

Політичний портрет Петра Порошенка та особливості його відтворення при перекладі (на матеріалі сучасної англомовної преси)

Як відомо, ЗМІ є одним з найбільш значущих інститутів сучасного суспільства, оптимальним засобом для швидкого повномасштабного доведення інформації різної спрямованості до населення. Саме ЗМІ створюють винятковий вплив практично на всі сфери й інститути суспільства, включаючи політику, економіку, релігію. Незаперечно, що засоби масової інформації відіграють найбільш важливу роль у формуванні та еволюції громадської думки. Крім того, інтерпретація найбільш важливих явищ і подій у світі здійснюється завдяки їм і з їхньою допомогою. Для кожної держави важливо, як сприймається її образ як власним народом, так і за кордоном. Зокрема, події в Україні і навколо неї викликають справжню хвилю інтересу в країнах ближнього і далекого зарубіжжя. Безумовно, існують відмінності в тому, як оцінюються ті чи інші події в нашій країні і за кордоном, що конкретно критикують і які висновки роблять публіцисти. [1, с. 60].

В рамках політичної комунікації як суспільство, так і політичний лідер впливають один на одного, маючи при цьому різні засоби впливу. Якщо суспільство вдається до таких способів вираження думки своїх членів як активне залучення в процес політичної комунікації, за допомогою виборів, референдумів, або підкоряючись волі лідера, або ігноруючи його, то політичний лідер має у своєму розпорядженні більший вибір засобів, методів і стратегій впливу на суспільство. Вони напряду пов'язані із займаною позицією лідера і безпосереднім впливом, заснованим на цих засобах, який є визначальним фактором взаємин керівника держави і суспільства. До подібних засобів, зокрема, належать:

1) засоби впливу, що не пов'язані з особистістю конкретного політичного лідера, але з підвалинами, традиціями, прийнятими в тому чи іншому суспільстві. Сюди, в першу чергу, відноситься легітимна влада;

2) засоби впливу, які безпосередньо залежать від особистості політичного лідера, реальної чи презентованої в ЗМІ. Ці засоби і заснований на них вплив – найважливіше у взаєминах між суспільством і політичним лідером. Тут проявляється так звана «харизма» політичного лідера, що в перекладі з грецького означає «божий дар». Політичний маркетинг оперує даними поняттям, визначаючи його як природні або штучно створені властивості особистості політичного лідера, що викликають до неї особливу увагу з боку інших людей;

3) засоби впливу, що ґрунтуються на традиційних рольових відносинах, існуючих в конкретному суспільстві. Це алгоритм поведінки людини, який визначається його положенням в суспільній ієрархії, соціальним становищем, виконання якого очікують інші члени суспільства в тій чи іншій ситуації. У різних суспільствах існують державні посади і пости, які є для громадян сильними емоційними символами [2, с. 13].

Важливу роль при створенні образу політичного діяча в засобах масової інформації в процесі формування громадської думки відіграють лінгвістичні засоби. У світі, де взаємини між державами часто безпосередньо залежать від особистісних характеристик, що представляють їх лідерів, засобам масової комунікації відведена особлива роль. Журналісти, зазначивши яку-небудь особисту якість політичного діяча, можуть як залишити її непоміченою, так і обіграти її в публіцистичній статті таким чином, що саме ця якість стане надбанням навіть тих людей, які за своєю природою не відрізняються особливою спостережливістю.

Аналіз деяких лінгвістичних особливостей текстів західних ЗМІ, що безпосередньо чи опосередковано впливають на формування образу, зокрема, українського політика, викликає цілком визначений інтерес і видається актуальним.

Інтерес, викликаний представниками української політичної еліти за кордоном, повною мірою відбивається в їхніх політичних портретах. Західні ЗМІ широко використовують весь арсенал лексичних, лексико-граматичних і стилістичних засобів при створенні образів перших осіб сучасної України.

Ще з часу «Євромайдану» пильний погляд західних засобів масової інформації був прикутий до подій на майдані, їх безпосередніх учасників, а особливо політичних лідерів, котрі очолювали народний супротив. Одним з таких був майбутній Президент України Петро Порошенко. Відомий своїми кондитерськими виробами, а тепер ще й найвищим постом у державі, який він отримав у складні часи економічної скрути і військового конфлікту на сході, Порошенко став все більше з'являтися на шпальтах впливових англомовних видань.

На фоні останніх подій, що розгортаються на східних теренах України, західні засоби масової інформації не можуть не проявляти інтерес до особи Президента України. Чи зможе він впоратися з кризою в країні та вгамувати конфлікт на Донбасі, як він діє в тій чи іншій ситуації, поводить себе на зустрічах зі світовими лідерами, які робить заяви і чи виконує їх – все це складові, які враховують засоби масової інформації задля створення політичного портрету глави держави. Звісно, західна преса має дещо інший погляд як на ситуацію в Україні, так і особисто на Президента Порошенка, ніж вітчизняна, і це не дивно, адже західна культура відрізняється своєю ментальністю і сприймає інформацію через призму власних уявлень про життя та політичних поглядів. Однак, такі відмінності у подачі інформації дозволяють нам поглянути на ту чи іншу ситуацію, а в даному випадку на особистість Петра Порошенка, з іншого ракурсу.

Інтернет видання "BBC News" пише:

"Ukrainian *oligarch* Petro Poroshenko who won [outright victory in the May 2014 presidential election](#), has long supported the country's *pro-European* movement despite being unaffiliated to any political party.

The "*chocolate king*", as the owner of Ukraine's largest confectionery manufacturer Roshen is known, was a key backer of the 2004 Orange Revolution and once served as foreign minister under Yulia Tymoshenko, the Orange Revolution star whom he roundly defeated at the last election" [4].

«Український *олігарх* Петро Порошенко, який одержав цілковиту перемогу на травневих президентських виборах 2014 року, вже давно підтримує *про-європейський* рух в країні, незважаючи на його не приналежність до будь-якої політичної партії.

Відомий як «*Шоколадний король*», через його найбільшу українську кондитерську компанію «Рошен», він був ключовим причіником Помаранчевої революції 2004 року, а також Міністром закордонних справ при уряді Юлії Тимошенко, зірки Помаранчевої революції, над якою він здобув повну перемогу на останніх виборах» [6].

Видання використовує актуальне порівняння Порошенка з шоколадним королем, а також вказує на про-європейську спрямованість політика, що позитивно впливає на його імідж.

У статті "President Poroshenko's Speech And Its Implications" («Промова Президента Порошенка та її наслідки») кореспондент "Forbes" пише:

"Petro Poroshenko's ringing inauguration speech gave us a sharp taste of the new Ukrainian President's character. A bravura performance. Terse, *pugnacious*, *patriotic*, *blunt*, *defiant*. No wasted persiflage." [5]

«Дзвінка інаугураційна промова Петра Порошенка представила нам гострий смак характер нового українського президента. Чудовий виступ. Короткий, *бойовий*, *патріотичний*, *різкий*, *зухвалий*. Доречні жарти.» [6]

Мовлення політиків є дуже образним, насиченим метафорами, порівняннями. Від ефективності використання мови в політичному дискурсі залежить авторитетність лідера. Дуже важливо, коли політик уміє яскраво описувати ситуацію, акцентувати важливі інформаційні сегменти, адже, як підкреслювалося вище, емоційна інформація легше сприймається аудиторією і краще запам'ятовується, вона природніша, тому є варіантом зрозумілим і внутрішньо адекватним [3, с. 279]. Уміння використовувати саме ті слова, що будуть адекватно інтерпретовані і матимуть прогнозований зміст у «карті» іншої людини (або ж групи людей), дуже цінується в загальній комунікації і в політичному дискурсі зокрема. Якщо політику вдається створити яскравий образ, близький аудиторії, який закріпиться в її свідомості надовго, викликати в аудиторії потрібні йому емоції шляхом влучно дібраних слів, то його завдання можна вважати вдало виконаним.

Таким чином, інаугураційна промова щойно обраного Президента України доповнила політичний портрет Порошенка новими епітетами, такими як *бойовий*, *патріотичний*, *різкий*, *зухвалий*. Спираючись на те, що Порошенко написав промову власноручно, про що кореспондент пише далі, якраз і можна прямо пропорційно пов'язати епітети стосовно промови з самим Петром Олексійовичем:

"He wrote it (speech) himself, I hear from insiders." [5]

«*Інсайдери мені повідомили, що він написав її (промову) сам*». [6]

Загалом, проаналізувавши вибрані фрагменти медіа текстів, можна дійти висновків, що найпопулярнішим тропом для зображення портрету Порошенка являються епітети, які перекладаються словниковими відповідниками. Однак, слід зауважити, що метафора *шоколадний король* також часто використовується англомовними засобами масової інформації для відображення реалії стосовно українського президента.

Література

1. Бойчук К.В. Мова газетних текстів як засіб впливу на читача / К.В. Бойчук // Наукові записки. – Вип. 11. – Острог, 2009. – С. 135-139.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: Просвещение, 1981. – 294 с.
3. Комиссаров В.Н. Практикум по переводу с английского языка на русский / В.Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 127 с.
4. Profile: Ukraine's President Petro Poroshenko [Електронний ресурс] // British Broadcasting Corporation: режим доступу: <http://www.bbc.com/news/world-europe-26822741>.
5. President Poroshenko's Speech And Its Implications [Електронний ресурс] // Forbes: режим доступу: <http://www.forbes.com/sites/melikkaylan/2014/06/08/president-poroshenkos-speech-and-its-implications/>.
6. Профайл: Президент України Петро Порошенко (BBC News) polls [Електронний ресурс] // HiWay: –Режим доступу: <http://h.ua/story/411556/>.