіх його чотирьох рівнів: денотативного, конотативного, асоціативного і метафоричного» [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 128]. Лінгвістичну основу цієї категорії складають слова, що позначають реалії, слова і

словосполучення з культуроспецифічними конотаціями, лексичні одиниці зі стійкими асоціативними зв'язками.

Культурні характеристики політичного дискурсу тісно пов'язані з іншою його вагомою ознакою – прецедентністю, яка є одним із проявів найважливішої категорії дискурсу, інтертекстуальності. Переклад прецедентних текстів завжди є складною перекладацькою задачею. Прецедентні феномени в широкому розумінні – будь-які відомі імена, висловлювання, тексти, ситуації, що є легко впізнаваними у певному лінгвокультурному колі. Використання прецедентних феноменів підвищує ступінь автентичності висловлювання, сприяє створенню «своєї» атмосфери, закритості від «комунікативних чужинців» і, таким чином, є «ефективним засобом звернення до культурної ідентичності аудиторії» [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 31].

Високим рівнем прецедентності характеризується політичний дискурс Італії, а маючи справу з цими текстами, перед перекладачем постає дилема: чи варто такі одиниці в перекладі замінити, опустити або ж надати перекладацький коментар.

Оскільки політичний дискурс також характеризується високим маніпулятивним потенціалом, у нашому дослідженні ми звертаємо увагу на відтворенні в українській мові саме стратегій і тактик мовного впливу. Нами був проведений перекладацький аналіз 6 політичних промов.

Установлено, що при перекладі найчастіше використовується *дослівний переклад* (49%), або, так звана, *нульова трансформація*. Ця трансформація не створює жодного додаткового впливу на висловлювання, тому в більшості випадків використання зберігає необхідний мовний вплив.

Розглянемо декілька прикладів:

«Vengono arrestati, picchiati, terrorizzati, persino giustiziati». – *«Їх арештовують, б'ють, тероризують, навіть убивають».*

«*Ebbene, in realtà, i gay nascono e appartengono a ogni società del mondo*». – «*Але насправді геї народжуються в будь-якому суспільстві світу і належать йому*».

«*La Russia continua anche la sua brutale occupazione della Crimea*». – «*Росія продовжує жорстоку окупацію Криму*».

У кожному прикладі чітко видно дослівний переклад з мови-оригіналу на мову перекладу при одночасному збереженні тактики мовного впливу.

Варто зазначити, що трансформація дослівного перекладу досить рідко вживається окремо, зазвичай існують такі поєднання: *дослівний переклад+комплексна трансформація, дослівний переклад+заміна, дослівний переклад+вилучення, дослівний переклад+додавання*.

Часте використання *комплексної трансформації* (15%) обумовлене різною граматичною структурою мов оригіналу та перекладу. Для збереження сенсу висловлювання необхідно використати навіть не одну граматичну трансформацію, а декілька, як-от: *перестановку+вилучення, перестановку+додавання, перестановку+заміну*.

«*Li difenderemo e li sosterrremo*». – «*Ми захищатимемо їх та допомагатимемо їм*».

У цьому прикладі спостерігаємо перестановку слів та заміну граматичної форми майбутнього часу на форму майбутнього часу в українській мові. Використана тут тактика обіцянки повністю зберігається при перекладі.

«*Come ha detto più volte il presidente Trump, gli Stati Uniti apprezzerebbero un rapporto normale con la Russia*» - «*Як неодноразово говорив президент Трамп, Сполучені Штати вітатимуть нормальні відносини з Росією*».

Представлене висловлювання демонструє цікавий випадок використання комплексної трансформації, адже тут присутня не лише перестановка слів у реченні, а й заміна неіснуючої в українській мові на більш звичний майбутній

час (*вітатимуть*). Знову ж таки, тактика звернення до авторитету та тактика прогнозування абсолютно повністю відтворюються при перекладі цього висловлення.

Оскільки політична мова сповнена акцентів та експресивних висловів, не дивно, що з метою збереження образності в перекладі застосовується *трансформація емпатизації* (5%), аби компенсувати можливі втрати. Розглянемо такі приклади:

«Nel 21 secolo, le nazioni non possono - e non possiamo permettere loro di ridisegnare i confini con la forza» – «В XXI столітті країни не можуть – ми не можемо їм дозволити перекроювати кордони силою».

Перекладач змінює дієслово *redraw* на набагато сильніше і яскравіше *перекроювати*, щоб підкреслити особливості стосунків України та Росії і явно засудити подібне ставлення і дії Росії. Тактика осуду проявляється повною мірою і завдяки перекладу її вплив навіть посилюється.

*«La parte più importante per andare avanti con il programma del FMI è che richiede riforme difficili. E sono difficili». – «Великою мірою, для прогресу у вашій програмі з МВФ потрібні важкі реформи. І вони **насправді важкі**».*

У наведеному прикладі емпатизація поєднується із додаванням *насправді*, таким чином значно підкреслюючи складність проведення реформ. У результаті тактика повторів може здійснювати ще потужніший вплив і бути ще ефективнішою.

Якщо ж аналізувати трансформації, які навпаки зменшили вплив на аудиторію, на першому місці, звичайно ж, буде нейтралізація. Замінюючи певне слово менш експресивним та виразним, значення певної тактики зникає разом із необхідним впливом на аудиторію.

«Vengono arrestati, picchiati, terrorizzati, persino giustiziati» - «Їх арештовують, б'ють, тероризують, навіть убивають».

З наведеного прикладу бачимо заміну слова *eseguire* на *убивають*, що не відповідає основному значенню «страчувати», яке мав на увазі мовець. У результаті аудиторія не помічає таких тонкощів і тактика негативного мовлення не має очікуваного ефекту.

«*Non è solo il tuo territorio che bramano; è il tuo successo quello che temono*».
– «*Їм не тільки потрібна ваша територія, їх також лякає ваш успіх.*».

Дієслово «*bramare*» має значення «бажати, жадати», що зовсім не відображається у перекладі, таким чином призводячи до втрати експресивності, а отже і впливу від тактики негативного мовлення.

«*E se le persone si rassegnassero allo sfruttamento e alla corruzione per paura di perdere quel poco che gli è rimasto, quella sarebbe la campana a morto per la democrazia ucraina*» – «*Якщо люди дозволять, щоб їх експлуатували через те, що вони бояться втратити вже те, що вони мають хоч трохи, то це стало б кінцем для української демократії*».

«*Campanello di morte*» має надзвичайно експресивне і дуже конкретне словникове значення «погребальний дзвін». У нашому ж випадку перекладач замінив його на нейтральніше слово «кінець», чим випустив значення цієї метафори та послабив вплив від висловлювання.

Трансформація вилучення досить часто є причиною незбереження тактики повтору у процесі перекладу. Варто лише вилучити один її елемент і ця тактика не матиме бажаного впливу на аудиторію. Розглянемо такі приклади:

«*Prima ci hanno detto che il Novichok non è mai esistito, poi ci hanno detto che esisteva ma avevano distrutto le scorte, poi hanno affermato che le scorte erano fuggite in Svezia o nella Repubblica Ceca o in Slovacchia o negli Stati Uniti*». – «*Спершу вони казали нам, що «Новічка» ніколи не існувало. Потім — що існував, але вони знищили запаси. Потім — що запаси утекли до Швеції. Чи до Чехії. Чи до Словаччини. Чи до Сполучених Штатів*».

У цьому прикладі бачимо вилучення «*ci hanno detto*»/«*hanno affermato*». Хоч перекладач і намагався компенсувати втрати заміною «*notim*», все ж, це не має такого впливу, який могла б мати оригінальна тактика повторів, створюючи акумулюючий ефект.

Схожий результат помітний і у наступних прикладах:

«*So anche che non è sempre stato facile, anche se è stato gratificante parlare per chi altrimenti non avrebbe voce. Il dissidente religioso in Cina, l'avvocato della democrazia in Venezuela, il prigioniero politico in Iran*» – «Знаю також, що хоч це і не завжди просто, але є вдячним згадувати про тих, хто десь там не має права голосу – релігійний дисидент в Китаю, демократичний адвокат у Венесуелі чи політичний в'язень в Ірані».

«*E quei martiri danno ancora voce agli ideali senza tempo e alle idee senza tempo, i valori universali che uniscono le persone libere in tutto il mondo*» – «Завдяки цим мученикам прозвучали вічні ідеї і ідеали, універсальні цінності, що об'єднують людей по всьому світу».

Комунікативна стратегія як певний набір засобів досягнення прагматичної мети реалізується за використання певних тактик мовного впливу. На основі класифікації О. М. Міхальнової, яка виділяє «три типи стратегій: стратегію на підвищення, стратегію та пониження і стратегію театральності та відповідних тактик» [48, с. 31], було проаналізовано 6 політичних промов.

Як показує проведене дослідження, частіше вживається стратегія театральності. Стратегія на пониження вживається найменшу кількість разів. Кількісний аналіз застосування тактик мовного впливу продемонстрував, що найчастіше використовуються тактики повтору, узагальнення, акцентування, самопрезентації та інформування. Політичні діячі дуже часто вдаються до використання саме цих тактики, адже вони мають досить високий маніпулятивний потенціал.

Враховуючи маніпулятивну специфіку політичних промов, для здійснення адекватного перекладу стратегій і тактик мовного впливу найчастіше використовувались такі перекладацькі трансформації як «дослівний переклад (майже половина випадків), комплексна трансформація, заміна та емпатизація» [9, с. 19].

Висновки до розділу 2

Методологія аналізу медіатекстів, заснована на поєднанні візуальної і словесної частин, – від різних форм друкованих ЗМІ (плакати, газети, журнали, реклама) до нескінченного розмаїття продукції телебачення і кіноіндустрії, ґрунтується на інтегрованому підході, розробленому в рамках медіалінгвістики, що включає в себе широкий спектр методів текстологічного та екстралінгвістичного аналізу.

Комунікативна стратегія як певний набір засобів досягнення прагматичної мети реалізується за використання певних тактик мовного впливу. На основі класифікації О. М. Міхальнової, яка виділяє три типи стратегій: стратегію на підвищення, стратегію та пониження і стратегію театральності та відповідних тактик, було проаналізовано 6 політичних промов.

Як показує проведене дослідження, частіше вживається стратегія театральності. Стратегія на пониження вживається найменшу кількість разів. Кількісний аналіз застосування тактик мовного впливу продемонстрував, що найчастіше використовуються тактики повтору, узагальнення, акцентування, самопрезентації та інформування. Політичні діячі дуже часто вдаються до використання саме цих тактик, адже вони мають досить високий маніпулятивний потенціал.

Враховуючи маніпулятивну специфіку політичних промов, для здійснення адекватного перекладу стратегій і тактик мовного впливу найчастіше використовувались такі перекладацькі трансформації як дослівний переклад (майже половина випадків), комплексна трансформація, заміна та емпатизація.

РОЗДІЛ 3 СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ: СТИЛІСТИЧНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ

З-поміж особливостей політичного дискурсу найбільший інтерес викликає його маніпулятивний характер. Як інструмент маніпулювання свідомістю індивіда політична комунікація характеризується певним набором стратегій та тактик, що застосовуються для здійснення необхідного впливу на певну аудиторію. У свою чергу реалізація зазначених стратегій та тактик неможлива без використання певних мовних засобів, які б якнайточніше передавали прагматичні інтенції політика. Особливості ж перекладу політичних промов і використання перекладацьких трансформацій з метою збереження прагматичної мети мовця продиктовані специфікою політичних текстів.

3.1. Відтворення власних назв у політичному мас-медійному дискурсі

Мову політики неможливо уявити без власних назв, оскільки саме в цій сфері основними дійовими силами є конкретні особи і ті чи інші політичні організації, а події завжди мають прив'язку до конкретних топонімів. Таким чином, «читаючи політичну пресу, ми стикаємося з величезною кількістю імен, прізвиськ, назв і топонімів» [1, с. 406]. Багато з них мають умовні скорочення, прийняті в офіційній пресі і використовуються журналістами, в першу чергу, заради економії місця і часу.

Швидкий розвиток суспільства та розширення міжкультурних зв'язків суттєво впливають на всі сфери людської діяльності, за таких умов необхідним стає постійний обмін інформацією, разом з цим зростають і вимоги до перекладу та особливо до його якості. Багато перекладачів, редакторів та вчених зустрічаються з проблемою перекладу власних назв. Для будь-якого перекладача дана проблема, перш за все, є цікавим викликом до її вирішення, а також важкою та відповідальною працею, оскільки недостатнє знання культури,

історії, політичного життя може стати причиною неадекватного перекладу, який в результаті буде сприйматись неправильно або ж не сприйматись взагалі. Перш за все, варто з'ясувати, які саме власні назви існують. Власні назви, на відміну від загальних, служать для виділення названого ними об'єкта з низки подібних для його індивідуалізації та ідентифікації. М.П. Кочерган пропонує «наступну класифікацію власних назв:

антропоніми – імена людей;

топоніми – географічні назви;

ергоніми – назви об'єднань людей: товариства, організації тощо;

гідроніми – назви водоймищ (річки, озера, ставки, моря, болота) тощо» [36, с. 187].

В традиційному перекладознавстві описані перекладацькі тактики і прийоми, які застосовуються при перекладі власних імен з італійської на українську мову. В більшості випадків такі процеси складно назвати перекладом як таким, оскільки, як правило, «власні імена транскрибуються або транслітеруються» [36, с. 209].

Транслітерація. При транслітерації кількість неоднозначностей менша ніж при транскрипції, оскільки слово перекладається побуквенно згідно з таблицею відповідностей символів, але побуквенне транскодування далеко не завжди відповідає реальному звучанню слова в мові оригіналу, крім того, його результат не завжди зручний для носіїв української мови.

Транслітерацію застосовують тоді, коли мови користуються різними графічними системами (наприклад, англійська, італійська, українська, грецька, вірменська, грузинська), але літери (чи графічні одиниці) цих мов можна поставити в певну відповідність одна одній, і згідно з цими відповідностями відбувається міжмовна передача власних назв. Оскільки, наприклад, латиниця, грецький алфавіт і кирилиця мають загальну основу, то більшість букв цих

алфавітів можуть бути поставлені у відповідність одна одній з урахуванням тих звуків, які вони регулярно позначають.

Наприклад: *La grivna – гривня; Pravi Sektor – Правий Сектор; Samooborona – Самооборона; Anti Maidan – антимайдан*; та інші.

Транскрипція. При транскрипції слово записується буквами кирилиці, при цьому перекладач орієнтується на точну відповідність звучанню слова мовою оригіналу. Через відмінності деяких звуків в українській та італійській мовах, як правило, існує декілька варіантів транскрипції. Приживаються зазвичай ті варіанти, які ближчі природі української мови. Хоча «власна назва покликана ідентифікувати предмет в будь-якій ситуації і будь-якому мовному колективі, вона в переважній більшості випадків має національно-мовну приналежність» [34].

Власна назва завжди є реалією. У мові вона називає дійсно існуючий або вигаданий об'єкт думки, особу або місце, які єдині і неповторні у своєму роді. У кожному такому імені зазвичай знаходиться інформація про локальну і національну приналежність об'єкту. Транскрибовані імена поряд з іншими реаліями є тими небагатьма елементами перекладу, які зберігають певну національну своєрідність у своїй словесній звуковій формі (*Yanukovic, Janukovuč – Янукович; Yushchenko, Viktor Juščenko – Віктор Ющенко; Julija Tymošenko – Юлія Тимошенко; Tetiana Chornovol, Tatiyana Cernovol – Тетяна Чорновол; Arsenij Jacenjuk – Арсеній Яценюк*). За італійськими морфологічними правилами граматики, звук [ч] позначається літерою *č*, [ш] як *š*, [щ] як *šč*, [я] як *ja*, [ю] як *ju*. А от з *Mikheil Saakashvili – Михаїл Саакашвілі* вийшло досить цікаве явище. Український перекладач використав стратегію «одомашнення» імені *Mikheil – Михаїл*, бо прізвище *Saakashvili – Саакашвілі* було відтворено шляхом транслітерування.

Хоча в українських ЗМІ його називають Міхеїл Саакашвілі, відповідно до грузинської граматики та звичаїв, використовуючи транскрипцію. За допомогою транслітерації також передаються деякі антропоніми, ергоніми та топоніми.

Наприклад: *Viktor Yanukovich* – Віктор Янукович, *Viktor Yushenko* – Віктор Ющенко, *Mykola Azarov* – Микола Азаров, *Yulia Tymoshenko* – Юлія Тимошенко, *Tatyana Chornovol* – Тетяна Чорновол, *Arseniy Yatseniuk* – Арсеній Яценюк, *Vitaliy Zakharchenko* – Віталій Захарченко, *Taras Shevchenko* – Тарас Шевченко. Відтворення ергонімів, наприклад: *Milizia* – Міліція; *Mistetska Sotnya* – Мистецька Сотня; *Esercito Insurrezionale Ucraino (UPA)* – Українська Повстанська Армія; *Organizzazione dei nazionalisti ucraini (OUN)* – Організація українських націоналістів тощо.

Відтворення топонімів, наприклад: *Staryi Uhryniv* – Старий Угринів; *Ternopil* – Тернопіль; *La residenza del Presidente a Mezhyhirya* – резиденція Президента в Межигір'ї; *Kiev* – Київ; *Maidan Nezhalessnosti* – Майдан Незалежності тощо.

Калькування – це «засіб перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом заміни її складових частин (морфем або слів) їх лексичними відповідниками у мові перекладу» [4, с. 52].

Калькування як перекладацький прийом «послужило основою для великого числа різного роду запозичень при міжкультурній комунікації у тих випадках, коли транслітерація була неприйнятна з естетичних, смислових або інших міркувань» [4, с. 53]. Калькуванню зазвичай піддаються терміни, широко вживані слова і словосполучення: *La sede dei sindacati* – Будинок профспілок; *Il comune di Kiev* – Київська міська державна адміністрація; *Rivoluzione arancione* – Помаранчева революція; *“Leggi anti-protesta”* – «закони спрямовані проти

протесту», «Закони 16го січня»; Jaroslav I il Saggio – Ярослав Мудрий; Il monastero di San Michele – монастир Святого Михайла.

Якщо ж до назви входять слова, значення яких забуте або з певних причин не може бути перекладене, вживається змішаний спосіб, коли частина назви передається транскрипцією, проте в цілому зберігається принцип калькування: *Marinsky Park, Parco Marinsky – Маріїнський парк; Piazza Indipendenza, Piazza dell'Indipendenza – Майдан Незалежності; Via Lypska – вулиця Липська; Via Instituska – вулиця Інститутська; La Maidan Europeiska, piazza Europa – Європейська площа.*

Незважаючи на те, що однією з особливостей професійної лексики є семантична нейтральність, мова італійської політики невіддільна від поняття експресивності. «Експресивна лексика запозичується з нижнього регістру – з розмовної мови, з інтернет-форумів і соціальних мереж, які завжди повні усіляких жартів, анекдотів, дотепів» [84, с. 25]. Звідти ж до політичну мову приходять прізвиська політиків, які «за очі» дає їм народ, в тому числі самі автори газет, а ці слова, часто дуже вдало і дотепно підібрані, потім починають вживати і журналісти в своїх статтях. Розглянемо кілька прикладів, як преса використовує як прізвиська італійських політичних діячів:

Сільвіо Берлусконі:

1. *Caimano / Кайман* – за назвою однойменного фільму Нанні Моретті, присвяченого С. Берлусконі (2006 рік).

Ex .: Un appuntamento al buio, quello tra il Cavaliere e il sindaco di Firenze, da molti osservato con preoccupazione. Una trappola, un tranello, il solito gioco del Caimano (La Repubblica 17 gennaio 2014 року). / *Зустріч у темряві між Кавальєре і мером Флоренції, за якою багато хто спостерігав з занепокоєнням. Пастка, обман, звичайна гра «Каймана»* (Берлусконі).

2. *Cavaliere / Кавалер, Лицар* – за назвою ордена кавалера праці, яким був нагороджений Берлусконі в 1977 році.

Ex .: Dal 2003 al 2006 la candidata del Movimento 5 Stelle a sindaco di Roma Virginia Raggi ha svolto la pratica legale nello studio dell'avvocato Cesare Previti, ex braccio destro e ministro della Difesa nel primo governo del Cavaliere. (La Repubblica 2 marzo 2016). / С 2003 по 2006 рік кандидат від Руху 5 Зірок в мери Рима Вірджинія Раджі проходила юридичну практику в студії адвоката Чезаре Превіті, в минулому – правої руки і міністра оборони під час першого терміну Кавальєре (Берлусконі).

3. *Sua Emittenza / Ваша Трансляція* – іронічне прізвисько, яке отримав Берлусконі за його величезний вплив на італійське телебачення за аналогією з титулами *Sua Eminenza / Ваше Високопреосвященство, Sua Eccellenza / Ваша Світлість* і т.ін.

Ex .: Gli anni di governo di Sua Emittenza hanno lasciato un segno indelebile: non c'è una legge seria sul conflitto di interessi e nessuna norma sulla trasparenza delle lobby (La Repubblica 4 aprile 2016). / Роки правління Його Трансляції (Сільвіо Берлусконі) залишили незгладимий слід: не існує жодного вартісного закону про конфлікт інтересів і жодної норми про прозорість лобі.

Романо Проді:

Mortadella / Мортаделла, Ковбаса – Проді, родом з Болоньї, отримав таке прізвисько за аналогією з гострою свинячою ковбасою (Мортаделло), яка є «традиційною стравою цієї ж місцевості» [35, с. 109].

Ex .: Mortadella vai a casa (La Repubblica 13 ottobre 2007)! / Мортаделло (Проді), йди додому!

Беттіно Краксі:

il Cinghiale, Cinghiale / Кабанець, Кабан – метафора полювання на кабана закріпилася за фігурою Беттіно Краксі в розпал справи «Чисті руки»,

коли він, прагнучи уникнути звинувачення в корупції, переховувався від правосуддя спочатку в Італії, а потім втік до Тунісу.

Ex .: Antonio Di Pietro ha pignorato la pensione da ex parlamentare di Bettino Craxi. Sembra quasi uno scherzo, ma ex pm non molla il «Cinghiale» (La Repubblica 21 giugno 1997). / Антоніо Ді П'єтро наклав заборону на пенсію колишнього члена Парламенту Беттіно Краксі. Здається, що це якийсь жарт, але колишній прем'єр не здається в боротьбі з «Кабаном» (Краксі).

Вплив розмовної мови і просторіччя робить «нижчим» стилістичний рівень італійської преси в цілому, часто опускаючи його до рівня повсякденної мови. Одним з показників цієї тенденції постає звичка «називати політичних лідерів на ім'я, в тому числі і в скороченому варіанті» [84, с. 55] (*Silvio – Silvio Berlusconi, Beppo – Giuseppe Grillo, Matteo – Matteo Renzi*). Наявність у мові преси таких назв – свідчення більш фамільярного ставлення до політиків, скорочення дистанції між народом і владою.

Ex .: Al che Silvio dice: «Noi pero non possiamo perdere la faccia cosi» (La Repubblica 12 maggio 2016). / На що Сільвіо говорить: «Ми, однак, не можемо так втратити репутацію».

Ex .: In molte interviste Beppe ha detto che le scommesse erano la sua vita (La Repubblica 3 giugno 2011). / У багатьох інтерв'ю Беппе говорив, що парі – це його життя.

Ex .: Matteo chiede 50 euro a ognuno dei 4mila comitati (La Repubblica 29 ottobre 2013). / Маттео просить 50 євро з кожного з 4 тисяч членів комісії.

Таким чином, ми бачимо, що власні імена в мові італійської політичної преси мають свої характерні особливості. Так, наприклад, назви основних політичних партій та державних інститутів в пресі можуть позначатися умовними скороченнями (аббревіатурами) або назвами, які побудовані на метонімічному перенесенні за топографічним принципом. Також метонімія в

назві партії або її членів може бути утворена від партійної символіки. Крім того, для власних назв у політичній пресі характерна підвищена експресивність: журналісти в статтях використовують прізвиська і клички політиків, запозичені з розмовної мови, а також у статтях можна зустріти використання імен політиків в скороченому варіанті, що говорить про досить панібратське ставлення до них. Завдання перекладача – якомога точніше відтворити всі ці специфічні особливості в перекладі.

3.2. Відтворення національних реалій у політичному мас-медійному дискурсі

За визначенням видатних болгарських перекладачів і перекладознавців С. І. Влахова і С. П. Флоріна, «реалії – це слова (словосполучення), що називають об'єкти, характерні для життя (побуту, культури, соціального та історичного розвитку) одного народу і чужі для іншого; як носії національного та/або історичного колориту, вони, як правило, не мають точних еквівалентів в інших мовах, і, відповідно, не підлягають перекладу "на загальних підставах", а потребують особливого підходу» [14, с. 47].

Українська дослідниця Р. П. Зорівчак дає своє визначення цього мовного явища: «Реалії – це моно- і полілексемні одиниці, основне лексичне значення яких вміщає (в плані бінарного зіставлення) традиційно закріплений за ними комплекс етнокультурної інформації, чужої для об'єктивної дійсності мови-сприймача» [26, с. 58].

Дослідниця наголошує, що реалію як перекладознавчу одиницю слід розглядати лише у царині двох конкретних мов, оскільки вона є змінною, відносною категорією, що «виступає чітко при бінарному контрастивному зіставленні конкретних мов (і культур), і обсяг реалії мови-джерела постійно

змінюється залежно від словникового складу цільової мови, особливостей матеріальної і духовної культури-сприймача, від інтенсивності культурних і етнічних контактів відповідних мовних колективів» [26, с. 58].

Дослідниця пропонує «історико-семантичну та структурну класифікації, релевантні з точки зору перекладознавства» [26, с. 60]. Розглянемо їх детальніше:

Історико-семантична:

1) власне реалії (при існуючих референтах); Наприклад: *Dom Ucraina* – Український дім; *FSB russa* – ФСБ Росії; *Mistetska Sotnya* – Мистецька Сотня; *Le Sotnie di Leopoli* – Львівські Сотні; *La Sotnia di Ternopil* – Тернопільська Сотня; *Pravi Sektor* – Правий Сектор.

2) історичні реалії – семантичні архаїзми, які внаслідок зникнення референтів входять до історично дистантної лексики. Вони вміщують фонові знання культурної спадщини. Крім національного, їм характерний хронологічний колорит. Наприклад: *Atamano cosacco* – козак-отаман; *Aziende di stato (Sovchoz)* – Совхоз; *Campo di concentramento sovietico* – Радянський концентраційний табір; *Collettivizzazione* – колективізація; *Cooperative agricole (Kolchoz)* – Колхоз; *Cosacchi di Sich* – Січові козаки; *Dekulakizzazione* – розкуркулення; *Esercito Insurrezionale Ucraino (UPA)* – Українська Повстанська Армія; *Gulag* – ГУЛАГ; *Hetman* – гетьман; *Holodomor* – Голодомор; *Il grande Comtur* – Великий Комту; *Il nastro della Legge* – Стрічка Закону; *Kireya* – Кирея; *Organizzazione dei nazionalisti ucraini (OUN)* – Організація українських націоналістів; *Perestroika* – Перестройка; *Ucrainizzazione* – українізація; *Viskova Rada* – Військова Рада; *“УВО” (L’Organizzazione Militare Ucraina)* – «УВО» Українська Військова Організація; *Rivoluzione ucraina* – Українська національно-визвольна революція.

Як бачимо, перекладач використав власні реалії, які притаманні українській культурі, про які довго описував і пояснював сам автор. Оскільки «реалія несе в собі не лише денотативну, а й конотативну, зокрема національнокультурну, локальну інформацію, вона композиційно задана в ситуативному контексті та виконує певні семантико-стилістичні функції, її відтворення у тексті перекладу є однією з умов його адекватності» [14, с. 71]. Крім того, певні слова, які до сьогодні вважалися історизмами, набули трансформованого значення і ввійшли до ряду неологізмів, як наприклад, «бандерівці» - «Banderiste», при чому їх переклад не створив жодних труднощів.

Структурна:

- 1) реалії-одночлени (*Testamento – Заповіт; Kobzar – Кобзар*);
- 2) реалії-полічлени номінативного характеру (*Piccolo ricciolo – оселедець*);
- 3) реалії-фразеологізми («*Gli eroi non muoiono!*» - «Герої не вмирають!»; *A tutti i costi – за всяку ціну; Lottate – e vincerete! Dio è con voi! – Борітеся – поборете! Вам Бог помагає!*).

В італійській політичній журналістиці найбільш велику групу усталених скорочень складають назви італійських партій. Історія виникнення політичних партій в Італії починається в 1892 році з появою Соціалістичної Партії Італії (*Partito Socialista Italiano*). Слідом за нею сформувалися Християнсько-демократична партія Італії (*Partito Democrazia Cristiana Italiana*) і Народна Партія Італії (*Partito Popolare Italiano*). У 1922 році до влади прийшла Національна Фашистська Партія (*Partito Nazionale Fascista*) під керівництвом Беніто Муссоліні. В цей же час на противагу їй формується Комуністична Партія Італії (*Partito Comunista d'Italia*).

У післявоєнну епоху провідними залишаються партії комуністів і християнських демократів, аж до 90-х років, коли італійський уряд вичерпав себе, завершивши своє існування гучним скандалом, пов'язаним із

хабарництвом, що отримав назву «Mani Pulite» («Чисті руки»), і суспільство зажадало оновлення політичної системи. У заново сформованому уряді крім оновлених і видозмінених партій комуністів і демократів з'явилися також такі партії, як «Forza Italia» («Вперед, Італія») під керівництвом Сильвіо Берлусконі і «Lega Nord» («Північна Ліга») на чолі з Умберто Боссі. Крім того, з'явилася велика кількість партій, які до виборів в 2006 році об'єдналися в дві коаліції: правоцентристську «Casa delle Libertà» («Дім свободи») і ліву «Unione» («Союз»). Наразі основними італійськими партіями є: «*Movimento 5 Stelle*» («Рух 5 зірок»), «*Il Popolo della Libertà*» («Народ Свободи»), «*Il Partito Democratico*» («Демократична Партія»).

Зважаючи на велике число італійських політичних партій, які продовжують виникати у всіх регіонах, розформовуватися, переформовуватися і об'єднуватися в коаліції, ми наведемо назви кількох основних партій, які в даний час входять до італійського парламенту, а також їх аббревіатури: *Il Popolo della Libertà (PDL)* / Народ Свободи, *Partito Democratico (PD)* / Демократична Партія, *Movimento 5 Stelle (M5S)* / Рух 5 Зірок, *Lega Nord (Lega)* / Ліга Півночі, *Union di Centro (UdC)* / Союз центру, *Partito Socialista Italiano (PSI)* / Італійська соціалістична партія та ін.

Деякі з політичних партій мають умовні назви, які закріпилися за ними в пресі. Поява цих «прізвиськ» не випадкова і заснована на метонімічних перенесеннях «за топографічною подібністю, коли партія називається за тим місцем, де розташоване її представництво» [84, с. 88]. Так, наприклад, партії, що знаходяться в Римі, отримали назви римських площ, вулиць і палаців: *Piazza dei Caprettari* позначає *Італійську Республіканську партію (Partito Repubblicano Italiano)*, *Via del Corso* – *Італійську соціалістичну партію (Partito socialista Italiano)*, *Via delle Botteghe Oscure* – *італійську комуністичну партію (Partito*

comunista italiano), Piazza del Gesù – партію християнських демократів (Democrazia Cristiana).

Такий риторичний прийом характерний «не тільки для назв політичних партій, але також і для державних організацій, банків та інститутів» [84, с. 103]. Розглянемо ті з них, які найчастіше зустрічаються в італійській політичній пресі: *Presidenza della Repubblica / Апарат Президента Республіки, президент Італії = Il Colle, Il Quirinale; Camera dei deputati / Палата депутатів = Montecitorio; Senato della Repubblica / Сенат = Palazzo Madama; Ministero degli Interi / Міністерство внутрішніх справ = Viminale; Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) / Міністерство Освіти = Viale Trastevere; Presidenza del Consiglio di ministri, Governo / Рада Міністрів, Уряд = Palazzo Chigi; Stato Pontificio / Ватикан = Vaticano; Banca d'Italia / Банк Італії = Via Nazionale.*

Проілюструємо це явище прикладами з італійської преси:

Il Viminale studia la data del voto: in luglio possibile nei primi 20 giorni (Corriere della sera 15 aprile 2013). / *Міністерство внутрішніх справ розгляне дату голосування: орієнтовно 1-20 липня.*

Intanto i saggi hanno consegnato al Colle il lavoro sulle riforme necessarie al Paese (Corriere della sera 13 aprile 2013). / *Тим часом «мудреці» доручили уряду роботу над реформами, які необхідні країні.*

Palazzo Chigi dá il via libera (La Repubblica 21 giugno 2016). / *Уряд дає добро.*

Scuola, Renzi accelera sulla riforma. Montecitorio dice sì ai primi tre articoli (La Repubblica 15 maggio 2015). / *Ренці квапить зі шкільною реформою. Палата депутатів схвалює перші три пункти.*

E il Vaticano chiede uno stipendio per le casalinghe (La Repubblica 10 gennaio 2009). / *Ватикан просить ввести соціальну допомогу для домогосподарок.*

Poi entro 120 giorni via Nazionale pud avviare le procedure per la decadenza, e questo procedimento deve concludersi entro 30 giorni (La Repubblica 9 maggio 2016). / Потім протягом 120 днів Банк Італії може почати процедури для позбавлення прав, і процес повинен завершитися за тридцять днів.

Також у мові італійської преси можна зустріти назви партій і членів партій, «метонімічність утвореної від цих назв символіки, в якій часто використовуються образи тварин, рослин і різних природних явищ» [75, с. 39]. Розглянемо приклади даного різновиду метонімічного перенесення:

1. *Asinello, asino* / віслючок, віслюк – політичний рух Демократів, заснований Романо Проді в 1999 році

Nello stesso anno Prodi gli aveva chiesto di dare una mano al suo Asinello (La Repubblica 16 maggio 2013). / В тому ж році Проді попросив у них підтримки для свого «Віслючка». (Мається на увазі підтримка для Демократичної партії).

2. *Balena bianca* / білий кит – Партія християнської демократії

Ex: La Balena bianca si ricostituisce alla vigilia dell'elezione per il Quirinale garantendo mutuo soccorso (La Repubblica 18 marzo 1999). / «Білий кит» (Християнська Демократія) зміцнює свої сили напередодні президентських виборів, гарантуючи взаємодопомогу.

3. *L'Elefante* / слон – політичний рух ліберальних демократів, заснований Маріо Сеньї навесні 1999 року.

Ex: Segni capolista con An e Ccd ma Berlusconi frena l'Elefante (La Repubblica 12 marzo 1999). / Сеньї лідирує за кількістю голосів разом із Національним Альянсом і Центром Християнських Демократів, але Берлусконі стримує рух «Слона» (ліберальних демократів).

4. *La Fiatma* / полум'я – Італійський соціалістичний рух, який увійшов до складу Національного Альянсу.

Ex: La notizia, anticipata dai giornali, viene salutata con entusiasmo dal segretario del Ms-Fiamma, Luca Romagnoli (La Repubblica 26 luglio 2007). / Новина, заздалегідь повідомлена в газетах, із натхненням прийнята секретарем «Полум'яного руху» (Соціалістичного руху) Лукою Романьйолі.

5. *Quercia, quercista / дуб* – Партія Лівих Демократів, член партії Лівих Демократів або її прихильник.

Ex: Poi, certo, si pud ritenere che la polemica dell'Unità contro il sindaco di Roma faccia parte del conflitto tra gli asinisti (Prodi) e i quercisti (Corriere della sera 21 marzo 1999). / Звичайно, можна вважати, що полеміка газети «Уніта» з мером Рима – це частина конфлікту між «віслючками» (рухом демократів) на чолі з Проді і «дубами» (членами Партії Лівих Демократів).

3.1.3. Відтворення неологізмів у перекладі італійських політичних медіатекстів

Для зарахування нової лексеми до розряду неологізмів варто враховувати комплекс критеріїв, зокрема:

1) хронологічний, або просторово-часовий критерій, який підтверджує «виникнення та функціонування неологізму мови в конкретний період розвитку суспільства, на певному етапі розвитку мови в тій чи іншій мовній сфері й відсутність його в попередній період» [17, с. 64];

2) психолінгвістичний критерій, що підкреслює відчуття носіями мови новизни слова, нестандартності форми та словотворення;

3) функціональний критерій, який виявляє слова, створені для позначення нового, невідомого раніше поняття, реалії чи значення;

- 4) соціолінгвістичний критерій, що відштовхується від соціальної детермінованості виникнення нового слова, суспільної ролі позначуваного;
- 5) лексикографічний критерій, який передбачає відсутність слова або його значення в сучасних словниках і подальшу фіксацію в неографічних джерелах;
- 6) статистичний критерій, що враховує «частотність уживання нового слова» [12, с. 141].

«До Революції Гідності Майдан означав центральну площу міста та асоціювався з місцем зустрічей, проведення концертів та парадів на державні свята або з прогулянкою по центральному місці столиці. Після Революції Гідності, Майдан став асоціацією боротьби проти корупції та «режиму В. Януковича». Найчастіше ця фраза лунала в найзапекліші дні, коли проливалася кров і закликали людей ставати на захист майбутнього України. Таким чином, слово Майдан отримало нову конотацію і стало позначати місце боротьби. Dedicato a tutti i ragazzi di Maidan che il destino ha voluto che incontrassi in quei defficili mesi dell'inverno 2013-14. In particolare lo dedico agli Angeli di Maidan affinché la loro memoria non sia sporcata dai propagandisti di professione e che il loro sacrificio sia di esempio alle generazioni future, siano di esempio per chi non accetta che la dignità di un essere possa essere calpestata, per chi aspira la bene primario di ogni essere umano, LA LIBERTA'. – Присвячується всім тим майданівцям, з якими мене звела доля у ті важкі зимові місяці 2013-2014 років» [55, с. 141].

Утворення слова *i ragazzi di Maidan* – майданівці для позначення прихильників Євромайдану використовується «спосіб додавання іменників зі сполучником. Найсумнішим неологізмом Євромайдану є *Angeli di Maidan* – Янголи Майдану» [55, с. 138].

Перекладач використав «буквальний переклад» [55, с. 139] терміну «Янголи Майдану», хоча в українській мові існує відповідник «Небесна сотня».

Це словосполучення використовується на позначення загиблих учасників акцій протесту в Україні в грудні 2013 — лютому 2014 р. До цього списку входять мирні громадяни України, які були прихильниками ідеї та сподвижниками акцій Євромайдану. 21 лютого 2014 р. офіційна влада України юридично визнала жертвами знищених мітингувальників Євромайдану. Цього дня на Майдані відбулося прощання із загиблими повстанцями, яких у жалобних промовах назвали «Небесною сотнею». Під час прощання лунала жалобна пісня «Гей, пливе кача...» у виконанні колективу «Піккардійська терція».

Автор описував події з життя не лише загиблих людей, але й тих, хто досі живий (медики, студенти, активісти, волонтери і т.д.), тому використання відповідника «Небесна сотня» буде некоректним. *«Un'ulteriore inasprimento della lotta del Governo di Yanukovich contro automaidan fu l'utilizzo dei Tituski che metodicamente durante la notte incendiavano le auto degli attivisti parcheggiate in strada. – Подальше посилення боротьби уряду Януковича проти автомайдану полягало у залученні тітушок, які методично серед ночі підпалювали автомобілі активістів, припарковані на вулиці»* [55, с. 142].

Як бачимо, італійський автор залишив термін шляхом транскрипції від прізвища спортсмена Вадима Тітушка і додав артикль на позначення молодиків спортивної тілобудови, які за гроші приймали участь у демонстраціях. Термін АвтоМайдан був утворений шляхом поєднання двох слів: автомобіль+майдан. Автомайдан був спонтанним рухом, який народився в Києві, в основному займався організацією автомобільних протестів, але незабаром вони отримали завдання доставляти продукти харчування, одяг, ліки для протестуючих на Майдані, а в деяких випадках своїми автомобілями вони перегороджували барикади.

Отже, при перекладі неологізмів, пов'язаних з подіями на Майдані, найчастіше вживаються «такі способи:

- 1) уведення відповідника, або транслітерація (*I Tituski, Automaidan, Maidan*);
- 2) калькування (*i ragazzi di Maidan, gli Angeli di Maidan*);
- 3) описовий переклад (при поясненні понять: *Автомайдан, Янголи Майдану*)» [57, с. 64].

При цьому при перекладі слова «Майдан» у значенні місця подій, використовується відповідник-аналог – *Piazza Indipendenza*. Проведений аналіз продемонстрував, що всі ці способи використовуються перекладачем для того, щоб передати різноманіття лексичних новоутворень Євромайдану, не порушуючи правил еквівалентності й адекватності при перекладі специфічних лакун та реалій.

В якості яскравого прикладу постійної словотворчості, з яким регулярно стикається автор і читач італійської політичної преси, можна навести перелік нових слів, серед яких можна зустріти як неологізми, так і okazіоналізми, утворені від імені власного *Berlusconi*.

Сільвіо Берлусконі протягом останніх двадцяти років залишається однією з головних дійових осіб в італійській політиці, і протягом усього цього періоду кількість людей, які підтримують його ідеї, а також критикують їх, зростає. Його популярність виходить за межі Італії, а ім'я не зникає з перших сторінок журналів і газет. Природно, що цей соціальний феномен не міг не відбитися у такій емоційній мові, як італійська.

День у день за допомогою словотворчих моделей створюються нові слова, пов'язані з особистістю колишнього прем'єр-міністра, різних частин мови, наділені найрізноманітнішими значеннями, що мають «як позитивну, так і негативну конотацію» [75, с. 48]. Ми наведемо лише тільки деякі з них:

berluschino – молодий послідовник Берлусконі, берлусконіст;

berluschese, berlusconese – мова спілкування Берлусконі, який характеризується оптимістичним тоном і неформальним стилем;

berlusconata – вчинок або заява, що є типовими для Берлусконі, берлусконізм;

berlusconite – вкрай оптимістична поведінка, характерна для Берлусконі, що часто пов'язана зі спотворенням реальних фактів;

berluscolandia – країна під керівництвом Берлусконі, Берлусконіландія;

berlusconardo – прихильник Берлусконі, берлусконіст;

berluscone – послідовник Берлусконі, берлусконіст;

berlusconeggiare, berlusconia – країна, єдиним правителем якої є Берлусконі, Берлусконія;

berlusconiamente – берлусконізм, берлусконіцентризм;

Berlusconistan – Берлусконістан;

berlusconizzare, berlusconizzarsi – пристосовуватися під політичну модель Берлусконі, берлусконізувати;

berlusconizzato – шанувальник політичної моделі Берлусконі;

berlusconizzazione – процес пристосування під політичну модель Берлусконі, берлусконізація;

berlusconide – противник Берлусконі, антиберлусконіст.

Ex: Questo, detto in berluschese moderno, uno degli slogan coniabili per trasformare piazza Moro in un posto sicuro. – Говорячи сучасною мовою Берлусконі, це один із слоганів, створений для того, щоб перетворити площу Моро в надійне місце.

Ex: A Berlino il premier viene accolto con gli onori militari ma anche da cartelli di protesta fuori dalla Cancelleria: "L'Europa non ha bisogno di un Berlusconistan". - У Берліні прем'єра зустріли почесною вартою, а біля входу в

Канцелярію протестними плакатами з написом: «Європі не потрібен Берлусконістан».

Отже, найбільш частотним засобом перекладу неологізмів італійської політичної преси постає «калькування, тобто утворення власне українських лексем» [57, с. 32], що структурно та за значенням повторюють структуру та значення італійських неологізмів.

3.1.4. Відтворення тропів у перекладі текстів італійських політичних медіа

У сучасному глобалізованому суспільстві двадцять першого століття на фоні процесів уніфікації та інформаційної експансії, на противагу простежуються тенденції боротьби за збереження унікальності традицій і зміни тактик поведінки та впливу на окремі сфери соціуму. Масмедійні ресурси також зазнають докорінних модифікацій у плані засобів, способів та мети передачі інформації. Це і відео трансляції наживо, миттєві фото, PR - технології дизайну, креативна реклама, креолізовані тексти, залучення впливових критиків, популярних блогерів і т. д.

Що стосується безпосередньо тексту медіа (статті, блоги, ревію, інтерв'ю, скрипти програм), то беззаперечним засобом привернення уваги читачів, досягнення експресивності та формування бажаного висновку після прочитаного/побаченого є саме мовні засоби. Переклад стилістичних прийомів часто викликає труднощі у перекладачів через національні особливості стилістичних систем різних мов.

Лінгвісти підкреслюють необхідність «збереження образу оригіналу в перекладі, справедливо вважаючи, що, перш за все, перекладач має прагнути відтворити функцію прийому, а не сам прийом» [64, с. 23]. Саме стилістичний

аспект мови несе на собі відповідальність не тільки за відтворення тексту мови оригіналу мовою перекладу, але й майстерність перекладача.

Посилення виразності мовлення досягається різними засобами, у першу чергу, використанням тропів. В основі тропа лежить зіставлення поняття, представленого в традиційному вживанні лексичної одиниці, і поняття, переданого цією ж одиницею в художньому мовленні під час виконання спеціальної стилістичної функції. Тропеїзовані лексичні одиниці – це субститути денотативних чи дескриптивних лексем для досягнення більше ніж інформативної функції висловлення, а також функції скеровуючої та орієнтованої на певний потрібний для мовця результат комунікації.

Метод суцільної вибірки під час перекладацького аналізу показав, що найчастіше зустрічаються такі види тропів: метафора, метонімія, перифраз та образне порівняння, що потребують певної уваги перекладача.

Метафора, як вважають лінгвісти, є «найбільш використовуваною, тому що вона застосовується у порівнянні двох відмінних явищ за певною ознакою схожості. У зв'язку із цим фактом будь-який семантичний зсув інколи зводять до метафоричного» [64, с. 23]. Метафора вживається в усіх емоційно забарвлених стилях мови. Збереження оригінальної метафори в творі має обов'язковий характер. Переклад метафори значною мірою залежить від того, наскільки близькі одна до одної культурно-мовні традиції вихідної мови та мови перекладу.

Метафоричну семантику становлять кілька взаємопов'язаних елементів: початкове значення слова, образ, який створюється в результаті зіставлення, та новий постійний зміст, нова номінація, яка виникає в результаті осмислення метафори. Спосіб відтворення метафори часто використовують калькування, наприклад: *La grivna crolla ai minimi storici* – Гривня падає до рекордно низького

рівня; Una notte di scontri – ніч боїв; Una pozza di sangue – море крові; Ospedale a cielo – лікарня посеред неба.

Свого часу класифікації метафори розробляли різні вчені. Дж. Лакофф та М. Джонсон запропонували такий поділ :

«1) онтологічні метафори, які дозволяють бачити події, емоції, дії як певну істоту, субстанцію; *L'Ucraina non è un'isola in mezzo ad un oceano, siamo al centro dell'Europa. L'Europa non è solo un territorio ma uno spazio dei valori spirituali e culturali. Qui si stanno svolgendo avvenimenti fondamentali per il futuro dell'Europa, abbiamo bisogno del sostegno e della solidarietà degli altri paesi democratici e l'Europa non dovrebbe rimanere indifferente. – Україна – це не острів посеред океану, ми знаходимося в центрі Європи. Європа – це не тільки територія, але і простір духовних і культурних цінностей. Тут розгортаються ключові події для майбутнього Європи, нам потрібна підтримка і солідарність інших демократичних країн і Європа не повинна залишатися байдужою.*

2) орієнтуючі метафори, які не визначають один концепт у межах іншого, а організовують всю систему концептів по відношенню один до одного, оскільки мають справу з просторовою орієнтацією; *Sei pronto ad arrivare sino in fondo per la tua idea? – А ти готовий торкнутися дна заради своєї ідеї?»* [Цит. за: 64, с. 23]. Л. А. Ліпініна подає класифікацію «за схожістю зовнішнього вигляду, розмірів, форми, розташування, консистенції і т. д.» [Цит. за: 64, с. 24].

Н. В. Складчикова розрізняє «мотивовану (на основі однієї спільної семи для порівняння), синкретичну (на основі схрещення відчуттів *Sul fiorente regno della Rus' – квітуче князівство Русі*) та асоціативну метафору» (*Cortina di ferro – залізна завіса*) [64, с. 25]. Інші мовознавці доповнюють класифікацію метафори «персоніфікацією перенесення дії із неживої природи на живу, алегорією – метафора на рівні тексту» [67, с. 215].

Метонімію досліджують дотично до метафори, проте механізм асоціювання дещо інший при метонімії не порівнюються два якісно відмінні концепти, а ті, що існують у зв'язку суміжності.

Передача метонімії також становить перекладацьку проблему, адже у разі використання метонімії спостерігаються значні розходження в італійській та українській мовах. Основною проблемою «передачі метонімії під час перекладу є відмінність як у способах метонімізації, так і в ступені її поширеності у вихідній мові та мові перекладу» [67, с. 216]. Ця відмінність часто супроводжується і пояснюється різними традиціями метонімічного слововживання у вихідній мові та мові перекладу. Спосіб відтворення метонімії часто використовують калькування, наприклад, *Bottiglie Molotov – коктейлі Молотова; Il Governo di Yanukovich – Уряд Януковича; Leggere Shevchenko – читати Шевченка*. У наведених прикладах, автор використовує змішане калькування з транслітерацією, які є доцільними у цьому виді тексту.

Перифраз – стилістичний троп, який базується на основі заміни назви предмета дескриптивним шляхом, іноді у формі вільного словосполучення чи складної синтаксичної структури, з урахуванням його характерних ознак. Це метамовна операція, яка заключається в тому, щоб у межах контексту створити дискурсивну одиницю, семантичний еквівалент іншій, раніше створеній лексичній одиниці.

Наприклад, *La madre delle città russe – Мати мист руських; "Il fratello maggiore" – старший брат (Росія до України); La "discoteca di Maidan" – «дисотека на Майдані»; Ex presidente in fuga – "екс-президентвтікач"; Il Re del cioccolato – По"Roshen"ко, шоколадний президент; Pianista Estremista – піаніст екстреміст; Impero Sovietico – Імперія Зла*. Особливу увагу звертаємо на *Il Re del cioccolato – По"Roshen"ко, шоколадний президент*, де перекладач використав гру слів у вузькому контексті. Мова йдеться про п'ятого президента

України Петра Олексійовича Порошенка, який є власником кондитерської корпорації *Рошен (Roshen)* і якого в народі називають шоколадним президентом. Автор використав слово *il Re* – *король* (замість президента), але перекладач зупиняється на тому, що дозволить відтворити його найбільш адекватно та разом з тим незалежно від використаних в оригіналі засоба.

Коренева гра перекладача з прізвищем та назвою кондитерською корпорацією *По"Roshen"ко* дозволяє уникнути семантичних втрат та зберегти точне значення слів. Образне порівняння належить до художніх тропів і ґрунтується на відображенні деяких властивостей описуваного предмета чи явища шляхом порівняння цих ознак з іншими, спираючись на те, як їх бачать або сприймає оточення або сам автор. Порівняння, як й інші художньо значущі елементи твору, – явище складного інформативного характеру, що вимагає максимально повного збереження під час перекладу.

Переклад порівнянь залежить від ряду чинників, що визначають рішення перекладача у кожному конкретному випадку. У процесі дослідження було виявлено, що автор часто звертається до поетичних порівнянь. «Більшість з них притаманні самотньому стилю автора й іноді вимагають роздумів та зусиль під час їх відтворення» [67, с. 217]. «*In generale, tutto ciò che si può vedere e capire tra la gente di Maidan è che più vengono attaccati e peggio vengono picchiati, più sono determinati a riprendere la lotta.*» - «*Загалом, все те, що можна побачити і зрозуміти між людьми на Майдані – чим більше їх атакують і б'ють, тим більше у них рішучості продовжувати боротьбу.*» [55, с. 140].

Використання калькування, як прийом виправдано тоді, коли інформація, що передається порівнянням, еквівалентна на семантичному, емоційному, стилістичному рівнях. «*C'era una barzelletta che circolava tra la gente durante il Maidan che dice che un uomo Ucraino ci mette due settimane per montare una mensola a casa ma ci mette due ore a creare una barricata alta due metri.* – *Серед*

людей під час Майдану часто жартували, що український чоловік витратить два тижні, щоб змонтувати полицю у себе вдома, проте дві години, щоб побудувати барикаду два метри заввишки» [55, с. 141]. Використання прямого перекладу виправдано тоді, коли зміст та стиль не скальковані.

Висновки до розділу 3

Отже, підсумуємо вищесказане: масмедійний дискурс – яскраво виражений медіатор-контекст для простеження проаналізованих мовних явищ, оскільки журналісти та публічні люди на даному етапі активно використовують експресивні мовні засоби задля захоплення уваги читачів та впливу на формування їхніх суджень не лише сюжетом дискурсу, а й манерою та мовою висловлення.

Адекватність перекладу – це найповніше відображення комунікативної спрямованості тексту оригіналу в перекладі для гарантування тотожності інтелектуальних та емоційних реакцій одержувачів обох текстів, а отже – його функціональна (динамічна) еквівалентність. А прагматична адаптація – забезпечення правильного сприйняття змісту оригіналу, донесення до рецептора перекладу емоційного впливу тексту оригіналу. Проблеми при перекладі власних назв виникають, коли перекладач зіштовхується з необхідністю відтворення у тексті перекладу семантично наповненого імені, що має певну внутрішню форму, історичну та культурну алюзивність та яскраву образність. Якщо в основі двох мов лежить одна і та сама система літер, тоді передача власних імен може здійснюватись шляхом повного збереження їх написання в оригіналі. Саме тому в усьому світі набула поширення латинська графіка. Але для передачі з італійської на українську цей спосіб, звичайно, непридатний, оскільки в основі української та італійської мов закладені різні системи літер.

Для адекватного перекладу власних назв з італійської на українську мови найчастіше використовувалася стратегія транслітерації.

Власні імена в мові італійської політичної преси мають свої характерні особливості. Так, наприклад, назви основних політичних партій та державних інститутів в пресі можуть позначатися умовними скороченнями (абревіатурами) або назвами, які побудовані на метонімічному перенесенні за топографічним принципом. Також метонімія в назві партії або її членів може бути утворена від партійної символіки. Крім того, для власних назв у політичній пресі характерна підвищена експресивність: журналісти в статтях використовують прізвиська і клички політиків, запозичені з розмовної мови, а також у статтях можна зустріти використання імен політиків в скороченому варіанті, що говорить про досить панібратське ставлення до них. Завдання перекладача – якомога точніше відтворити всі ці специфічні особливості в перекладі.

Метафора є вторинною номінативною одиницею, яка породжує нові відтінки значення, створює нові поняття та образи, надає предмету експресивної оцінки. Завдяки своїм функціональним характеристикам метафора має значний прагматичний вплив на адресата повідомлення. Перекладні відповідники є цілком адекватними, бо належать до того ж стильового регістру, що й оригінал, тому сприймаються природно і невимушено, що значно полегшує читацьку рецепцію. Аналіз продемонстрував, що метафори передаються калькуванням або додаванням/опущенням; метонімії відтворюються калькуванням; перифраз – калькуванням, порівняння – калькуванням та опущенням.

ВИСНОВКИ

Політичний дискурс в широкому сенсі включає всі форми спілкування, в яких до сфери політики належить бодай одна зі складових процесу комунікації: адресант, адресат або зміст повідомлення. У вузькому сенсі політичний дискурс – це різновид дискурсивної поведінки, метою якого є завоювання, збереження і здійснення політичної влади. Нам видається, що більш виграшним виглядає трактування дискурсу в широкому сенсі, оскільки воно охоплює всі складові простору політичного дискурсу і дає можливість уточнювати кожен з них, виходячи з конкретних завдань лінгвістичного дослідження.

Різні стратегії виділяються на основі індивідуальних особливостей мовної особистості продуцента дискурсу, кінцевої мети комунікації та особливостей комунікативної ситуації. Тактики, що реалізують стратегії, вважаються інструментом послідовного досягнення мети за допомогою вирішення конкретних комунікаційних завдань. У політичному дискурсі, мета якого полягає в боротьбі за владу, специфіка комунікативного планування залежить від ситуації соціальної взаємодії комунікантів і особливостей мовної особистості політика, які відображаються на тактичних перевагах і, в результаті, відборі мовних засобів.

Адекватність перекладу – результат сукупності дій правильно відібраних лексичних, граматичних та стилістичних факторів. Саме тому врахування контексту та прагматико-комунікативного аспекту висловлювання є основою точного і правильного перекладу.

Поняття еквівалентності та адекватності перекладу є взаємозалежними: переклад може бути еквівалентним на системному рівні (спиратися на міжмовні відповідники), але може не бути адекватним, якщо формальний відповідник не передає функцію тексту оригіналу – комунікативну мету. В ієрархії параметрів

якості перекладу варто адекватність поставити на вищій щабель порівняно із формальною еквівалентністю. Адекватність перекладу – це найповніше відображення комунікативної спрямованості тексту оригіналу в перекладі для гарантування тотожності інтелектуальних та емоційних реакцій одержувачів обох текстів, а отже – його функціональна (динамічна) еквівалентність. А прагматична адаптація – правильне сприйняття змісту оригіналу, донесення до отримувача перекладу емоційного впливу тексту оригіналу.

Методологія аналізу медіатекстів, заснована на поєднанні візуальної і словесної частин, – від різних форм друкованих ЗМІ (плакати, газети, журнали, реклама) до нескінченного розмаїття продукції телебачення і кіноіндустрії, ґрунтується на інтегрованому підході, розробленому в рамках медіалінгвістики, що включає в себе широкий спектр методів текстологічного та екстралінгвістичного аналізу.

Комунікативна стратегія як певний набір засобів досягнення прагматичної мети реалізується за використання певних тактик мовного впливу. На основі класифікації О. М. Міхальнової, яка виділяє три типи стратегій: стратегію на підвищення, стратегію та пониження і стратегію театральності та відповідних тактик, було проаналізовано 6 політичних промов.

Як показує проведене дослідження, частіше вживається стратегія театральності. Стратегія на пониження вживається найменшу кількість разів. Кількісний аналіз застосування тактик мовного впливу продемонстрував, що найчастіше використовуються тактики повтору, узагальнення, акцентування, самопрезентації та інформування. Політичні діячі дуже часто вдаються до використання саме цих тактики, адже вони мають досить високий маніпулятивний потенціал.

Враховуючи маніпулятивну специфіку політичних промов, для здійснення адекватного перекладу стратегій і тактик мовного впливу найчастіше

використовувались такі перекладацькі трансформації як дослівний переклад (майже половина випадків), комплексна трансформація, заміна та емпатизація.

Адекватність перекладу – це найповніше відображення комунікативної спрямованості тексту оригіналу в перекладі для гарантування тотожності інтелектуальних та емоційних реакцій одержувачів обох текстів, а отже – його функціональна (динамічна) еквівалентність. А прагматична адаптація – забезпечення правильного сприйняття змісту оригіналу, донесення до рецептора перекладу емоційного впливу тексту оригіналу. Проблеми при перекладі власних назв виникають, коли перекладач зіштовхується з необхідністю відтворення у тексті перекладу семантично наповненого імені, що має певну внутрішню форму, історичну та культурну алюзивність та яскраву образність. Якщо в основі двох мов лежить одна і та сама система літер, тоді передача власних імен може здійснюватись шляхом повного збереження їх написання в оригіналі. Саме тому в усьому світі набула поширення латинська графіка. Але для передачі з італійської на українську цей спосіб, звичайно, непридатний, оскільки в основі української та італійської мов закладені різні системи літер. Для адекватного перекладу власних назв з італійської на українську мови найчастіше використовувалася стратегія транслітерації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акопова Д.Р. Стратегии и тактики политического дискурса. *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. 2013. № 6(1). С. 403—409.
2. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата. *Изв. АН СССР. Сер. литературы и языка*. 1981. Т. 40, № 4. С. 356—367.
3. Баранов А. Н., Казакевич Е. Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. Советский политический язык (от ритуала к метафоре). Москва: Знание, 1991. 42 с.
4. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). Москва: Междунар. отношения, 1975. 240 с.
5. Басырова Н.Т. Политический дискурс. URL: http://www.rusnauka.com/15_NPN_2009/Politologia/46717.doc.htm.
6. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. *Социальная психолингвистика*. Москва: Лабиринт, 2007. С. 197—236.
7. Бенвенист Э. Общая лингвистика. Москва: Прогресс, 1975. 447 с.
8. Белова А. Д. Понятия “стиль”, “жанр”, “дискурс”, “текст” у сучасній лінгвістиці. *Вісн. Київ. нац. ун-ту: Іноземна філологія*. К.: ВПЦ «Київський університет», 2002. № 32. С. 10–13.
9. Білозерська Л. П. Термінологія та переклад: [навч. посібник для студентів філол. напряму підготовки]. Вінниця: Нова книга, 2010. 232 с.
10. Васенко Л. А., Дубічинський В. В., Кримець О. М. Фахова українська мова. К.: Центр учбової літератури, 2008. 272 с.
11. Венгрєнівська М. А. Творча майстерня перекладача. К.: Київський університет, 2001. 92 с.

- 12.Виноград Т. К. К процессуальному пониманию семантики. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва: Прогресс, 1983. Вып. 12 : Прикладная лингвистика. С. 139—167.
- 13.Виноградов В. С. Введение в переводоведение. Москва: Издательство Института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
- 14.Влахов С. И., Флорин С. П. Непереводимое в переводе. Москва: Р. Валент, 2006. 448 с.
- 15.Волкова Т.А. Дискурсивно-коммуникативная модель перевода в исследовании институционального дискурса. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2011. № 17. С. 37—42.
- 16.Горелов И.Н., Седов К.Ф. Основы психолингвистики. Учебное пособие. Москва: Лабиринт, 2001.
- 17.Грейдина Н.. Реалии коммуникативно-культурного взаимодействия. Пятигорск : ПГЛУ, 2001 462 с.
- 18.Гриценко О., Кривошея Г., Шкляр В. Основы теорії журналістської діяльності. К.: МІЛП, 2000. 203 с.
- 19.Городецкий Б. Ю. Актуальные проблемы прикладной лингвистики. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва: Прогресс, 1983. Вып. 12 : Прикладная лингвистика. С. 9—13.
- 20.Гуменна І. Асоціативно-експресивні засоби англійського масмедійного дискурсу. *Лінгвістика тексту. Стилiстичні та контекстуальні вияви лексичних і граматичних одиниць*. Наукові записки. ВДПУ ім. М. Коцюбинського. 2014. URL: file:///C:/Users/%D0%AD%D0%BB%D0%B8%D%81/Downloads/Nzvdpu_filol_2014_20_36.pdf

21. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии. *Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования*. Москва, 2002. № 3. С. 32–43.
22. Добринська Д., Зайцева М., Турчак О. Особливості перекладу неологізмів, що виникли у період Євромайдану. *Гуманітарний вісник*. № 36. 2015.
URL: file:///C:/Users/%D0%AD%D0%BB%D0%B8%D1%81/Downloads/gvdpdu_2015_36_20%20.pdf
23. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. Москва: Едиториал УРСС, 2005.
24. Добросклонская Т. Г. Язык политического медиадискурса Великобритании и США. *Язык СМИ и политика*. Москва: Изд-во Моск. ун-та; Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2012. С. 741—785.
25. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
26. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англomовних перекладів української прози). Львів: Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. 216 с.
27. Ильин М. В. Политический дискурс: слова и смыслы (Государство). *Полис*. 1994. № 1. С. 127–140.
28. Карасик В. И. Дискурс. *Социальная психоллингвистика: Хрестоматия*. Москва: Лабиринт, 2007. С. 162—196.
29. Карпенко В. Журналистика: Основы профессиональной коммуникации. Київ: Нора-прінт, 2002. 348 с.
30. Кияк Т. Р. Лингвистические аспекты терминоведения. Київ: УМК ВО, 1989. 104 с.
31. Кияк Т. Р. Форма і зміст мовного знака. *Вісник ХНУ*. Харків, 2004. № 635. С. 75–78.

- 32.Козак Т. Б. Адекватність і еквівалентність перекладу. *Наукові записки. Острог, Тернопіль*, 2012. №25. С. 56–57.
- 33.Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). Москва: Высш. шк., 1990. 253 с.
- 34.Котлярова Н. К. Особливості відтворення власних назв та слівреалій у перекладах роману Алессандро Барікко «Шовк». *Мовні та концептуальні картини світу*. КНУ ім. Т. Шевченка. 2013. URL: file:///C:/Users/%D0%AD%D0%BB%D0%B8%D1%81/Downloads/Nchnpu_10_2013_10_27%20.pdf
- 35.Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця: Нова книга, 2003. 448 с.
- 36.Кочерган М. П. Вступ до мовознавства. К. :Академія, 2005. 368 с.
- 37.Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. Москва: Новое литературное обозрение, 2004. – 584 с.
- 38.Леонтьев А.А. Психолінгвістическа проблематика масової комунікації. Общенье и речевое общенье. Психолінгвістическа модель речевого возде́йствия. *Психолінгвістические проблемы массовой коммуникации*. Москва: Наука, 1974. С.164—180.
- 39.Леонтьев А. А. Психология воздействия в массовой коммуникации. *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования* : учеб. пособие по специализации. Москва: Изд-во Моск. унта, 2004. Ч. 2. С. 97—107.
- 40.Леонтьева Л. Є. Історія використання психологічних операцій Німеччиною і Радянським Союзом в роки Другою Світовою війни (1941-1945 рр.) : Дис...канд.воєн.наук. Львів : ДУ «Львівська політехніка», 1997. 179 с.

- 41.Литвиненко В. В. Вплив типів журналістських текстів на вибір засобів перекладу (за матеріалами корейської періодики). *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2006. № 22. С. 74–79.
- 42.Литвиненко В. В. Збереження смислової компоненти журналістського твору при перекладі. *Стиль і текст*. К., 2012. №13. С. 230–238.
- 43.Макаров М.Л. Основы теории дискурса. Москва: Гнозис, 2003.
- 44.Максименко О. В. Медійний переклад в умовах інформаційної війни. *Мовні та концептуальні картини світу*. КНУ ім. Т. Шевченка. 2014. URL: http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/50-2/6.pdf
- 45.Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2002.
- 46.Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игра в слова? *Политическая лингвистика*. Екатеринбург, 2008. Вып. 1 (24). С. 43–48.
47. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. Москва: Московский лицей, 1996. 201 с.
- 48.Михалева О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
- 49.Новикова А.М. Содержание языковой картины политического мира. *Перевод и сопоставительная лингвистика*. 2016. № 12. С. 111—113.
- 50.Образование. Коммуникация. Ценности. (Проблемы, дискуссии, перспективы). По материалам круглого стола «Коммуникативные практики в образовании». Санкт-Петербург: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. 465 с.
- 51.Паршина О.Н. Российская политическая речь: Теория и практика. Москва: ЛКИ, 2007.

- 52.Перельгут Н.М., Сухоцкая Е.Б. О структуре понятия «политический дискурс». *Вестник Нижневаторского государственного университета*. 2013. № 2. С. 35—41.
- 53.Петлюченко Н. В. Харизматика : мовна особистість і дискурс : монографія. Одеса : Астропринт, 2009. 464 с.
- 54.Политическая лингвистика / Гл. ред. А.П. Чудинов; ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». Екатеринбург, 2011. Вып. 2(36).
- 55.Поліщук Н. Термінологічна лексика Майдану (на матеріалах газет «Дзеркало тижня», «Українська правда», «Газета по-українськи», «Високий Замок»). *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка»*. Львів, 2014. № 791. С. 138–143.
- 56.Реформатский А. А. Введение в языкознание. Москва, 1960. 431 с.
- 57.Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика: Очерки лингвистической теории перевода. Москва, 2006. 240 с.
- 58.Рогозина И. В. Медиакартина мира: когнитивносемиотический аспект : автореф. дис. ... д-ра. филол. наук. Барнаул, 2003.
- 59.Свиридюк Л. Проблеми адекватності перекладу лексики. *Науковий блог НаУ «Острозька Академія»*. 2014. URL: <http://naub.oa.edu.ua/2014/problemyadekvatnosti-perekladu-leksyky/>
- 60.Седов К.Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации. *Антология речевых жанров: повседневная коммуникация*. Москва: Лабиринт. 2007. С. 7—38.
- 61.Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. К.: Брама; Изд-во Вовчок О. Ю., 2004. 336 с.
- 62.Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: [підручник]. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.

63. Семиотические проблемы языков науки, терминологии и информатики: *Научный симпозиум*. М.: Изд-во Моск. ун-та. 1971. Ч.1. 308 с.
64. Складчикова Н. В. Семантическое содержание метафоры и виды его компенсации при переводе. *Номинация и контекст*: [сб. научных трудов]. Кемерово, 1985. С. 21–29.
65. Солганик Г.Я. Язык СМИ и политика. Москва: Издательство Московского университета; факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. URL: <http://lib.sale/jurnalistika-knigi/funktsionalnaya-tipologiya-znakov-71570.html>.
66. Сметанина С. И. Медиатекст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) : науч. изд. Москва: Изд-во Михайлова В. А., 2002.
67. Смущинська І. В. Жанрово-стильові й індивідуально-стилістичні особливості авторської модальності. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. К., 2005. Вип. 6. С. 214 – 218.
68. Смущинська І. В. Індивідуальний стиль письменника та проблема семантичного перетворення слів у його мовній системі. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. К., 2000. Вип. 30. С. 38 – 41.
69. Смущинська І. В. Лінгвокультурний аспект французьких інтернаціоналізмів. *Мовні і концептуальні картини світу*. К., 2011. № 37. С. 334–338
70. Смущинська І. В. Синтаксичні фігури і експресивність стилю. *Етнічні виміри універсуму: мова, література, культура*. Київ: Київський університет, 2011. С. 281-285.

71. Солганик Г. Я. Современная публицистическая картина мира. *Публицистика и информация в современном обществе*. М. : АВ-пресс, 2002.
72. Суперанская А. В. Общая терминология: вопросы теории. Москва: Либроком, 2009. 248 с.
73. Сучасна українська мова: Лексикологія. Фонетика. Київ: Знання, 2013. 340 с.
74. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації). Київ: Пугач, 2005. 388 с.
75. Федорів Я. Р. Лінгвістичні моделі дискурсу політичних виступів: нариси із сучасних культурно-мовленнєвих практик. Київ : ВПЦ НаУКМА, 2010. 188 с.
76. Федоров А. В. Язык и стиль художественного произведения. Москва–Ленинград: Гослитиздат (Ленинградское отделение), 1963. 132 с.
77. Халатян А.Б. Особенности организации современного политического дискурса. *Вестник Московского государственного областного университета*. Серия: Лингвистика. 2010. № 6. С. 51—54.
78. Халатян А.Б. Предвыборный дискурс. *Политическая лингвистика*. Ставрополь. 2011. № 2. С. 180—187.
79. Чейф У. Л. Память и вербализация прошлого опыта. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва, 1983. Вып. 12 : Прикладная лингвистика. С. 36—65.
80. Чередниченко О. І. Англiцизми у французькому та українському медiа дискурсі. *Вiсник Київського національного унiверситету iменi Тараса Шевченка*. К., 2005. № 39. С. 4–6.
81. Чернышова Т. В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. 2-е изд., перераб. М. : Изд-во ЛКИ, 2007.

- 82.Чернявская В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований. *Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса*: Сб. науч. тр. Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2001.
- 83.Чудинов А. П. Политическая лингвистика : Учебное пособие для студентов, аспирантов, преподавателей-филологов. Москва: Наука, 2006. 255 с
- 84.Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГК "Гнозис", 2004. 326 с.
- 85.Эко У. Сказать почти то же самое. Опыты о переводе. Москва: АСТ: CORPUS, 2015. 736 с.
- 86.Bakhtin M. M. *The Dialogic Imagination: Four Essays*. Austin: University of Texas Press, 1981. 444 p.
- 87.Bell V. Negotiation in the workplace: The view from a political linguist. *The discourse of negotiation: Studies of language in the workplace*. Oxford etc.: Pergamon, 1995. Pp. 41—58.
- 88.Chilton P. *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. London & New York: Routledge, 2004. 226 p.
- 89.Chilton P., Schaffner C. *Politics as Text and Talk. Analytic Approaches to Political Discourse*. Amsterdam and Philadelphia: Benjamins, 2002. 245 p.
- 90.Denton R. Jr., Woodward G. *Political Communication in America*. New York: Praeger, 1985. 366 p.
- 91.Dijk T. A. van. Discourse and Manipulation. *Discourse & Society*. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi: Sage Publications, 2006. Vol. 17 (3). P. 359-383.
- 92.Fetzer A., Weizman E. Political Discourse as Mediated and Public Discourse. *Journal of Pragmatics*. Amsterdam: Elsevier, 2006. Vol. 38. № 2. P. 143-153.
- 93.Graber D. Political Languages. *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills and London: Sage Publications, 1981. P. 195-224.
- 94.Nimmo D., Combs J. *Mediated Political Realities*. New York: Longman, 1983. 240 p.

SOMMARIO

Tesi di Master "Peculiarità della traduzione del discorso dei media politici italiani in ucraino".

Lo scopo del lavoro è studiare le peculiarità della traduzione in lingua ucraina del discorso dei media politici italiani.

Questo obiettivo richiede la soluzione dei seguenti compiti di ricerca: esplorare il ruolo della traduzione nel mondo moderno; caratterizzare le caratteristiche funzionali e di genere-stilistiche del discorso sui media politici; indagare i problemi di adeguatezza e gli aspetti pragmatici della traduzione del discorso dei media politici; caratterizzare i metodi di analisi linguistica nei testi dei media; esplorare strategie e tattiche di riproduzione dei testi dei media politici; indagare le principali difficoltà di una traduzione adeguata.

Oggetto di studio è il discorso sui media politici italiani.

L'argomento dello studio sono i modelli di traduzione del discorso dei media politici italiani.

I metodi di ricerca sono condizionati dai compiti prefissati e hanno un carattere complesso: analisi descrittivo-empirica, lessicale-semantica, componente, comparativa-comparativa.

Il valore pratico è dovuto alla necessità di studiare attentamente le specificità della copertura della società da parte dei media nazionali ed esteri e le peculiarità della traduzione del discorso dei media politici italiani.

Il sistema lessicale della lingua dei mass media è il sistema più dinamico del linguaggio letterario moderno. È noto che nel campo dei media i più diversi e più forti sono i processi che caratterizzano la vita stessa dell'organismo linguistico; l'innovazione è più concentrata qui. E questo è naturale, perché una delle funzioni principali dei media è l'informatività, la novità. Il linguaggio dei mass media moderni

attira l'attenzione di molti linguisti, perché è una ricca fonte per lo studio delle ultime tendenze nello sviluppo del linguaggio letterario moderno.

Uno dei processi più evidenti è il processo di rifornimento attivo del vocabolario. Ciò è facilitato dallo stile linguistico sciolto dei giornalisti moderni, dal crescente livello di consapevolezza, dalla perfetta padronanza delle lingue straniere. Oggi questo è il problema principale della ricerca moderna. Se guardi alla storia, in tempi di grandi e radicali cambiamenti nella vita di una nazione, compaiono molte nuove parole e concetti. La necessità di nuove parole è determinata principalmente da fattori non verbali, compresi i cambiamenti politici nella società.

Il discorso politico in senso lato comprende tutte le forme di comunicazione in cui la sfera della politica include almeno una delle componenti del processo di comunicazione: il destinatario, il destinatario o il contenuto del messaggio. In senso stretto, il discorso politico è una sorta di comportamento discorsivo, il cui scopo è la conquista, la conservazione e l'esercizio del potere politico. Ci sembra che l'interpretazione del discorso in senso lato appaia più vantaggiosa, perché copre tutte le componenti dello spazio del discorso politico e consente di chiarire ciascuna di esse, sulla base dei compiti specifici della ricerca linguistica.

Diverse strategie si distinguono sulla base delle caratteristiche individuali della personalità linguistica del produttore del discorso, del fine ultimo della comunicazione e delle peculiarità della situazione comunicativa. Le tattiche che implementano strategie sono considerate uno strumento per il raggiungimento coerente dell'obiettivo risolvendo compiti di comunicazione specifici. Nel discorso politico, che mira a lottare per il potere, le specificità della pianificazione comunicativa dipendono dalla situazione di interazione sociale dei comunicatori e dalle caratteristiche della personalità linguistica del politico, che si riflettono nelle preferenze tattiche e, di conseguenza, nella scelta del linguaggio.

L'adeguatezza della traduzione è il riflesso più completo dell'orientamento comunicativo del testo originale nella traduzione per garantire l'identità delle reazioni intellettuali ed emotive dei destinatari di entrambi i testi, e quindi la sua equivalenza funzionale (dinamica). È un adattamento pragmatico - garantendo la corretta percezione del contenuto dell'originale, portando al recettore della traduzione dell'impatto emotivo del testo originale. I problemi con la traduzione dei nomi propri sorgono quando il traduttore si trova di fronte alla necessità di riprodurre nel testo della traduzione un nome semanticamente riempito che ha una certa forma interna, allusione storica e culturale e immagini vivide. Se le due lingue si basano sullo stesso sistema di lettere, il trasferimento dei nomi propri può essere effettuato preservando completamente la loro ortografia nell'originale. Ecco perché la grafica latina si è diffusa in tutto il mondo. Ma per il trasferimento dall'italiano all'ucraino, questo metodo è, ovviamente, inadatto, perché le lingue ucraina e italiana si basano su diversi sistemi di lettere. La strategia di traslitterazione è stata spesso utilizzata per tradurre adeguatamente i nomi propri dall'italiano all'ucraino.

Parole chiave: discorso politico, discorso sui media, traduzione adeguata, strategie di traduzione, metodi di traduzione.