

Аксіологічний аспект мовної репрезентації образу Росії в сучасному медіадискурсі як перекладацька проблема

У свідомості кожного індивіда та суспільства система цінностей постійно модифікується. Саме медіадискурс здатен вловлювати ці зміни і, враховуючи їх, впливати на реципієнта. Найбільша динамічність притаманна політичному медіадискурсу, що обумовлює необхідність постійного моніторингу відповідного мовного матеріалу.

Відбиття подій докільля нерідко здійснюється в мові крізь призму категорії оцінки, що є одним із способів відображення світу, пізнаючи який, людина виражає ставлення до нього. Різноматіття засобів суб'єктивного увиразнення мовлення є характерною рисою сучасних періодичних видань. Особливий інтерес, на нашу думку, викликає аксіологічний аспект мовної репрезентації образу Росії в сучасному політичному медіадискурсі. Аналіз проводиться на базі політичних аналітичних матеріалів сучасних англо-американських публіцистичних видань та їх українських перекладів.

Мовним відповідником аксіологічної категорії є категорія оцінки, яку деякі лінгвісти називають категорією оцінності. За визначенням Н.Д. Арутюнової, оцінка – це категорія, що представляє прагматичне значення в мові, і що співвідносить предмети та явища з нормативною картиною дійсності і залежить від певних факторів [2, с. 21]. При акценті на ненормативності фактів оцінка набуває експресивної форми і показує абсурдність реалій, що оцінюються. Мовній оцінці властива специфічна структура, її головними компонентами є суб'єкт, об'єкт оцінки, оцінний предикат, шкала оцінок, аспект оцінки та її підстава. Відповідно розрізняють такі види оцінок: позитивна/ негативна/ нейтральна, загальна/приватна, об'єктивна /суб'єктивна, емоційна/ раціональна/емоційно-раціональна, абсолютна /порівняльна [3, с. 124]. Функціональна категорія оцінки в газетному мовленні – це організований за польовим принципом комплекс мовних засобів різних рівнів, поєднаних аксіологічним значенням і відповідною функцією. Він використовується для вираження ставлення суб'єкта мовлення до об'єктивної дійсності з метою досягнення ефективності комунікації в газетній сфері. Виразення оцінки в газетних публіцистичних текстах тісно пов'язана з їхньою жанровою варіативністю. Так, якщо інформативний текст є по суті документальним і виключає будь-яку тенденційність у висловленні подій, то аналітичні матеріали допускають значний прояв авторської індивідуальності, і в них експліцитне вираження оцінки є цілком доречним. Оцінка в газетно-публіцистичному мовленні має особливий характер – підкреслено соціальний, тому вона передусім цілеспрямована, виразна, емоційно-оцінна.

Використання оцінних засобів мови в політичному аналітичному дискурсі тісно пов'язане з феноменом інформаційних війн, які активно впливають на формування іміджу будь-якої країни. Сучасна інформаційна війна проти Росії пов'язана із україно-російським конфліктом. Останнім часом Росія помітно активізувала політичну, економічну культурну експансію щодо України, використовуючи й такий важливий чинник інформаційного впливу, як засоби масової комунікації. Іноземні видавництва приділяють все більше уваги осудженню російської сторони, опису «гарячих» подій, які все частіше з'являються в заголовках та в статтях європейських та американських видань. Кількісний аналіз засвідчив загальну тенденцію до зростання частотності негативнооцінних одиниць практично в кожному виданні за останній період. Результати контент-аналізу засвідчили в аналізованих газетах кількісну перевагу негативних оцінок.

Негативна семантика реалізується низкою засобів різних мовних рівнів (лексико-семантичного, граматичного, фразеологічного тощо), здатних виконувати відповідну прагматичну функцію. Носіями негативного оцінного значення в мовній репрезентації образу Росії в проаналізованих публіцистичних текстах на лексичному рівні виступали оцінна лексика (*adventurism, destabilisation, violence, tension, unrest, hyper-nationalism, a sapping effect, steep decline, malign influence, ugliest geopolitical mugging, Mr Putin's adventurism Moscow's transgressions, untrustworthy, ruthless, cynical to the point of absurdity*), фразеологічні одиниці, засоби вторинної номінації – метафори, епітети, метонімії, алюзії (*Russia's president "holds most of the cards in the contest for eastern Ukraine*). Експресивність висловлювання часто передається завдяки сучасному сленгу, який вживається для підкреслення емоційної оцінки: *Mr Putin does not want to be lumped together with the Nazi dictator. He should behave accordingly de to be lumped together* означає *заважати, звалювати в одну купу, змішуватися з загальною масою, з'єднувати різні речі*. Досить частотними синтаксичними засобами для позначення експресивної негативної оцінки образу Росії можна відмітити звернення до читача, окличні, та риторичні питальні речення, перифрази, парентези, парцельовані конструкції: *Now fast-forward 1,000-plus years, and you have another "Vladimir the Great" – Mr. Putin – massing troops on Ukraine's border to re-establish Russia's influence here. It would have been easy to fall under the spell of the moment, to bask in a Russia resurgent. Except for the lies.*

Для перекладу політичного тексту обов'язковим є збереження структури мовної оцінки. Дослівний переклад оцінних мовних одиниць є ефективним лише в тому випадку, коли еквіваленти, контекстуально нейтральні аналоги або припустимі контекстом заміни викликають адекватну реакцію в реципієнта перекладу та не призводять до зниження експресивності або емоційної нейтралізації. Якщо в англійському тексті преваюють клішовані словосполучення, то аналогічні мовні засоби треба вжити і вперекладі. Так,

наприклад, поширеним способом формування ціннісного сенсу, необхідного комунікатору, у сучасному медіадискурсі є створення та поширення образів, міфів та стереотипів. Стереотип зображення Росії як самодержавної країни реалізується в основному через характеристику політичних діячів за допомогою стилістичних засобів, що містять лексику з конотативним компонентом «царський». Про це свідчать ще живучі метафори: “*Successor to the throne*”, “*heir to the throne*”. Розглянемо приклад вживання такої стереотипної метафори по відношенню до В.В. Путіна: *V. Yeltsin will be dissatisfied with his successor to the throne.* – *Борис Єльцин буде невдоволений своїм майбутнім спадкоємцем престолу.* Дослівний переклад метафори передає конотативне значення та несе в собі порівняльну оцінку правління політичних діячів.

Фразеологізми та кліше відіграють важливу роль у формуванні як особистої так і загальної оцінки, а отже, їх розуміння та правильний переклад є непростим завданням [6, с. 35]. Розглянемо деякі приклади: *True, the crisis started through no fault of Russia – but there is no one to listen to Russia's complaints or wipe its tears. As the saying goes, if you dance, you must pay the fiddler. Russia is a powerful imperia which can overcome any difficulties.* – *Правду кажучи, криза почалася не з провини Росії, – але не існує нікого, хто б вислуховував скарги Росії або жалив її. Як кажуть, любии кататися, люби і саночки возити. Адже, Росія – це могутня держава, яка може подолати будь які труднощі на своєму шляху.* В цьому реченні ФО переводиться варіантом (аналогом). В такому випадку ФО співпадають за значенням і стилістичним забарвленням, але їх лексичний склад і граматична структура може відрізнятись. Ми бачимо, що Росія зображується за допомогою таких фразеологічних одиниць, як: *if you dance, you must pay the fiddler; wipe its tears*. Висвітлюється позитивна категорія оцінки, що характеризує Росію як могутню і сильну державу, яка може впоратися зі всіма труднощами.

Ведмежа метафора репрезентації образу Росії, яка затвердилася в західноєвропейській культурі в період XVI-XVIII століть, є однією з найбільш важливих для характеристики образу Росії. *Russian Bear* використовувався в якості «протиотрути» у боротьбі з «м'якою силою» головного суперника, дозволяючи позиціонувати СРСР як не універсальну модель для трудящих людей усього світу, а всього лиш нову реінкарнацію царської Росії з її імперіалізмом [5, с. 111]: *The West cannot keep poking the Russian bear – Zaxid ne moze prytynityti «итурхати» Російського ведмеда.* Метафора відтворюється за допомогою калькування та містить у собі репрезентацію Росії як могутньої, незалежної держави. Л.С. Бархударов зазначає важливу важкість при створенні фразеологічної кальки – це надання їй відповідної форми крилатого виразу, тому, саме цей вислів набув значення народного.

Останнім часом в зарубіжних медіа виданнях почала з'являтися велика кількість неологізмів, що ввійшли в мову у зв'язку з політичними подіями. Вживання такого неологізму, як «путинізація» (*putinization* – *a process of extension of influence of the second President of Russia V. Putin*) стало популярним у заголовках статей – як українських, так і іноземних ЗМІ: *Європа – стережись, тобі загрожує Путинізація!; Putinization moving around former communist world Stop the Putinization of Ukraine!; The “Putinization of Ukraine’s media policy” is taking place at the same time in Ukraine’s siloviki (security forces).* Іноземні ЗМІ запозичили нову лексему у сучасних українських виданнях та почали використовувати їх у своїй пресі. Переклад такого неологізму здійснюється за допомогою калькування для збереження повної форми слова та зрозумілості публіці.

Популярним також стало вживання такого неологізму, як *ватник* – термін, який представники креативного класу ввели в 2011 році для позначення патріотів Росії. *Ватник* означає – «патріот-фанатик». В даний час термін *ватник* розгубив значну частину свого негативного відтінку і вживається, скоріше, у значенні «патріотично налаштованого представника російського народу», причому часто використовується самими патріотами для опису самих же себе: *A vatnik is pleased with the environment, the government, and his own life which seems to be happy against the backdrop of terrible outside events which he can see on TV – Ватник задоволений навколишнім середовищем, урядом і своїм власним життям, яке здається щасливим на тлі страшних подій, які він може бачити по телевізору.*

Отже, проблема мовної репрезентації образу Росії в сучасному медіадискурсі відкриває широкі горизонти для подальшого дослідження з різних позицій лінгвістичного знання; ціннісні орієнтири і переваги соціуму змінюються, виникають нові міфи, складаються і видозмінюються стереотипні уявлення. Залежно від цих параметрів змінюється і мовне втілення інформації – все це робить проблему дослідження образу Росії актуальною і надалі. Переклад лінгвістичних одиниць у сучасних медіа виданнях – нелегке завдання, адже кількість їх зростає з кожним днем, тому, головне завдання перекладача не просто відтворити, але й передати значення та сенс того чи іншого слова.

Література

1. Алтабаева М.Ю. К проблеме семантического анализа оценочной лексики/М.Ю. Алтабаева. – Алма-Ата, 1987. – С. 90-96.
2. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
3. Бессонова О.Л. Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивно-гендерні аспекти / О.Л. Бессонова. – Донецьк: ДонНУ, 2002. – 362 с.
4. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки / Е.М. Вольф. – 2 изд., доп. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 246 с.
5. Журавлева Е.А. Способы репрезентации стереотипов о России в американской и английской прессе. – Сборник статей: «Проблемы лингвистики, методики обучения иностранным языкам и литературы в свете межкультурной коммуникации, 2011. – 111 с.

6. Горлов В.В. Фразеологизмы как средство выразительности на страницах газеты / В.В. Горлов // Русский язык в школе. – 1992. – С. 35-37.