

СИСТЕМОУТВОРЮЮЧІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИСКУРСУ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ В АСПЕКТІ ПЕРЕКЛАДУ

О.В. Попова,

Сумський державний університет, м. Суми

У статті досліджуються системоутворюючі характеристики дискурсу передвиборчої кампанії, аналізуються варіації їх вербалізації на формально-семіотичному та когнітивно-інтерпретаційному рівнях в англійській, російській та українській мовах, обґрунтовується доцільність роботи перекладача на рівні смислу слова при опрацюванні тексту передвиборчої кампанії.

Ключові слова: *дискурс передвиборчої кампанії, формально-семіотичний, когнітивно-інтерпретаційний, езотеричність, емотивність, смисл, значення.*

На сьогоднішній день все більше уваги приділяється політичному дискурсу, адже боротьба за владу є одним з рушійних мотивів комунікації у сучасному демократичному суспільстві. Політичний дискурс – це явище, з яким стикався кожен, він цікавить як професіоналів із сфери політології, журналістики, лінгвістики, так і самі широкі маси загалу. Його вивченню присвятили себе як закордонні так і вітчизняні вчені-лінгвісти: Водак Р., Шафнер С., Чилтон П., Шейгал О.І., Баранов А.Н., Почепцов Г.Г., Чудинов А.П., Дем'янков В.З., Аміров В.М. та ін.

На особливу увагу політичний дискурс займає саме в рамках перекладу, адже його суспільне завдання полягає в тому, щоб на мотиваційно-прагматичному рівні переконати адресата (представника певної суспільної групи) в необхідності політично правильних дій та оцінок, тобто дати когнітивне та емоційне підґрунття, заохотити до бажаних для адресанта дій. В епоху глобалізації коло такої певної суспільної групи безмежно розширюється, включаючи вже представників різних етнічних, культурних і, відповідно, мовних груп.

У даній статті поставлено за мету дослідити основні формально-семіотичні та когнітивно-інтерпретаційні властивості дискурсу передвиборчої кампанії як однієї з форм реалізації політичного дискурсу в англійській, українській та російській мовах, та збереження його характеристик в тексті мови-перекладу. У зв'язку з достатньо високим рівнем зацікавлення сучасних лінгвістів даною тематикою, стаття носить не лише характер узагальнюючого вивчення дискурсу передвиборчої кампанії, а й включає елемент порівняльного аналізу передвиборчої агітації в Британії та Україні, а також в статті досліджуються варіанти семантичної еквівалентності при перекладі такого тексту. Даний факт вказує на **актуальність** дослідження, адже дозволяє прослідити жанрово-стилістичні, структурно-композиційні, інтенційно-прагматичні трансформації текстів при перекладі з англійської на українську чи російську мови.

Предметом дослідження виступають системоутворюючі характеристики політичного дискурсу в цілому та дискурсу передвиборчої кампанії безпосередньо, їх реалізація на формально-семіотичному та когнітивно-інтерпретаційному рівнях.

Об'єкт дослідження – дискурс передвиборчої кампанії в порівняльному та перекладацькому аспектах.

Не зважаючи на широкий спектр визначень терміна, у даній статті «дискурс» розглядається як комунікативна подія, ситуація, що включає текст та такі складові як: 1) контекстуальність (умови, що супроводжують подію; фон, що пояснює подію; оцінка учасника подій та ін.), 2) особистісність (з одного боку – це конкретна взаємодія адресанта та адресата, з іншого боку – це висловлення себе, своєї індивідуальної свідомості в комунікативній ситуації), 3) процесуальність (адже дискурс – це не завершений продукт, а процес, що протікає за наявності як мінімум двох учасників, які у непередбаченому спілкуванні інтерпретують вилучування один одного, тобто іде чергування фаз породження та рецепції тексту),

4) ситуативність, 5) замкненість [1]. Приймаючи до уваги той факт, що дискурс з'являється в певній ситуації спілкування, де учасники володіють різними соціальними ролями та установками, та зважаючи на зазначені складові, вважається доцільним тлумачення політичного дискурсу запропоноване Шейгал О.І., який вона характеризує «как текущую речевую деятельность с ее результатом (текстами) и как семиотическое пространство, включающее в себя знаки разной природы (слова, политическую афористику, флаги, эмблемы, гимны и др.)» [2, с.15]. Більше того, авторка зазначає, що в політичному дискурсі відзначається «примат ценностей над фактами, преобладание воздействия и оценки над информированием, эмоционального над рациональным» [2, с.46]. Адже мова політиків у більшості випадків оперує символами, а її успіх зумовлено тим, на скільки ці символи співзвучні з масовою свідомістю. Політик повинен вміти зачепити необхідні емоції, переконати адресата у правильності свого міркування та бачення ситуації, сформувані певне ставлення до тих чи інших подій у спосіб, що є вигідним для нього, що зрештою спрямовано на формування світогляду та впливу на поведінку людей.

Саме тому до числа системоутворюючих характеристик політичного дискурсу відносять: а) дистанційність та наявність здебільшого масового адресата, що зумовлено сьогоденним потужним розвитком засобів масової інформації; б) домінуючу роль фактора емоційності та значну питому вагу фатичного спілкування; в) смислову невизначеність, пов'язану з фантомністю ряду денотатів, адже політики переважно висловлюють думку в узагальненому плані, коли певні знаки політичної мови не мають реального денотата; г) езотеричність як результат використання маніпулятивних стратегій, проявом яких є навмисне ухиляння, натяки, посилення, коли сенс розмови буде зрозумілим лише певному адресату; д) театральність, необхідність політиків працювати на публіку, привертаючи до себе увагу за допомогою створеного іміджу; є) динамічність мови політики, що зумовлено відбиттям напруженої реальності та зміною політичної ситуації [3].

Названі характеристики спостерігаємо в текстах передвиборчих кампаній, оскільки дискурс як такий знаходить своє втілення в текстах, він виникає і виявляється в тексті і через текст [2]. А передвиборча кампанія – це проміжок часу, протягом якого політичні суб'єкти (особи, партії, суспільні організації) повинні постати перед виборцем, привернути до себе увагу електорату (об'єкта свого впливу) і заохотити людей проголосувати за кандидата тієї чи іншої політичної орієнтації, який обіцяє своєму електорату певні соціальні переваги [4]. Тому організаторам передвиборчих кампаній доводиться розробляти різні тактики впливу на адресата, освоювати нові для даного періоду жанри і вдаватись до перелічених характеристик політичного дискурсу.

"It is an election we have to win because our country is a complete mess and it is our patriotic duty to turn it around and give it a better future" [5].

У даному реченні британський політик, лідер консервативної партії Девід Камерон, вдаючись до численних стилістичних засобів та реалізуючи комунікативну стратегію співпраці, залучає тактику кооперації та заохочення. На формально-семіотичному рівні це втілюється за допомогою займенника *we* та словосполучення *our country*, він презентує себе як пересічного громадянина Великобританії, представляє ідею спільної праці, акцентує увагу адресата на наявності спільних проблем, які потрібно вирішувати спільними зусиллями (*we have to win*). Заразом, вживаючи подібні займенники, автоматично відбувається звернення до численного електорату, що наголошує наявність масового слухача. На когнітивно-інтерпретаційному рівні спостерігаємо вживання високих книжкових фраз (*our patriotic duty, a better future*), гіпербол, що реалізуються вже на синтаксичному рівні (*our country is a complete mess*) – все це надає даному реченню театральності, емоційності, фантомності, готовності до комунікації.

Аналогічні характеристики тексту передвиборчої кампанії можна знайти і в українській мові:

Сьогодні Україна знаходиться на порозі нових випробувань, у вирі масштабних світових викликів, які потребують максимальної концентрації наших спільних зусиль, консолідації всього суспільства [6].

Початок виступу кандидата в Президенти України В.Ф. Януковича вказує на дистанційність, звернення до масового слухача (*Україна знаходиться*), чим адресант також робить крок до співпраці з своїм електоратом, намагаючись переконати свого реципієнта в наявності спільних проблем (*які потребують максимальної концентрації наших спільних зусиль, консолідації всього суспільства*). Формально-семіотичний рівень представлено у даному прикладі, як і в попередньому, за допомогою присвійного займенника 1-ої особи множини (*наш*) із залученням прикметника *спільний* та означального займенника *весь*, що також є елементами тактики кооперації. Якщо ж звернутись до когнітивно-інтерпретаційного рівня, то і тут знаходимо: метафору *Україна знаходиться на порозі нових випробувань*, гіперболи у вирі масштабних світових викликів; *максимальна концентрація наших спільних зусиль; консолідації всього суспільства* – все це вказує на наявність емоційності адресанта, пафосність та театральність його виступу.

Таким чином, і в першому, і в другому прикладі спостерігаємо наявність ключових ознак текстів передвиборчих кампаній, які безпосередньо належать до політичного дискурсу. Саме завдяки переліченим характеристикам подібні тексти здатні привабити, зацікавити адресата, адже інтенційну базу політичного дискурсу складає боротьба за владу, тому зміст політичної комунікації можна звести до трьох складових: формулювання та роз'яснення політичної позиції (орієнтація), пошук та згуртування прибічників (інтеграція), боротьба з супротивником (агресія як прояв атональності) [2]. В будь-якому разі політик повинен бути зрозумілим своєму виборцю і відстоювати його позиції.

Головна проблема з'являється, коли йдеться про міжкультурну комунікацію, тобто адресат, на відміну від адресанта, є представником абсолютно іншої мовної групи і виникає необхідність перекладу подібного тексту. Адже процес безпосереднього декодування повідомлення в рамках однієї мови розглядається психолінгвістами як багатоконпонентне явище: 1) сприйняття повідомлення, яке виконує роль апперцепції семантичного смислу висловлювання; 2) розуміння, тобто співвіднесення отриманої інформації з власними знаннями адресата; 3) інтерпретація – вербалізація прийнятого тексту адресатом [1]. І саме наявність етапу інтерпретації підкреслює відсутність дзеркального відбиття авторських думок, оскільки свідомість не повторює, не дублює мовця, а створює своє бачення ситуації [7]. Таке тлумачення дає змогу пояснити усе багатство лінгвальних, психологічних, емоційних реакцій реципієнта. Якщо ж додати до процесу комунікації фактор належності адресанта та адресата до різних мовних груп, то процес комунікації стає ще складнішим. У такому разі, йдеться про міжкультурну комунікацію, коли кодування та декодування інформації здійснюється уже за допомогою знаків різних мов, які представляють відмінну граматичну систему, де адресант та адресат є представниками різних культур з відмінною інтелектуальною та етнічною базою. Завдання перекладача зводиться до такого виду посередництва, коли зміст іншомовного тексту оригіналу передається мовою перекладу шляхом створення цією мовою комунікативно-рівноцінного тексту [8]. Якщо ж врахувати всі характеристики тексту, що належить до політичного дискурсу, тобто його емотивність, динамічність, театральність і т.д. (мова в такому випадку буде виконувати не лише денотативну функцію, а й експресивну, фатичну, наказову), то завдання перекладача полягає в тому, щоб підібрати необхідну лексему, синтаксичну конструкцію, яка буде адекватним аналогом оригіналу, тобто матиме те ж чи максимально наближене стилістичне забарвлення та викликати ті ж емоції та асоціації у реципієнта. У даному контексті видається доцільним розгалуження термінів «значення» та «смысл», які в науковій літературі пояснюються досить по-різному, але варто дотримуватись найрозповсюдженішого тлумачення в сучасному мовознавстві, відповідно якому смысл є актуалізованим в мовленні значенням мовної одиниці [9]. Перекладач, який

завжди має справу з конкретним текстом, повинен оперувати на рівні смислу, а не значення, який може бути переданим в іншій мові дещо відмінними мовними засобами та значеннями і тут мова йде вже про дотримання компонентної, денотативної чи функціональної семантичної еквівалентності [10].

David Cameron changed his campaign plans yesterday to warn that Nick Clegg would mire the country in the "old politics" of a hung Parliament. Mr. Cameron tried to seize back the mantle of change from his Liberal Democrat counterpart, insisting that only the Tories could "blow apart the old way of doing things" [11].

Даний приклад узято з британської газети "The Times", тому агітація подається вже не від першої особи, а опосередковано, як журналістський коментар щодо політичних подій в Британії. Тим не менш, будь-яка агітація за того чи іншого політика здійснюється за допомогою засобів масової інформації, тому навіть в рамках даної презентації вона не втрачає основних характеристик, що притаманні політичному дискурсу. Запропонований приклад демонструє динамічність мови, що досягається поєднанням різнопланової лексики: термінів (*counterpart, Liberal Democrat*), контекстуальної розмовної лексики (*hung Parliament, blow apart, mire*), книжкових слів (*to seize back the mantle*) – яка в цілому вказує на емоційність адресанта, його небайдужість до подій в політичному житті країни, його бажання оприлюднити свою оцінку подій.

Якщо ж заглибитись в семантичне поле вжитої лексики (метафоричність висловлювань *would mire the country; a hung Parliament* (тут відчувається навіть ефект оксюморона, адже будь-який парламент створено для дій, змін, а даний парламент *a hung one*); *to seize back the mantle of change*; гіперболізацію *only the Tories could "blow apart the old way of doing things"*), то відчувається езотеричність мовлення, що реалізується крізь натяки, які мають бути зрозумілими для британського читача. При перекладі така невизначеність може нашкодити, адже адресат мови перекладу є представником іншої країни, з іншим політичним устроєм і може бути просто не проінформованим щодо нюансів британського політичного життя, а мета комунікації, в тому числі і міжкультурної – максимально точно донести до реципієнта інтенцію адресанта. Ряд проблем при перекладі може принести і емотивність висловлювання, що представлена певним добором слів та синтаксичних конструкцій. Адресант кваліфікує, виділяє об'єкти та предмети, які він бачить та про які веде мову, абсолютно суб'єктивно, тому завдання перекладу полягає у тому, щоб вловити смисл «такої суб'єктивності». Журналісти російськомовного видання вдаються до наступного кроку:

Лидер Консервативной партии Великобритании Дэвид Камерон вчера сменил тактику политической агитации и раскритиковал своих оппонентов либерал-демократов. Реальных перемен в стране удастся добиться только в том случае, если Консервативная партия получит в нем абсолютное большинство. В любом ином случае в Великобритании будет использоваться "старая политика", с которой никакие изменения к лучшему невозможны, утверждает лидер консерваторов [12].

Запропонований приклад демонструє нейтралізацію емотивного ефекту в перекладі, тобто перекладач діє виключно в рамках денотативної семантичної еквівалентності, обираючи при цьому в оригінальному тексті ключову семантично значущу частину і передаючи її мовою перекладу. У даному прикладі відсутні емотивно-забарвлені лексичні одиниці, широке розгалуження стилістичних засобів, спостерігається сухість, виваженість слова притаманна офіційно-діловому стилю, хоча при цьому зберігається дієвий статус предиката (*changed – сменил, would mire – будет использоваться*), що й допомагає відтворити денотативну еквівалентність. Але тут варто зауважити, що в даному прикладі перекладач діє виключно на смисловому рівні (а не на значеннєвому), відповідно він за необхідності додає допоміжну інформацію, яка була відсутня в оригіналі (*Лидер Консервативной партии Великобритании Дэвид Камерон*), чим експлікує ситуацію, вдається до зрозумілої для реципієнта тексту-перекладу контекстуальної генералізації (*Nick Clegg – либерал-*

демократи), модуляції (*changed his campaign plans – сменил тактику политической агитации, would mire – будет использоваться; only the Tories could “blow apart the old way of doing things” – реальных перемен в стране удастся добиться только в том случае, если Консервативная партия получит в нем абсолютное большинство, де знову іде експлікація нюансів оригінального тексту*).

Аналізуючи текст оригіналу та перекладу в цілому, спостерігаємо потужне застосування такої лексико-граматичної трансформації як компенсація, адже перекладач зберігає сенс оригіналу, але замінює при цьому його лексичні складові, міняє синтаксичне наповнення та порядок розташування синтаксичних конструкцій першоджерела. Більше того, саме завдяки застосуванню компенсації в тексті перекладу отримуємо таку характеристику притаманну політичному дискурсу, як фантомність, смислово невизначеність ряду денотатів, адже в оригіналі маємо *Nick Clegg would mire the country in the “old politics”*, а в перекладі – *в любом ином случае в Великобритании будет использоваться “старая политика”*, де в тексті перекладу зникає безпосередня персоніфікація опозиційних політичних сил, що вказує на узагальнення денотату, адаптацію тексту оригіналу для його перцепції політично невідготованим представником іншої мовної культури. Далеко не завжди для досягнення переконливості у виступі політику необхідна аргументованість. Іноді достатньо просто дати зрозуміти, що позиція, на користь якої виступає адресант, знаходиться в межах зацікавлення адресата [3].

Ефект динаміки мови зберігається частотністю вживання предиката в тексті перекладу (*сменил, раскритиковал, удастся добиться, получит и т.д.*), який вказує на дію, мовлення, чим задає темп плину подій. Крім того, саме завдяки сухості при доборі лексичних одиниць збільшується акцент на предикативному лексичному виборі перекладача.

Як вже зазначалось, інтенційну базу політичного дискурсу складає боротьба за владу, одним з елементів якої виступає боротьба з супротивником (агресія як прояв атональності) [2]. Спеціалізованими знаками агресії є маркери відчуженості (показники віддаленості, замовчуваність, приниження значущості), а також політичні інвективи-ярлики, неполітичні пейоративи, етноніми, антропоніми і т.д. [2], які можуть представляти значні проблеми при перекладі. Якщо в прикладі:

This latest foray “Outside” (Alaskan slang for the rest of the country) culminates a week in which she achieved a typical run of multimedia ubiquity [13]

– автор вдається до тиражування діалекту Аляски, надаючи при цьому тлумачення даного терміна, чим спрощує завдання перекладача, то в наступному висловлюванні завдання перекладача ускладнюється:

Last year the Conservative leader had to intervene directly to prevent the deselection of Elizabeth Truss by Norfolk Tories — known as the “Turnip Tale Ban” — outraged that she should have had an affair with a married MP [11].

Автор не створює неологізмів, він просто цитує розповсюджену серед читачів британської газети «The Times» метафору *Turnip Tale Ban*, значення якої можна зрозуміти проаналізувавши її складові: *Turnip – a large round pale yellow vegetable; Tale – someone in authority who tells about something wrong that someone else has done; Ban – public announcement* [14]). Завдяки наявності негативної оцінки, експресії даного метафоричного словосполучення досягається необхідне емотивне посилення до адресата тексту, що варто зберегти при перекладі. Реалізація даного пейоративу мовою перекладу буде залежати від загального спрямування контексту: чи то на досягнення денотативної емотивно нейтральної семантичної еквівалентності (у даному разі подібний пейоратив можна випустити або ж перекласти «відомий за свій довгий язик», де збережеться авторська негативна оцінка даної персони і зникне експресія представлена в тексті оригіналу), чи то на досягнення функціональної семантичної еквівалентності, що має на меті відтворити експресивну функцію мови оригіналу (відповідно даний пейоратив потребує аналогу в мові перекладу: «базікало», «тупоголовий Норфолк», «язикатий Норфолк» і т.і.).

На відміну від оригіналу переклад не представляє собою самостійного твору, він розглядається у зв'язку з оригіналом. Саме в рамках такого тлумачення вчених-лінгвістів цікавить шлях від першоджерела до результату перекладацького процесу, яким чином перекладачу вдається передати не лише слова тексту-оригіналу, а й основні ідеї, інтенції, емоції автора. Дискурс передвиборчої кампанії з притаманними йому езотеричністю, невизначеністю, емотивністю, динамічністю представляє значну складність при перекладі, оскільки він є суб'єктивно, інтелектуально, культурно та етнічно зумовленим. Мовлення як наслідок чуттєво-мисленнєвих процесів виступає джерелом нових лексичних форм і потребує подальшого глибинного вивчення в усіх аспектах його реалізації, в тому числі і в рамках політичного дискурсу, адже політична комунікація пов'язана з різноманітними формами лінгвістичної маніпуляції та мовленнєвої тактики, які уможливають управління свідомістю і контроль над менталітетом широкого загалу.

СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИСКУРСА ПРЕДВЫБОРНОЙ КАМПАНИИ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

Е.В. Попова

В статье исследуются системообразующие характеристики дискурса предвыборной кампании, анализируются вариации их вербализации на формально-семиотическом и когнитивно-интерпретационном уровнях в английском, русском и украинском языках, объясняется необходимость работы переводчика на уровне смысла слова при обработке текста предвыборной кампании.

Ключевые слова: дискурс предвыборной кампании, формально-семиотический, когнитивно-интерпретационный, езотеричность, эмотивность, смысл, значение.

SYSTEM BUILDING CHARACTERISTICS OF THE PRE ELECTION CAMPAIGN DISCOURSE WITHIN TRANSLATION ASPECT

E.V. Popova

The article investigates strategic characteristics of pre election campaign discourse, analyses variants of their verbalization at formal-semiotic and cognitive-interpreting levels in English, Russian and Ukrainian, explains the necessity of interpreter's work at the sense level of the word while work with the text of pre election campaign.

Key words: pre election campaign discourse, formal-semiotic, cognitive-interpreting, esotericism, emotive, sense, meaning.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации [Текст] / Е.А. Селиванова. – К.: Брама, 2004. – 336с.
2. Шейгал Е.И. Политический скандал как нарратив / Е.И. Шейгал // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: Сб. науч. тр. / ВГПУ; СГУ. – Волгоград, 1998. – С. 55–68.
3. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В.З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – М., 2002. – № 3. – С. 32–43.
4. Амиров В.М. Агитационный предвыборный свертхтекст: организация содержания и стратегии реализации: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Валерий Михайлович Амиров. – Екатеринбург, 2002. – 228с.
5. The Guardian [Електронний ресурс. – Дата перегляду: 18.09.2010] – Режим доступу до газети: <http://www.guardian.co.uk/politics/2010/feb/28/david-cameron-election-patriotic-duty>
6. Відкрита Україна [Електронний ресурс. – Дата перегляду: 20.09.2010] – Режим доступу до сайту: <http://www.yanukovich.openua.net/extra.php>
7. Бахтин М.М. Собрание сочинений : В 7 т. [Текст] / М.М. Бахтин. – М.: Русские словари, 1996. – 358с.
8. Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред. В. Н. Ярцева]. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 686 с.
9. Швейцер А.Д. Теория перевода – статус, проблемы, аспекты [Текст] / А.Д. Швейцер. – М.: Наука, 1988. – 215 с.
10. Бреус Е.В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский: Учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. [Текст] / Е.В. Бреус. – М.: Изд-во УРАО, 2000. – 208 с.
11. The Times [Електронний ресурс. – Дата перегляду: 18.09.2010] – Режим доступу до газети: <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/politics/article7102235.ece>
12. Издания Rambler Media Group [Електронний ресурс. – Дата перегляду: 22.09.2010] – Режим доступу до газети: <http://lenta.ru/news/2010/04/20/change/>
13. The New York Times [Електронний ресурс. – Дата перегляду: 20.09.2010] – Режим доступа к газете: <http://www.nytimes.com/2010/03/27/us/politics/06palin.html?scp=2&sq=election%20campaign&st=Search>
14. Longman dictionary of contemporary English / [director Della Summers]. – 4th edition. – Edinburgh: Person Education Limited, 2005. – 1950 p.

Надійшла до редакції 8 листопада 2010 р.