Шифр «не війна»

Ідеологія перекладу в контексті російсько— українського збройного конфлікту (ключові терміни у ЗМІ)

2020

ЗМІСТ

ВСТУП…….3

РОЗДІЛ 1. МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ІДЕОЛОГІЇ

1.1. Зміст поняття «ідеологія» …….. 7

1.2. Мовний аспект ……..…….9

1.3 Ідеологія в контексті теорії перекладу…….……13

РОЗДІЛ 2. МАНІПУЛЯЦІЯ СОЦІАЛЬНО ПОЛІТИЧНИМ ДИСКУРСОМ ТА ПЕРЕКЛАД

2.1. Особливості соціально-політичного дискурсу.....18

2.2. Маніпулятивний характер медіа-дискурсу…….... .20

2.3. Мовні прийоми маніпуляції в медіатекстах……....23

РОЗДІЛ 3. ПЕРЕКЛАД В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ……..27

ВИСНОВКИ……..37

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……39

ВСТУП

Переклад соціально-політичного дискурсу обумовлюється зовнішніми чинниками. Можна стверджувати, що гомогенність перекладу, так само, як і його виникнення та функціонування у «вакуумі» є неможливим за своєю суттю. Причиною виступає динамічна та відкрита природа дискурсу як такого. З огляду на взаємопов'язаність соціально-політичного дискурсу з рештою функціональних структур простежується помітний вплив в ідеологічному розрізі, що накладає певний відбиток на особливості функціонування вищезгаданого дискурсу.

Станом на сьогодні, дослідження перетинів політичного та мас-медійного дискурсу набирає все більшої популярності. Зокрема, варто звернути увагу на дослідження інтернет-ресурсів з ідеологічно забарвленим контентом. Особливий акцент припадає на інтердисциплінарну природу цього феномену, що функціонує на перетині політичних, соціальних, правових, філософських, моральних, релігійних, естетичних сфер суспільства. Ідеологія як рушійна сила спонукає ці сфери до трансформації, та не виступає за замовчуванням як однозначно негативне чи позитивне соціальне явище. Конотативні сенси, закладені в ідеологічних структурах можуть тлумачитися різними акторами соціально-політичного дискурсу у абсолютно протилежних напрямках.

З огляду на вищезазначені тенденції дослідження соціально-політичного дискурсу та теорія дискурсу як сфери знання, що потребує уваги з боку перекладознавців, знаходиться на перетині таких дисциплін як перекладознавство, семіотика, психолінгвістика та лінгвістика тексту. Таким чином досліджувані ідеологічні структури виявляють багатовимірність своєї сутності, адже функціонують у міждисциплінарному просторі.

Так як створення та поширення медіа-дискурсу відбувається у контексті актуальних подій, обумовлених фактором емоційної реакції та формуванням ставлення до проблеми, ця тема є також цікавою для дослідження не лише в галузі перекладознавства, а й соціолінгвістики та психолінгвістики. В умовах

інформаційної глобалізації сучасного суспільства постає важливе питання впливу мас-медіа на формування ідеологічних поглядів, спричинених різноманітно вмотивованими та репрезентованими ресурсами новин. Незважаючи на гетерогенну природу мас-медійних джерел, можемо стверджувати, що існує можливість для виокремлення двох основних тенденцій у процесі реалізації ідеологічного дискурсу через призму новин. Так, репрезентантами однієї з цих тенденцій є мас-медійні ресурси, що у висвітленні новин притримуються політичної лінії характеризованої провладним аспектом (тобто дотримуються версії подій, яку підтримує уряд країни).

На противагу цій групі, опозиційні мас-медійні видання, зазвичай, використовують діаметрально протилежну позицію у ідеологічному аспекті подачі новин. З огляду на такі тенденції можемо стверджувати про дихотомічний характер реалізації ідеологічного аспекту в мас-медійному дискурсі.

Численні терміни з мас-медіа кожного дня просочуються в інформаційне поле сучасних громадян. Завдяки широкому та швидкому доступу до новинних інтернет - ресурсів ідеологічні апарати здобувають широке поле для дій в інформаційному просторі. Це твердження є так само справедливим і для російсько-українського конфлікту на сході України, який є за своєю суттю гібридним, адже включає як і безпосередні бойові дії, так і інформаційну війну. Саме ця площина стає полем бою для різнорідних ідеологій.

Ідеологічні підходи як засоби впливу на широкі верстви населення реалізуються зокрема і в перекладі ідеологем як складових частин ідеологічного дискурсу. Неперервність боротьби ідеологій в інформаційному просторі лишається нагальною проблемою сьогодення, що і визначає **актуальність цього дослідження.**

З феноменологічного погляду актуалізацію порушеної теми зумовлює виникнення та функціонування структурних елементів ідеологічного дискурсу, а саме ідеологем. Феноменологічна складова ідеологеми полягає у можливості

її активної участі у формуванні категорій, обумовленні процесів сприйняття та оцінки інформації стосовно певного об’єкту, що має ідеологічне значення.

При цьому значущим атрибутом ідеологем є демонстрація специфічного погляду на певну реалію. Ідеологічна спрямованість мас-медійних текстів, перш за все, визначається за рахунок вжитку певних текстуальних маркерів або ж ідеологем. Оцінка явища, яке є предметом розгляду даної роботи передбачає порівняння ідеологічної навантаженості структурних термінів, використаних у мас-медійних джерелах, що виходять українською, російською та англійською мовами.

Також важливим аспектом є використання класифікації ідеологем за характером концептуалізації інформації, за вживанням та розумінням мовцями, за рівнем прагматичного компоненту та за актуальністю у сучасній ідеологічній картині світу. Саме цей підхід допомагає сконцентруватися на особливостях ідеології перекладу у площині мас-медійного дискурсу, якій висвітлює особливості російсько-українського збройного конфлікту.

Метою дослідження є виокремлення та простеження стратегій відтворення структурних елементів ідеологічного дискурсу (ідеологем), що функціонують у полі висвітлення російсько-українського збройного конфлікту у ЗМІ різних країн.

Об’єктом дослідження є ідеологічне забарвлення термінів, вжитих у перекладі новин, що висвітлюють російсько-український конфлікт у різноманітних мас-медійних джерелах.

Предмет дослідження – фунціонування ідеологем у розрізі мас-медійного дискурсу та методи їх передачі у перекладі.

Матеріалом дослідження слугує понятєвий корпус, заснований на прикладах статей українських, російських та англомовних ЗМІ, що висвітлювали та продовжують висвітлювати конфлікт.

Методи дослідження обумовлені його завданнями і включають в себе: метод порівняльного аналізу, на базі якого сформульовані спостереження щодо зібраного фактичного матеріалу; метод дескриптивного перекладацького аналізу для встановлення способів перекладу та умов їх застосування; метод контент-аналізу.

Практичне значення роботи полягає у використанні напрацювань роботи задля глибшого розуміння та звернення уваги на роль ідеології у перекладі, на розрізнення ідеологічних мовних маніпуляцій , а також для використання під час перекладу соціально-політичного мас-медійного дискурсу.

Робота складається з наступних **структурних елементів**: вступ, три основні розділи з підрозділами, список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ІДЕОЛОГІЇ

1.1. Зміст поняття «ідеологія»

У більшості людей асоціативний ряд слів, що виникає при використанні слова «ідеологія», пов'язаний з такими поняттями як «пропаганда», «нав’язування», глибоко вкорінене переконання – або ж з тим самим славнозвісним марксизмом [1]. Прослідковується чітке негативне спрямування асоціацій, викликаних поняттям ідеології у суспільстві, особливо у його політичній сфері.

Однак, термін «ідеологія» у своєму первинному значенні не несе негативної конотації. Як і багато подібних частовживаних термінів, поняття ідеології використовувалося у широкому спектрі тем, внаслідок чого пройшло через ряд трансформацій у трактуваннях. Перш за все, задля кращого розуміння будь-якого розглянутого поняття прийнято звертатися до першоджерела. Вважається, що першим популяризатором ідеології у науковому середовищі був французький філософ доби Просвітництва Антуан Дестют Де Трасі. У своїй видатній праці «Основи ідеології» [6] він розглядає це поняття у його буквальному значенні – в якості науки про ідеї, а тобто дисципліни, завданням якої мав бути системний аналіз ідей.

Оскільки всі наукові знання включали поєднання ідей, ідеологія могла б забезпечити основу для освіти, моралі та політики. Таким чином, виникнення цієї дисципліни було викликано певними темами Просвітництва, такими як акцент на прогресі та на здатності людини розуміти і контролювати світ шляхом систематичного наукового аналізу,виправляти і вдосконалювати різні знання,щоб зіставити їх один з одним, зв'язати їх основні принципи між собою і, нарешті,пізнавши їх загальну природу, об'єднати всі наявні людські знання.

Сприйняття цього поняття набуває змін з появою течії марксизму у суспільстві, коли у другій половині 19 століття погляди К. Маркса та Ф. Енгельса набирають популярності та широкого розповсюдження. З погляду марксизму ідеологія представлена в якості системи ілюзорних переконань – хибних ідей чи хибної свідомості — яку можна протиставити істинному чи науковому знанню. Тобто ідеологія таким чином є певним відображенням соціальної дійсності з погляду інтересів певних класів.

Найбільш відома спільна робота Маркса та Енгельса «Німецька ідеологія» [14] дає повноцінне розуміння марксистського світогляду та є однією з найвідоміших ідеологічних концепцій. Маркс критикує ідеологію з позицій життєвого реалізму: ідеалістична філософія перевертає реальний порядок речей. Тому вирішальним своїм завданням він убачає розвінчання цієї ситуації й повернення дійсного стану справ [12].

Варто наголосити, що задля розуміння повної картини ідеології та її ролі у суспільстві і розуміння мовного відображення цього феномену нам слід дивитися на це поняття з різних поглядів. Тобто наш погляд на ідеології не має бути упереджено негативним, бо ідеології використовуються людьми не тільки для зловживання владою чи для прояву домінування, а також, щоб забезпечити супротив — як показують приклади феміністичного руху (напр.»Gender in translation» S.Simon) чи пацифізму.

Деякі ідеології вкорінюються у суспільне сприйняття так глибоко, що процес їхнього аналізу вже перетинається з поглядами на соціальні стереотипи, настільки тісно вони пов`язуються з суб’єктивною реальністю, що стають його невід`ємною частиною. Однак, процес існування ідеології у суспільстві, як і будь-який інший суспільний процес, майже ніколи не буває сталим.

В історичному процесі застарілі ідеології видозмінюються або зникають зовсім, і тоді їм на зміну приходять нові ідеології.

Передумовами появи нової ідеології є:

• соціальний запит на нові ідеї;

• наявність активної освіченої аудиторії;

• наявність інституціональних платформ і працюючих мереж поширення ідей [3]

Існує значна кількість трактувань змісту самого поняття та похідних від нього ідеологічних течій, дослідження яких потребує окремого інтердисциплінарного розгляду. Широкий спектр політично та релігійно налаштованих ідеологій слугує значною базою для аналізу мовних прийомів та принципів у соціолінгвістиці. Однак, у цій роботі ми зосередимося більш детально на розгляді ідеологічної складової мови текстових мас-медіа, а саме на її зв'язку з теорією та практикою перекладу. Отже, ідеологія — це система політичних, соціальних, правових, філософських, моральних, релігійних, естетичних ідей та поглядів, яких притримуються партії, політичні течії, громадські рухи, наукові школи — та завдяки яким відображаються їх світогляд, ідеали та настанови. В ідеології відображаються та оцінюються ставлення людей до дійсності, що їх оточує, до зв'язків у соціумі, до проблем суспільства, позиції соціальних груп та прошарків, а також завдання для соціально-економічного розвитку [23].

1.2. Мовний аспект

Фундаментальна концепція мови в ідеології полягає у відображенні культурного світогляду мовця, оскільки ідеї не можуть існувати у відриві від мови [32]. Суттєвий, неодмінно необхідний інструмент існування будь-якої ідеології – це її мова, завдяки якій ідеологія може трансформуватися зі сформованих індивідуальних поглядів та переконань у широко розповсюджену та визначену систему. Мовні засоби допомагають реалізації призначення ідеології, тому що без комунікації ідей ідеологічні кола не можуть розширюватися, ба більше — просто створюватися. Таким чином, досліджуючи мову, можна краще зрозуміти динаміку ідеології у міжкультурній комунікації.

Ідеології — це сукупності ідей, що беруть участь в упорядкуванні досвіду, осмисленні світу. Цей порядок і сенс в кожного окремого індивіда є неповним та окремим. Системи ідей, що складають ідеології, виражаються через мову. Мова постачає моделі та категорії думок, і частково людське сприйняття та переживання світу відбувається через мову [42]. Мова століттями успішно слугує як інструмент політичної ідеології, завдяки якому ідеологічність політичного дискурсу та його переклад (адекватний переклад, що важливо) стають глобальними.

Мовні ідеології – концептуальні уявлення про мови, їх носіїв, а також про дискурсивні практики, що ними застосовуються. Як і будь-яка ідеологія, мовна ідеологія має відбиток етичних та політичних інтересів, сформованих у соціокультурному контексті. Саме тому дослідження мовної ідеології стосується вивчення мови, культури та політики як одного комплексу з метою визначення ролі, що приписується мові її носіями у розрізі їх соціокультурних уявлень. Мовні ідеології різноманітні за своєю природою, тому що вони визначаються всередині окремих лінгвокультурних дискурсивних практик. Звідси випливає, що мовна ідеологія не може бути статичною, бо соціокультурні параметри, що її обумовлюють, завжди знаходяться у процесі динамічного розвитку[4].

Розглядаючи ідеологію в контексті лінгвістики не можна не торкнутися її важливого компоненту, найменшої ідеологічної смислової одиниці – *ідеологеми*. За останні декілька років поняття «ідеологема» широко використовується в соціологічних, мовознавчих та інших гуманітарних дослідженнях. На думку М. Бахтіна, який першим вжив це поняття у своїй роботі «Слово в романе»: «Мовець у романі — завжди тією чи іншою мірою є ідеологом, а його слова завжди ідеологема».(у всіх випадках, де не зазначено інакше переклад мій - автор).

Як пише Є. Нахімова, ідеологема – це не скільки лексична одиниця, скільки ментальна концепція, що формує концептуальні схеми. «Ідеологема –

це ментальна одиниця, яка включає в себе ідеологічний компонент і яка, як правило, репрезентується словом чи стійким словосполученням та розглядається як феномен, що формує категорії, обумовлює процеси сприйняття та оцінки інформації стосовно певного ідеологічно значущого об'єкту. Зміст та емоційне забарвлення ідеологем можуть по-різному сприйматися адресатами, оскільки ідеологеми демонструють специфічний погляд на відповідну реалію» [18].

Розглядаючи поняття глибше можна прослідкувати дві основні тенденції використання ідеологем. У концепції А.Чудінова ідеологеми поділяються за певним принципом — слова (або словосполучення), значення яких «неоднаково сприймається прихильниками різних політичних сторін», (особливо часто ці розбіжності у значеннях пов'язані з «емоційним забарвленням слова, на яке переноситься оцінка відповідного явища»), та найменування, що «використовуються тільки прихильниками певних політичних сторін», тоді як їх політичні супротивники для характеристики тих самих реалій надають перевагу інакшим позначенням [31]. Отже, конотація у використанні певних ідеологем змінюється залежно від ідеологічного спрямування мовця.

Існує декілька класифікацій ідеологем, дві з яких ми розглянемо більш детально. Ідеологеми класифікують за різними принципами, за тими, які є найбільш релевантними з погляду науковця, що створює певну класифікацію. У класифікації А.Карамової [11] у широких категоріях ідеологеми поділяються на повні, неповні та контекстуальні, останні з яких у свою чергу поділяються на дві підкатегорії :

1) Моноідеологічні ідеологеми — слова та фразеологізми, в які закладається ідеологічний зміст, що має значення для певної ідеології. (до соціалістичних моноідеологем, наприклад, належать слова «революція», «капітал»)

2) Поліідеологістичні ідеологеми — слова та фразеологізми, в які закладається ідеологічний зміст, що має значення для декількох ідеологій. Наприклад, слово «демократія», що має позитивну конотацію, і завдяки цьому часто використовується різними партіями, що трактують його по-різному. Таким чином для представників різних ідеологій «правильною» є тільки та демократія, якою оперує ця партія, а демократія іншої партії вважається помилково трактованою.

Дещо ширшу класифікацію пропонує Є.Малишева [13] :

- за характером концептуалізації інформації: ідеологеми-поняття (нація, прапор), ідеологеми-фрейми (Олімпійські ігри, спорт), ідеологеми - гештальти (свобода, рівність), ідеологеми-архетипи (Ленін, Сталін, Путін)

- за вживанням та розумінням мовцями: загальновживані ідеологеми з відмінностями у розумінні (люди, свобода); загальновживані ідеологеми, що розуміються однаково (спорт, гімн) ; ідеологеми з обмеженим вжитком .

- з урахуванням прагматичного компоненту : ідеологеми з позитивним аксіологічним модусом (батьківщина) ; ідеологеми з негативним аксіологічним модусом (терор, фашизм) ; ідеологеми з мішаним аксіологічним модусом (президент, патріотизм);

- за актуальністю/неактуальністю ідеологеми у сучасній ідеологічній картині світу : ідеологеми-історизми (КПРС, радянський народ); новоідеологеми або сучасні ідеологеми (толерантність, фінансова криза); реактуалізовані ідеологеми (губернатор) ; універсальні ідеологеми (прапор, гімн, патріотизм). Цікавою особливістю ідеологем є їхня варіативність у використанні, подвійність та гнучкість певних прикладів, що робить їх багатим ресурсом для використання у мас-медіа. Більшість ідеологем несе в собі етномовну лінгвокультурну специфіку, завдяки яким у процесі перекладу вони за складністю близькі до перекладу реалій, з якими вони мають схожість та, на

думку деяких науковців, ототожнюються, бо обидва ці поняття є не тільки мовними одиницями, а і фактами об’єктивної реальності.

1.3. Ідеологія в контексті теорії перекладу

Погляд на поняття ідеології у перекладознавстві дещо відрізняється від більш поширених у науковому середовищі концепцій ідеології в філософії чи соціології. За допомогою перекладу обмін ідеями може відбуватися не лише у межах певної спільноти, а й між різноманітними культурами, доповнюючи їх або надаючи їм можливість дізнатися більше про протилежні позиції та погляди. Іноді це явище містить в собі не лише позитивний аспект для перекладу.

Переклад – це важливий соціальний чинник, що несе на собі прикмети місця, часу, умов свого створення і впливає на ці місце, час і умови; іншими словами переклад – це соціальний акт [9].

Звичайно, технології сьогодення пропонують все більш досконалі та ефективні механізми передачі як історичних, так і поточних подій, поширення ідеологічних програм, цензури та маніпулювання ідеями в перекладі. Ідеологія як явище, що має вплив на мову і переклад, пов’язана з індивідуальною та суспільною свідомістю. «Будучи тісно пов'язаною зі сприйняттям, знаннями та віруваннями, ідеологія визначає, що люди вважають естетичною або фактичною істиною в певному місці і в певний час» [36].

Як пишуть Б. Хатім та І. Мейсон у своїй роботі «The translator as communicator» [41], ідеологія охоплює «непрямі припущення, вірування та системи цінностей, які поділяють між собою соціальні групи. Хатім та Мейсон розрізняють :

1) "ідеологію перекладу", тобто основну орієнтацію, яку обирає перекладач, що діє в соціальному та культурному контексті (вибір, наприклад, між доместикацією та форенізацією у перекладі)

2) "переклад ідеології" (ступінь медіації, яку надає перекладач працюючи над специфічними текстами (sensitive texts); "медіація" визначається як "рівень того, наскільки перекладач втручається в процес передачі інформації, підживлюючи текст власними знаннями та переконаннями під час обробки тексту"

Суть ідеологічного втручання у випадку перекладу полягає в тому, що вибір, здійснений під час процесу перекладу (не лише перекладачем, але всіма залученими, включаючи тих, хто приймає рішення стосовно вибору текстів для перекладу), потенційно визначається ідеологічно обґрунтованими стратегіями,обраними тими, хто має владу. Їх можна відслідкувати, проаналізувавши різні добірки цільового тексту, що впливають на цільового читача; читач, у свою чергу, зазвичай сприймає текст так, ніби це пряме відображення оригіналу, в основному не замислюючись (або добровільно відкидаючи думку), що це перекладений текст [44].

Перекладач може добровільно приймати ту чи іншу ідеологію,та привносити її у переклад,або цю ідеологію йому нав’язує замовник. Ідеологічні міркування часом визначають основну стратегію перекладача. Це відбивається на адаптації перекладу до певних ідейно-поняттєвих та ідеологічних установок. Зокрема у певних випадках ідеологія грає ключову роль під час вибору текстів для перекладу. До прикладу, у радянські часи перекладали письменників-комуністів, незалежно від якості тексту, однак не перекладали видатних авторів, які не поділяли точку зору комуністів, або ж були просто «незрозумілими» для ідеологів тогочасного суспільства, які, по суті, охороняли монополію на розуміння. У цей час основною ідеологічною установкою слугували критерії «партійності», відштовхуючись від оцінок «добре» для партії – «погано» для партії. Цим принципом користувалися як при виборі текстів для перекладу, так і безпосередньо у процесі перекладу, вносячи ідеологічні правки у тексти. Подібна ідеологічна позиція характерна не лише для радянського періоду, вона проявляється у різних обставинах та з різних причин [25] .

Як заначає С. Шефнер [46], ідеологічні аспекти можуть бути більш або менш помітними у тексті залежно від його теми, жанру та комунікативних цілей. Крім того, перекладач рідко усвідомлює ідеологічні фактори, що впливають на процес інтепретації оригінального тексту при перекладі. Саме тому перспективним видається дослідження впливу повсякденної ідеології автора оригіналу, перекладача та реципієнта перекладу на процес перекладу.

Перекладач, хоча і має певну свободу у своїй роботі, приймаючи рішення стосовно інтерпретації та відтворення одиниць дискурсу самостійно, все ж знаходиться під постійним впливом зовнішніх чинників, бо є нерозривно пов'язаним з тією об'єктивною реальністю, у якій його робота виконується. Яким би теоретично та науково підкріпленим не був концепт перекладу, у будь-якому разі, якщо переклад виконується не автоматизовано, він все одно залежить від суб'єктивної ролі перекладача в ході процесу перекладу.

Методом ідеологічної регуляції матеріалу в державі є цензура, орієнтуючись на яку професіонали, що мають справу з контентом – автори, редактори, перекладачі та інші – створюють роботи, які мають можливість існувати у певному культурному контексті. Історично склалося, що поняття ідеології та цензури нерозривно пов'язані один з одним та з процесом перекладу і будь-який текст читається у контексті певної культури чи ідеології.

Цензура регулює презентацію інформації та може визначати наперед чи дозволяти поширювати якесь культурне явище – літературу, кіно чи новини, і якщо дозволяти, то яким саме чином.

Таким чином, вплив панівної політичної (державної) ідеології на переклад може проявлятися як:

- обмеження або заборона перекладу національною мовою, що не є державною;
- обмеження перекладу творів, що віддзеркалюють іншу ідеологію;
- ідеологічно спричинене перекручення тексту при перекладі [26]

Разом із типовою зовнішньою нав’язаною цензурою існує також цензура внутрішня — самоцензура, що використовується самим автором чи перекладачем за власним розсудом. Даючи визначення поняттю «самоцензура» Х.Сантаемілія [45] зазначає, що самоцензура - це «індивідуальна етична боротьба між собою та контекстом». За будь-яких історичних обставин перекладачі прагнуть цензурувати себе – добровільно чи інстинктивно – для того, щоб створити "прийнятні" як з соціальної, так і з особистої точки зору зміни у перекладі. Перекладацька самоцензура є суттєвою складовою будь-якого акту перекладу. Перекладач завжди пропускає текст крізь свого внутрішнього цензора, зважуючи кожне формулювання, проводячи перевірку відповідно з цілим рядом факторів, від морально-естетичних норм самого перекладача, до системи цінностей пануючої політичної ідеології.

Самоцензор часто починає використовувати всі можливі форми видалення, викривлення, пониження рівня,зміни конотації, відповідності тощо. Більше того, рішення самоцензора буде результатом несвідомої та повної ідентифікації з поглядами офіційного цензора на те, що може вважатись негативним, шкідливим, провокуючим або незручним для конкретної аудиторії. Таким чином, самоцензура може проявлятися як відповідь на зовнішній цензурний тиск: перекладач сам виконує функції цензора, щоб уникнути зовнішнього втручання або забезпечити власну безпеку. Самоцензура такого роду асоціюється, передусім, з тоталітаризмом. У перекладі самоцензура проявляється як результат конфлікту між особистісними уявленнями перекладача про те, що і як можна висловлювати, і відповідними нормами, реалізованими в тексті оригіналу. Така самоцензура може спричиняти перекручення окремих рис оригіналу, вилучення окремих фрагментів, тощо [26].

Так як суттєвим інструментом ідеології є мова, під час створення або в процесі перекладу певного дискурсу часто відбуваються трансформації, вмотивовані формулюванням підтримки або заперечення певної ідеї або системи ідей.

Цікавим є те, що самоцензура застосовується як у періоди заворушень (політичних, ідеологічних чи релігійних), так і в періоди, коли, очевидно, поважається професійна автономія перекладачів. Сьогодні різні медіагрупи, політичні партії, релігійні установи та велика кількість інших груп тиску підтримують певні форми самоцензури, наприклад наявність різноманітної явної політичної агітації або заляканого очищення роботи від вживання певних термінів чи імен.

Якими б незначними були б різновиди самоцензури, і наскільки непоміченими вони б лишалися, маніпулятивні механізми, що проектуються на вихідний текст, дещо змінюючи їх сенс або зміст та відволікаючи від ідеологічного меседжу, є цікавими для більш поглибленого дослідження [45].

Все це дозволяє нам дійти висновку, що ідеологічний аспект перекладу яскравіше за все можна прослідкувати у наявності змін у тексті на користь або з причин супротиву певної ідеології. Особливо істотними ці зміни стають при наявності чинника цензури у роботі перекладача.

Існує думка, що явище перекладу саме по собі є певною формою ідеології, яку поділяють між собою певні групи. Прикладом слугує твердження Дугласа Робінсона : «Перекладачі поділяють знання стосовно певних речей : як визначати адекватність і точність перекладу відповідно до оригіналу, як визначати відповідність з контекстом, як оформлювати переклади, як оцінювати їх, де консультуватися стосовно термінології, як проводитися професійно і так далі. Перекладачам відомі ці речі і вони дозволяють своїм знанням керувати їхньою поведінкою. І ці знання є саме ідеологічними. Отже, перекладачі виконують переклади відповідно до ідеологічного оточення, у якому вони вчаться виконувати свої завдання» [38].

РОЗДІЛ 2

МАНІПУЛЯЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИМ ДИСКУРСОМ ТА ПЕРЕКЛАД

2.1. Особливості соціально-політичного дискурсу

Дискурс – це складний соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного середовища, який, по-перше, обумовлюється (прямо чи опосередковано) його соціокультурними, політичними, прагматично-ситуативними, психологічними та іншими (конституючими чи фоновими) чинниками, по-друге, має "видиму" – лінгвістичну (зв'язний текст чи його семантично значущий та синтаксично завершений фрагмент) та "невидиму" – екстралінгвістичну (знання про світ, думки, настанови, мету адресанта, необхідні для розуміння цього тексту) структуру і, по-третє, характеризується спільністю світу, який упродовж розгортання дискурсу "будується" його репродуцентом (автором) та інтерпретується реципієнтом (слухачем, читачем тощо) [27].

Політичний дискурс є феноменом, який можна розглядати як мінімум в трьох аспектах: 1) філологічному, як і будь-який інший текст, при цьому дослідник зважає на «фон» – політичні та ідеологічні концепції, що панують в світі інтерпретатора ; 2) соціопсихолінгвістичному – під час оцінювання досягнення прихованих чи чітко виражених цілей мовця, які є безумовно політичними; 3) індивідуально-герменевтичному – під час виявлення особистісних смислів автора та/чи інтерпретатора дискурсу в певних умовах.

Окрім того, з культурологічного погляду, політичний дискурс виявляється найважливішим соціальним ідентифікатором та ретранслятором суспільних цінностей [24].

Ідеологія найчастіше визначається політичним курсом і залучена до кожного аспекту людського спілкування, а переклад, як один із способів

міжмовної та міжкультурної комунікації, також піддається ідеологічній маніпуляції.

Саме це дозволяє стверджувати, що аналіз процесів та результатів перекладу політичного дискурсу все частіше стає популярною темою досліджень у галузі перекладознавства. Переклад політичного дискурсу нерозривно пов'язаний з поняттям ідеології, навіть якщо певний дискурс не має на меті пряме нав'язування та пропагування офіційної ідеології.

Класифікація в одному з трактувань перекладацьких досліджень пов’язаних з політичним дискурсом визначає декілька різних напрямків дослідження, приклади яких будуть наведені далі :

1. Професійні ролі перекладачів та політика перекладу : Palmer (2007), Dragovic-Drouet’s (2007), Gagnon (2006)

2. Перекладачі в ролі посередників в ситуаціях політичного конфлікту: Tang (2007), Calzada Pérez (2007);

3. Професійні обов'язки перекладачів та їх стратегії: Maier (2007), Schäffner (1998), Hernández Guerrero (2010);

4. Аспекти власного історичного, соціального та культурного бекграунду перекладачів: Kuhiwczak (2007), Nikolaou (2007);

5. Маніпуляція при перекладі літературних текстів та інших різновидів тексту: Foster (2007), Williams (2007), Chadwick (2007), Baker (2006);

6. Усвідомлення критичного дискурсу в перекладі: Valdeón (2007), Chan (2007), Schäffner (2004) [34].

Політичні тексти в рамках даної роботи розуміються як інституціоналізовані засоби комунікації, за допомогою яких реалізується здобуття політичної влади, її збереження, і завдяки якому ця сама влада і пов'язана з нею ідеологія можуть закріплюватися у суспільному сприйнятті. Переклад у білінгвальному та мультилінгвальному контексті відіграє

вирішальну роль у збереженні певної політичної влади та пов'язаної з нею ідеології.

Основна відмінність дискурсу від тексту полягає у властивих першому ідеях розвитку та зумовленості екстралінгвістичними чинниками, а відмінність між дискурсом і мовленням – у чітко вираженій соціальній орієнтації першого й індивідуальному характері другого. Дискурс – це своєрідне "віддзеркалення" тексту в свідомості конкретного індивіда у конкретній ситуації в конкретний момент. На відміну від тексту, він є носієм не тільки інформації, а й усього, що її спричинило: чинників, що породжують нову інформацію і нові тексти [27].

У широкому значенні політична комунікація – це комунікація, присвячена політичним аспектам, проблемам, або в якій політичні суб'єкти виступають в якості авторів політичного тексту. А.Чудінов виділяє чотири види політичної комунікації:тексти, орієнтовані на індивідуального адресата;тексти, орієнтовані на групового адресата; тексти, орієнтовані на масового адресата; тексти зі зміщеним адресатом (наприклад відкритий лист).

2.2. Маніпулятивний характер медіа-дискурсу

Одним з підвидів політичної комунікації А.Чудінов називає медійну політичну комунікацію, інформативний жанр, що спрямовує своє повідомлення не на політичних суб'єктів, а на адресатів, що не належать до інституціональних політичних суб'єктів [31]. Головною установкою політичного медійного дискурсу є ефективний вплив на адресата за допомогою використання широкого спектру стратегій та маніпуляцій, пов'язаних з використаною лексикою та структурою побудови формулювань.

Медіакультура як сукупність інформаційно-комунікаційних засобів надає широкі можливості для швидкого розповсюдження нової інформації у світі. Особливо істотним це стає зараз, у період дигіталізації соціально-політичного дискурсу, коли доступ до інформаційних онлайн-джерел не є обмеженим у часі

чи просторі, коли широкий список альтернативних ресурсів дозволяє користувачам порівнювати як саму інформацію, так і спосіб викладення матеріалу. З поглядузабезпечення доступу до інформації та формування обізнаності і критичного мислення сучасні мас-медіа, безперечно, створюють враження вкрай корисного явища.

Не виникає жодних сумнівів, що часто медіа можуть викликати і негативні соціальні тенденції, зокрема маніпуляції суспільною свідомістю аудиторії з метою нав'язування яких-небудь ідей, думок або введення в оману, схильність до крайнього негативізму або до зайвого оптимізму і прикрашання подій, масовізацію культури та зниження планки духовних потреб і створення помилкових ідеалів і героїв [30].

Як безпосередній учасник політичного процесу, ЗМІ представляють собою найвпливовіший суб'єкт політики, що формує громадську думку та впливає на суспільну поведінку. На відміну від законодавчої, виконавчої та судової гілок влади ЗМІ, не маючи таких повноважень і владних засобів, як у перших трьох, здатні впливати на політичні процеси навіть більшою мірою, бо, виступаючи від імені суспільства, виконують суспільний контроль, а також проголошують і захищають інтереси народу [5].

Публікації ресурсів, що користуються популярністю та мають репутацію надійних, як правило, часто мають також перекладні версії різними мовами (наприклад BBC). Завдяки широкому доступу до інтернет-ресурсів з новинами, виникає значна потреба в адекватному та якісному перекладі статей та інтерв’ю з соціально-політичним контекстом.

З точки зору перекладознавчого дослідження інтерес становлять ідеологічно спрямовані мовні маніпуляції, використані задля досягнення бажаного ефекту та формування певної думки чи схильності у читача. У мас-медіа подібні маніпуляції слугують важливим інструментом впливу на масову свідомість. Дослідженнями маніпуляцій в мові займаються науковці різних сфер, зокрема існує значна кількість подібних досліджень у галузі

журналістики, культурології та лінгвістиці, а також цінними подібні дослідження виступають у теорії та практиці перекладу. Прикладом слугує робота А.Кам`янець, в якій досліджуються імпліцитні смисли, що слугують засобами маніпуляції, та механізми створення цих смислів а також проводиться аналіз того, наскільки проблематично відтворити ці смисли в українському перекладі [10].

Щоб краще зрозуміти явище маніпуляції в тексті та її вплив на процес та продукт перекладу варто задатися декількома питаннями. Спершу необхідно дати визначення самому поняттю, для цього далі буде наведено два визначення — загальне визначення поняття та визначення маніпуляції крізь призму лінгвістики. Термін “маніпуляція”, чи “маніпулювання”, походить від латинського слова manipulare. Його первинне значення вельми позитивне: “управляти”,“управляти зі знанням справи”, “надавати допомогу” тощо. У сучасній літературі частіше вживається термін “маніпулювання” на позначення майстерності управляти поведінкою за допомогою цілеспрямованого впливу на суспільну психологію, свідомість та інстинкти людини [21].

Маніпуляцію в дискурсі здебільшого розуміють як "комунікативну та інтерактивну практику, в якій маніпулятор контролює інших людей, здебільшого проти їхньої волі чи найкращих інтересів; маніпулятори змушують інших вірити в те, що відповідає інтересам маніпулятора і суперечить найкращим інтересам об'єкта маніпуляції» [40]. Мовною маніпуляцією вважають використання особливостей мови та принципів її вживання з метою прихованого впливу на адресата в потрібному для мовця напрямі. Коли приховані можливості мови мовець використовує для того, щоб нав' язати реципієнту певне уявлення про дійсність, ставлення до неї, емоційну реакцію чи намір, що не збігаються з тими, які адресат міг би сформувати самостійно, відбувається мовна маніпуляція. Відповідно до цього визначення маніпуляція в медійному дискурсі – який очевидно перетинається з політичним - полягає в нав'язуванні адресату таких трактувань подій чи ситуацій, які вигідні маніпулятору [10].

Маніпулятивні можливості мови широко застосовуються у ЗМІ: мова вміє гримувати свої функції, вміє видати одне за інше,вміє викликати довіру, впливати, вводити в оману. Проблема лінгвістичної інтерпретації політичної події (або, в цілому, політичного процесу) стає особливо актуальною в наші дні. Отже, мовне маніпулювання - це використання особливостей мови і принципів її вживання з метою прихованого впливу на адресата в потрібному для мовця напрямку [5].

2.3. Мовні прийоми маніпуляції в медіатекстах

Із прагматичних позицій мова сприймається як система орієнтирів, потрібна людині для діяльності в навколишньому предметному та соціальному світі. Мова ЗМІ тісно пов'язана з таким цільовим наміром: використовуючи канали комунікативного зв'язку, не тільки донести інформацію до максимально широкої аудиторії, але й здійснити емоційний, психічний, ідеологічний вплив на потенційного адресата з тим, щоб залучити його на свій бік [19].

У засобах масової інформації для означення вказаних та подібних їм подій вживається низка понять, які є синонімами, і саме як синоніми, на рівні нюансів вони демонструють смислові розбіжності. .За допомогою одних понять автори намагаються описати зовнішні прояви проблеми, за допомогою інших – схопити саму сутність. При цьому не важко переконатися, що залежно від того, які саме поняття вони використовують, вибудовується і подальша система аргументацій, визначаються цілі, у тому числі маніпулятивного характеру [7].

Все це створює виклики для перекладача, що виступає медіатором у комунікативній ситуації між представниками різних (частіше імпліцитних) ідеологій у ЗМІ. Через глобалізацію у світі та поширення різноманітно ідеологічно спрямованих новин тема теорії та практики перекладу новин звертає на себе все більшу увагу перекладознавців (напр. Bielsa and Bassnett, 2009).

Для мас медійного тексту характерні певні лінгво-стилістичні особливості: з одного боку, у тексті такого типу наявна значна кількість стандартизованих засобів (стійких зворотів, клішованих виразів, журналістських штампів та стандартних термінів), з іншого – характерною рисою є експресивність мови, привернення уваги читача, вираження ставлення до інформації, оціночні акценти (наявність епітетів, прямого звернення до читача і т.д.) [16].

Масмедійні тексти вирізняються широким використанням фразеологізмів, ідіоматичної лексики, а також каламбурів; ці тексти насичені різноманітними реаліями, алюзіями, цитатами та прислів'ями, разом з широким арсеналом таких стилістичних засобів, як епітети, розгорнуті метафори, метонімія, літоти, гіперболи, евфемізми, а також прийомів виразності — повторів, паралелізму, градації, риторичних вигуків, що посилюють експресивність тексту [20].

Навіть незначні зміни у тексті можуть спричинити велику різницю в сприйнятті певної статті серед тих, на кого вона спрямована. Важливу роль також відіграють яскраві образи, що малюють певну картину у свідомості читача, певну ілюстрацію висловлених думок – це можуть бути символи, персонажі або алюзії, однак щоб стати ефективними і виконати свою комунікативну роль ці образи мають бути достатньо легкими для розуміння масами, або ж достатньо вкоріненими у відповідний культурний фон читацької аудиторії [33].

А.Мікоян у своїй роботі «Проблемы перевода текстов СМИ» [16] наголошує, що різні жанри текстів ЗМІ характеризуються різним співвідношенням та втіленням інструментів впливу і що професійний перекладач повинен не просто усвідомлювати це співвідношення у кожному тексті, над яким працює, але й вміти адекватно передати це співвідношення на перекладі. Автор визначає декілька особливостей, наявних у текстах ЗМІ, завдяки яким досягається бажаний ефект на сприйняття читача :

- Високий ступінь стандартизації мовних засобів (значна кількість журналістських штампів, стандартних термінів, характерних для новин та використаних задля створення враження об'єктивності та неупередженості автора)
- Експресивність мови як засіб привернення уваги читача, висловлення ставлення до інформації, оціночні акценти, епітети
- Насиченість реаліями (суспільного, політичного, культурного життя), алюзіями та цитатами
- Використання розмовної, сленгової або ненормативної лексики (часто використовується заради висловлення певного ставлення, заради створення іронічного ефекту, або привернення уваги)
- Широке використання образної фразеології та ідіоматичної лексики, гри слів, каламбурів
- Широке використання стилістичних засобів, фігур – наприклад, гіперболи, літоти, порівнянь, метафор, метонімії та ін.

Особлива риса письмових текстів ЗМІ (та особлива перекладацька проблема) – газетні та журнальні заголовки, побудовані на грі слів, каламбурах, цитатах та алюзіях. Декілька прикладів з українських, російських та англомовних ресурсів новин, що стосуються висвітлення російсько-українського збройного конфлікту:

Радіо Свобода [53]: «*Співайте своє!» Як насправді звучав Донбас (тут можна послухати)»; «Примусово «не українці». Кремль роздає в ОРДЛО паспорти уже й сиротам»;* «*Кожен має право на рабство. В окупованому Севастополі кажуть, що очікували іншого»; «Над Україною нависла темна хмара»: ставлення адміністрації Трампа до Зеленського межує з презирством – світова преса. (2020)*

Лента.Ру [55] : *«Все корчат из себя украинцев» - Половина жителей Украины говорит на русском*; *Разбирают по кускам - Страны бывшего СССР предъявляют права на российские территории. На каком основании; На*

Украине заявили о разделении детей на три сорта. Жителей Крыма принуждают говорить на украинском языке .(2020)

Fox News [58] : *Putin engineers leadership shakeup that could keep him in power longer; Ukraine, pro-Russian separatists swap prisoners in step to end 5-year war; Putin, Zelensky, in first sitdown, agree to exchange all prisoners, revive peace process. (2020); Hannity: Trump, Zelensky confirm there was no quid pro quo.*

Заголовок як перший елемент тексту дає читачам загальне уявлення про зміст повідомлення, а також включає в себе основну думку автора. Як частина тексту, заголовок є надзвичайно важливим структурним елементом та сильним інструментом ідеологічного впливу на аудиторію [22].

Є. Земская [8] зазначає, що цитати (і квазіцитати) використовуються, як правило, у заголовках через сильну позицію, тому що таким чином вони привертають увагу читача, ставлять перед ним ряд запитань: хто автор, як цитата пов'язана зі змістом статті (приклади заголовків з цитатами можна побачити вище) .

Без сумніву, заголовки, як і більшість інших експресивних елементів, наведених вище, не можна перекладати буквально. В перекладі мас-медійного дискурсу до поширених перекладацьких стратегій, уникнення яких часом просто неможливе, належать доповнення (addition) та опущення (omission) (Tymoczko, 1994; Venuti, 1998). Структурні та лексичні труднощі, з якими стикається перекладач в процесі передачі тексту, зокрема, ідеологічно спрямованого, змушують перекладача опустити культурно небажану частину з оригінального тексту або додати іншу частину до нього.

Разом з доповненнями та опущеннями використовуються інші методи, уникнення яких неможливе через лексичний або структурний аспект, до таких методів належать заміна (Baker, 1992;) розширення (Newmark, 1998) та скорочення (Bassnett, 2002) .

Також до класичних прикладів мовних маніпулятивних тактик належить: підкреслення власної влади й моральної вищості, дискредитація опонентів, надання подробиць "фактів", поляризація між Нами і Ними, негативне представлення Іншого, ідеологізація, емоційні заклики [10].

Однак “інформація, яка передається між культурами через інформаційні агенції не лише перекладає міжмовний зміст тексту, вона розширена, відредагована, синтезована та трансформована під нову читацьку аудиторію [37].

РОЗДІЛ 3

ПЕРЕКЛАД В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Останнім часом дедалі частіше йдеться про невоєнні методи агресії, серед яких насамперед виділяють інформаційні війни та інформаційний тероризм. Україна, як і більшість постсоціалістичних країн, є пасивним заручником сучасного глобалізаційного інформаційного процесу. Так і не створивши власну ідеологічну доктрину національної інтеграції, Україна все ще знаходиться у стані пошуку моделі подолання існуючого інформаційного глобалізаційного тиску. Взаємодія з іншими країнами, особливо країнами «золотого мільярда» при вирішенні проблем екології, загрози воєнної небезпеки, комунікацій, фінансування призводить до послаблення не лише національної ідентичності, але й національно-державного суверенітету держави [29].

Осмислюючи та описуючи події останніх п’яти років в Україні, у першу чергу – агресію Російської Федерації, важливо ретельно підбирати слова. Українське інформаційне поле загалом, а також українські медіа, перенасичені різними поняттями, думками та оцінками, часом, діаметрально протилежними. Дискусії щодо тих чи інших термінів тривають ще до сьогодні. Це ускладнює розуміння ситуації як в середині країни, так і за її межами. А також створює благодатний ґрунт для ворожих інформаційних впливів [17].

Обмін інформацією відбувається у швидкому, часом хаотичному темпі, що створює поле для різного роду фальсифікацій та маніпуляцій у новинах різноманітних засобів масової інформації. Роль перекладача у такий період стає певним чином суперечливою, так як йому часто доводиться працювати з текстами, ідеологічне забарвлення яких не співпадає з його власними поглядами. Нелегка задача перекладача новин під час інформаційної війни полягає в підтримці офіційної позиції своєї країни, та, при цьому, залишаючись об'єктивним та передавати інформацію як можна ближче до оригінального ресурсу [49].

Актуальні події в Україні, що послугували контекстом для наведених прикладів ідеології в мас-медіа, не потребують опису, пояснення чи хронологічного викладу, тому що останні декілька років ми є безпосередніми свідками конфлікту навколо нас. Проведення порівняльного перекладознавчого аналізу статей з різних ресурсів новин не завжди є можливим, особливо у випадку яскраво вираженого ідеологічного контенту, який радше створюється ідеологічно налаштованими авторами та редакторами, а не прямо перекладається з посиланням на оригінальний ресурс.

Процес вибору онлайн-ресурсів медіатекстів для аналізу відбувався за допомогою рейтингових списків найбільш відвідуваних сайтів з новинами в Україні [51], Росії [50] та в англомовних країнах [52]. Обрані україномовні ресурси – **Радіо Свобода** та інформаційне агентство **Уніан**, російськомовні – **Лента.Ру** та **RT (Russia today**), англомовні – **BBC World** та **Fox News**, також становить інтерес наявність англомовних версій сайтів Уніан та RT. Було розглянуто більше 800 статей за допомогою пошуку за ключовими словами. Через значну кількість матеріалів та охоплених питань у контексті конфлікту з 2014 і до сьогодні, для цієї роботи було вирішено зупинитися лише на деяких ідеологемах та ситуаціях, представлених у ЗМІ і таким чином розпочати дослідження, що має потенціал продовжитися у більшому форматі.

Ситуацію в Україні часто висвітлюють в іноземних ЗМІ у різних тональностях, особливо у російських ресурсах (під час пошуку за тегом «Україна» у російськомовних ЗМІ знаходиться найбільша кількість результатів порівняно з американськими чи британськими ресурсами). Взявши до уваги два приклади англомовних ЗМІ, можна було прослідкувати дві основні тенденції – BBC World має схильність висвітлювати події, пов'язані з українсько-російським конфліктом, у відстороненій, нейтральній манері, часто використовуючи політкоректний та неоціночний підхід (який теж можна вважати певною формою ідеології – ідеології невтручання); з іншого боку Fox News – американський інформаційний канал, що також випускає матеріали на тему світової політики, має схильність до більш суб'єктивного висловлення своєї позиції, часто використовуються оціночні судження та яскравіші мовні засоби.

Наведемо декілька прикладів того, як через ідеологію контент новин з різних поглядів може трансформуватися у бік оповідачів. Спочатку буде наведено український варіант новин, потім ідеологічно протилежний російський та різноманітно налаштовані англомовні. Розглянемо ідеологему «анексія» у контексті анексії Криму у 2014-му році та висвітлення цієї події в онлайн-ресурсах :

Радіо Свобода [53]

«Референдум» у Криму розпочався [59]

О 8:00 за київським часом на території кримського регіону України розпочався **так званий** «референдум»… Олександр Турчинов звернувся до громадян України, що проживають в Автономній республіці Крим, із закликом не брати участь референдумі, який, як він наголошує, проводитиметься «маріонетковою псевдовладою Криму під контролем російських військових».

Кримські татари у своєму зверненні заявили про рішуче засудження акту агресії з боку Російської Федерації і невизнання кримського «референдуму. Вони «категорично відкидають будь-які спроби визначити майбутнє Криму без

вільного волевиявлення кримськотатарського народу – корінного народу Криму».

(06.03. 2014)

Прискорення сепаратистів в окупованому Криму

Сімферополь – **Самопроголошена кримська влада** прискорює підготовку до референдуму про приєднання півострова до Росії і форсує процеси відриву Криму від України. Для цього вихідний у понеділок навіть оголосили робочим днем для працівників органів місцевого самоврядування і виконавчих структур. Уже у вівторок **«уряд»** Сергія Аксьонова має намір презентувати програму переходу до рубльової зони. І ще в Криму формується власна **«армія».** Схоже, сама кримська влада ще не знає, як запровадити в автономії російський рубль.

Лента.Ру [55]

В Крыму начался референдум о присоединении к России [60]

В республике Крым, с 1954 года являющейся частью Украины, начался референдум о статусе автономии и расширении ее полномочий… Власти автономной республики отказались подчиняться Киеву после того, как от власти был отстранен президент Украины Виктор Янукович. Новые власти Украины в свою очередь считают референдум антиконституционным.

(06.03. 2014)

RUSSIA TODAY (ENG) [56]

95.7% of Crimeans in referendum voted to join Russia [61]

Over 95 percent of voters in the Crimean referendum have answered ‘yes’ to the autonomous republic joining Russia and less than 4 percent of the vote participants want the region to remain part of Ukraine, according to preliminary results.

Over a half of the Tatars living in the port city took part in the referendum, with the majority of them voting in favor of joining Russia, reports Itar-Tass citing a

representative of the Tatar community Lenur Usmanov. About 40% of Crimean Tatars went to polling stations on Sunday, the republic's prime minister Sergey Aksyonov said. (16.03.2014)

BBC WORLD [57]

Crimea referendum: Voters 'back Russia union'

Some 95.5% of voters in Crimea have supported joining Russia, officials say, after half the votes have been counted in a disputed referendum.Crimea's leader says he will apply to join Russia on Monday. Russia's Vladimir Putin has said he will respect the Crimean people's wishes. Many Crimeans loyal to Kiev boycotted the referendum, and the EU and US condemned it as illegal. Most of the Tatars that the BBC spoke to said they had boycotted the vote, and felt that life under the Kremlin would be worse. Pro-Russian forces took control of Crimea in February. They moved in after Ukraine's pro-Moscow president Viktor Yanukovych was ousted after street protests.
(06.03. 2014)

Is Crimea's referendum legal? [63]

Parliament says it needs to protect Crimeans from **"extremists"** who came to power in **Kiev** and now threaten their lives as well as the right to speak the Russian language.But the new government in Kiev says the referendum is being held to legitimise the presence of Russian troops in Crimea and its annexation to Russia.
(13.03.2014)

Fox News [58]

Crimea Secession Vote: How, Why and What Next? [64] SIMFEROPOL, Ukraine – The Ukrainian region of Crimea votes Sunday in a **hastily organized referendum** to break away and join Russia, in defiance of broad condemnation from the international community, which has described the process as illegitimate. …Russia has also loudly expressed indignation over what **they claim** is the **inexorable rise of radical nationalist groups**, a concern that critics suggest is an **exercise in disingenuousness**. (15.03.2014)
With Crimea set to hold a referendum on whether to merge with Russia, **the push to demonize Ukraine's leadership has reached fever pitch**. Authorities in Ukraine have responded by blocking Russian TV channels…Many journalists covering events in Crimea have faced intimidation and assaults from members of pro-Russian militia forces, further complicating efforts to report a fuller picture. (15.03.2014)

Перш за все, варто зазначити, що саме поняття «анексія» не використовується в жодній статті російських медіатекстів, однак увійшло у більшість прикладів статей англомовного походження та оригінальних українських ресурсів. Так як поняття ідеологічно заряджене та має пряму негативну конотацію, можна стверджувати, що заради збереження ідеологічного посилу саме це поняття в перекладі опускається деякими представниками ЗМІ або ж трансформується і замінюється іншими словами, такими як *«возз'єднання», «повернення»,* а також завжди наголошується позитивний аспект цієї події, як показують приклади російських ЗМІ. Стосовно українських прикладів – ідеологічна тональність проявляється у використанні слів *«так званий», «самопроголошений»,* або ж за допомогою лапок – *«армія», «уряд».* Повертаючись до того, що версії новин BBC та Fox News відрізняються рівнем експресивності – у прикладах Fox News використовуються мовні засоби, що певним чином формують ідеологічну конотацію : *hastily organized referendum, exercise in disingenuousness, , the push*

to demonize Ukraine's leadership has reached fever pitch, з іншого боку версія BBC висловлює позиції обох сторін конфлікту не стаючи на сторону жодної. Цікавим також є факт опису різної по змісту інформації стосовно позиції кримських татар у цій ситуації, коли в англомовній версії Russia Today зазначається підтримка від корінних жителів, а у BBC зазначається протилежне (однак, з уточненням – «*Tatars that the BBC spoke to»).*

Загалом більшість подій, що були і залишаються релевантними для українського культурного та ідеологічного контексту викликали широкий резонанс у іноземних ЗМІ та детально висвітлювалися репортажами та статтями. Саме тому від перекладу певних ідеологем, як моноідеологічних так і поліідеологічних, залежить наскільки викривленим стає сприйняття дійсності читачами певного контенту. Саме про це пише Рудницька [25], коли пояснює яким чином вплив ідеології на переклад викликає ідеологічно спричинене перекручення тексту при перекладі, що може призвести до появи ще більшого непорозуміння у глобальному контексті.

Такий переклад може стосуватися як великої кількості інформації, перекладу статті чи висловлювання, так і окремих елементів, використання яких додає тексту реалістичності, забезпечує певний фактаж. Наприклад, ідеологеми, що використовуються сторонами конфлікту для назв і характеристик один одного.

Часто зустрічається слово *«силовики»* - як в українському («*Зеленський дав силовикам 2 тижні, щоб знайти причетних до запису розмов прем'єра»* [67]), так і російському («*Освобожденные ополченцы рассказали о пытках украинских силовиков»* [66]) архіві новин стосовно російсько-українського озброєного конфлікту. Ця ідеологема є поліідеологічною, тому що використовується обома учасниками конфлікту з різними цілями, отже переклад таких ідеологем обов'язково потребує уважного ставлення до контексту використання.

У своїх статтях українські ЗМІ використовують назву «ДНР» виключно у лапках, часом додаючи слово «угрупування» («*…вивела на підконтрольну*

територію колишнього представника угруповання «ДНР») [68]. Тим часом російські ресурси використовують назву нічого не додаючи. *(«В ДНР приготовились к «любым глупостям» Киева»*) [69]. У версії ВВС це виглядає як (*separatists)' self-styled Donetsk People's Republic (DPR)* [73]. Для позначення самих учасників в українських медіа фігурують ідеологеми *«бойовики» («Будуть їхати в Ростов: бойовики зізналися, що їм ніде визначати корона вірус»* [70]*), «сепаратисти» («…коли б сепаратисти отримали від свого командування наказ не чіпати білі джипи з літерами ОБСЄ»*) [71], та «терористи» *(«…благословляє ватажків терористів на Донбасі»*) [72]. Англомовні ЗМІ майже одностайно використовують ідеологему «rebels» («Putin defends rebel leaders in eastern Ukraine») [73], часом додаючи до неї фразу *«Russian-backed»,* додаючи ідеологічного навантаження терміну. Російські ЗМІ найчастіше застосовують ідеологему *«ополченцы»* («…проведение местных выборов в Донбассе после разоружения ополченцев») [74] додаючи позитивного аксіологічного забарвлення.

Як зазначалося вище, для ефективного використання ідеологічної маніпуляції в ЗМІ образ, що автор чи перекладач бажає закріпити у свідомості читача, має бути простим та лаконічним для розуміння, або бути алюзією, посиланням на щось вже давно відоме та наявне в культурному просторі. Саме тому ідеологема *«кіборги»* знаходиться в мовному арсеналі не лише українських ЗМІ («Військові оркестри зіграли в аеропортах України в пам’ять про загиблих «кіборгів») [75], а й в російських *(«Киборг» пообщался с Порошенко и рассказал о пребывании в плену у ополченцев)* [76] та англомовних (*the "cyborgs" are Ukrainians who have held on to it despite persistent rebel attack)* [77].

Наш аналіз показав, що найчастіше у російських ЗМІ використовується один і той самий образ – образ фашизму - ідеологема з негативною аксіологічною конотацією. Російські ЗМІ постійно використовують ідеологему «націоналізм» *(«Националисты на Украине планируют, нагнетая обстановку, прибегнуть к террору и окончательно захватить власть»)* [56] з

гіперболізованим відтінком, виставляючи його еквівалентним ідеологемі «нацизм» аби читацька аудиторія реагувала певним чином, проводячи паралелі зі сталим образом нацизму у суспільстві. (про це зокрема свідчать усі офіційні російськомовні новинні ресурси, а також використання свастики під час референдуму в Криму). [78]

Деталь, на яку часто не звертають належної уваги з ідеологічної точки зору – географічні назви та їх передача англійською мовою у перекладі. Важко з точністю сказати, якої стратегії українські перекладачі притримуються частіше – української транслітерації чи російської. Правда, російська транслітерація географічних назв пострадянського періоду зустрічається в англомовних ЗМІ частіше – «*Kiev»* замість *«Kyiv», «Donbass»* замість *«Donbas», «Odessa»,* а не *«Odesa».* Однак, в контексті ситуації, що все ще розгортається в Україні – ця деталь є ключовою, особливо для англомовного дискурсу, тому що, як вже було зазначено, крізь мову формується ставлення, і завдяки українізованим перекладам географічних назв, наскільки б незначною дрібницею це не здавалося, в інформаційному полі світових новин та освіти будуть поширені українські назви українських місць.

Цікавим для подальшого дослідження є також погляд на неологізми-ідеологеми *(«укроп»)* або ж відновлені значення старих ідеологем *(«Новороссия»),* у контексті нашої ситуації або ж у контексті іншого контроверсійного суспільно-політичного явища.

Найбільш нагальним питанням перекладу ідеологічно забарвленого дискурсу заданої теми є сама загальна назва подій. «Криза, державний переворот, зрада, хаос, повний крах, колапс, агресія, окупація, зіткнення цивілізацій, громадянська війна, геополітичне протистояння – ось лише деякі з концептів, за якими стоять різні аспекти ситуації, що розгортається» [7]. Це питання, на яке важко відповісти однаково навіть якщо брати до уваги лише погляд українців. Звичайно, така неоднозначність породжує ряд проблем для адекватного перекладу та спричиняє використання різних ідеологем у ЗМІ, різних за своєю

сутністю та конотацією. Чотири роки ситуація в українських ЗМІ у більшості випадків описувалася як «антитерористична операція», далі – «операція об'єднаних сил» [15].

Часто виступає поняття «криза» або «агресія», однак «війна» - досить сильне за емоційним навантаженням слово, з високим рівнем ідеологічності, використовується більше у художній літературі та розмовному стилі. Так як це поняття є невідривним від соціально-політичного контексту, існує декілька досліджень на цю тему, до яких варто звернутися для кращого розуміння проблематики (С.Сірий [28], Р.Додонов [7]).

Ідеологема «війна» не настільки поширена й у російських мас-медіа, у статтях на Лента.Ру та RT частіше зустрічаються більш нейтральні поняття *(«Почти половина украинцев считают конфликт в Донбассе российской агрессией против Украины*.[55], [56]). Також можна зустріти ідеологізоване формулювання *«война Украины с Россией».* У перекладах також немає одної узгодженої версії – BBC називає ситуацію *«Ukraine conflict», «Ukraine crisis»,* Fox News – *«war»*, CNN використовує обидва формулювання. Через таку неоднозначність та нечіткість стали популярними запити в пошукових браузерах стосовно того, що ж насправді відбувається в Україні. Безперечно, наявність значної кількості інформаційних ресурсів англійською мовою, що висвітлюють події в Україні тільки підтверджує їх широкомасштабність та серйозність. Однак, як відомо кожному професійному перекладачу – диявол ховається в деталях.

ВИСНОВКИ

Уважний аналіз та вивчення ідеологічної складової перекладу допомагає авторам, перекладачам та редакторам з більшим розумінням ставитися до певних особливостей соціально-політичного дискурсу без якого не може існувати сучасне суспільство. Через трансформацію процесу підготовки та публікування новин та завдяки поширеному використанню інтернет-ресурсів виникає потреба у дослідженні ідеологічно забарвленого інтернет-дискурсу, доступ до якого мають користувачі з різноманітними ідеологічними налаштуваннями та можливістю одразу прокоментувати матеріал, із яким ознайомлюються. Таким чином переклад такого дискурсу перестає бути лише продуктом – він стає учасником комунікації.

У контексті сучасних подій поняття «ідеології перекладу» відійшло від свого початкового значення, яке у нього вкладали А. Лефевр та С. Баснет, і стало інструментом гібридної війни, засобом здобуття не лише матеріальних речей (таких, як території, будівлі, об’єкти інфраструктури), а, значно більшою мірою, умів людей. Саме тому переклад ідеологічно забарвлених текстів, особливо медіатекстів, які дозволяють дізнаватися про події в режимі реального часу, є надзвичайно відповідальним завданням для перекладача.

Задля організації перекладацького процесу ідеологізованого контенту перекладач має, перш за все, виділити основні ідеологеми, на які покладається найбільше інформаційного та емоційного навантаження. У визначенні типу та категорії ідеологеми допомагає наявність декількох класифікацій, що характеризують ідеологеми за різними характеристиками та дають краще розуміння змісту та мети використання певної ідеологеми. Також варто зазначити, що при перекладі ідеологічного матеріалу перекладач повинен як можна більш об’єктивно ставитися до тексту та вносити в нього як можна менше правок на власний розсуд (однак практика показує, що часто на цей процес впливає офіційна чи неофіційна державна ідеологія і текст все одно зазнає змін).

У цій роботі було розглянуто декілька прикладів зі статей українського, російського та англомовного дискурсу, що стосувалися опису подій російсько-українського збройного конфлікту. Очевидно, що така обширна та проблематична тема, як війна (збройний конфлікт, криза і т.д) є складною та цікавою для розгляду і залишає простір для роздумів, саме тому ця робота є лише прикладом ідеологічного аналізу перекладу та потребує подальшого розгляду та дослідження. Ідеологія та медіа-дискурс будуть також цікавими для дослідження на стику перекладу та психолінгвістики, тому що ці поняття безпосередньо пов’язані з використанням емоційного аспекту дискурсу та впливом на свідомість аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ассоциации к слову «идеология» https://sociation.org/
2. Владленова І. В. Концептуальне оформлення поняття «ідеологія»: філософські підходи/ Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія / редкол.: А. П. Гетьман та ін. – Х. : Право, 2014. – № 2 (21). – 240 с.
3. Георгий Дерлугьян .Идейная эволюция столетия крайностей, 2010
4. Гришечко Овсанна С. Языковая идеология: теория описания и практика воплощения / Южный федеральный университет, с.64
5. Гронская Э. Языковые механизмы манипулирования массовым политическим сознанием / Вестник нижегородского университета им. н.и. Лобачевского, 2002. — с. 220-330
6. Дестют де Траси А.-Л.-К. - Основы идеологии. Идеология в собственном смысле слова/М.: Академический Проект; Альма Матер, 2013. — 334 с
7. Додонов Р. Криза, війна чи конфлікт - як коректно називати події на сході України? https://uisgda.com/ua/kriza-_vjna_chi_konflkt__yak_korektno_nazivati_pod_na_shod_ukrani.html
8. Земская Е.А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь.– М., Языки славянской культуры, 2004. – 668 с.
9. Кальниченко О.А., З.В. Зарубіна Концепція перекладу Андре Лефевра/ Вісник ХНУ №1102, Харків, 2014
10. Кам'янець А.Мовні засоби маніпуляції в медійному дискурсі та відтворення їх у перекладі http://old.lingua.lnu.edu.ua/Foreign_Philology/Foreign_Philology/Foreign_Philology_123/articles/Kamianets.pdf
11. Карамова А.А. Идеологемы: определение понятия и типология // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2-1.;
12. Лютий Т. В. Критика ідеології: соціокультурний вимір / Наукові записки наУКМА. Том 180. Філософія та релігієзнавство, 2016

13. Малышева Е.Г. (2009) Идеологема как лингвокогнитивный феномен : определение и классификация/ Политическая лингвистика, выпуск № 4, с. 32-40
14. Маркс, Энгельс: Немецкая идеология: краткое содержание http://nitshe.ru/kratkoe-soderzhanie-14.html
15. Махинько О. Конфликт или война: право против политической целесообразности https://investigator.org.ua/publication/publikatsii-donbass/219138/
16. Микоян, А.С. Проблемы перевода текстов СМИ [Электронный ресурс] – Режим доступа: http:// evartist. narod.ru/text12/12.htm
17. МінТОТ розробило посібник із термінами щодо конфлікту на Донбасі http://kharkivska.land.gov.ua/mintot-rozrobylo-posibnyk-iz-terminamy-shchodo-konfliktu-na-donbasi/
18. Нахимова Е. А. Теория и методика когнитивнодискурсивного исследования прецедентных онимов в современной российской массовой коммуникации/ Екатеринбург, 2011
19. Нещименко Г.П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: проблемы. Тенденции развития/ Вопросы языкознания, 2001. №1, 98-132
20. Никулина, Н.Ю. Специфические особенности перевода англоязычных газетно-публицистических текстов / Н.Ю.Никулина, Т.А.Зиновьева // Молодой ученый. – 2013. – №1. – С. 232 – 234.
21. Петрик В.М, Присяжнюк М.М., Компанцева Л.Ф.Сугестивні технології маніпулятивного впливу/ Навчальний посібник, Київ, 2012.
22. Пономаренко Е.Б. Структурные и семантико-стилистические особенности текстов английских и русских информационных сообщений / GISAP. Philological sciences. - 2013. - № 1. - С. 59-61.
23. Райзберг Б.А. Современный социоэкономический словарь. М., 2012, с. 171.
24. РоманюкА.Б., Заяць А.В Аналіз досліджень політичного дискурсу. Національнийуніверситет “Львівська політехніка”, Львів, 2012
25. Рудницкая Н.Н. Перевод как объект воздествия политической идеологии

26. Рудницька Н.М. Самоцензура перекладача [Електронний ресурс] / Н. Рудницька. – Режим доступу : http://eprints.zu.edu. ua/9498/1/31.pdf
27. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масовоінформаційного дискурсу): дисертація д-ра філол. наук: 10.01.08 / Київський національний ун- т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. - К., 2003.

28. Сірий С. Сутність понять „локальна війна" і „воєнний конфлікт" та їх типологія http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/9605/11-Sirui.pdf?sequence=1
29. Стадніченко О. Інформаційна глобалізація: виклики для нації/ Кафедра міжнародної інформаціїі, Національний авіаційний університет http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/20745/1/37-88-89.pdf
30. Сучасна культурологія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / К. В. Кислюк, В. А. Суковата, З. І. Алфьорова, О. В. Титар, Г. П. Ковальова / за заг. ред. К. В. Кислюка. — К. : Кондор-Видавництво, 2016. — 342 с.
31. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учебное пособие. — Москва: «Флинта», «Наука», 2006. — 254 с.
32. Эпштейн М.Н. Идеология и язык (Построение модели и осмысление дискурса)/ Журнал «Вопросы языкознания», 1991, № 6. С. 19-33.
33. Adams K. How the Media Uses Language to Manipulate You / The Writer's Cookbook, 2014 https://www.writerscookbook.com/media-uses-language-manipulate/
34. Bánhegyi M. Translation and Political Discourse/ Acta Universitatis Sapientiae, Philologica, 6, 2 (2014) 139–158 http://www.acta.sapientia.ro/acta-philo/C6-2/philo62-1.pdf
35. Bassnett, S. & Lefevere A. ed. Translation, History and Culture. London and New York: Pinter Publishers, 1990.

36. Baumgarten S. Ideology and translation / Handbook of Translation Studies, Volume 3 2012, pp. 59–65
37. Bielsa, E., & Bassnett, S. (2009). Translation in Global News. New York: Routledge.
38. Calzada-Pérez M. Apropos of Ideology: Translation Studies on Ideology-ideologies in Translation Studies (Kindle Edition), 2014 - P.240
39. Dijk T. Politics, ideology, and discourse/ T. A. van Dijk // The Encyclopedia of Language and Linguistics, Vol. 9 – Oxford & New York: Pergamon Press, 2006. – P. 728–740.
40. Dijk van T. A. Discourse and manipulation / Teun A.van Dijk // Discourse and society. - London: SAGE Publications, 2006. - P. 359383H.
41. Hatim B.and Mason I. The translator as communicator/ the Taylor & Francis e-Library, 2005. – P.119-124
42. Hodge, B., Kress, G. and Jones, G. 1979. The ideology of middle management. In R. Fowler et al., pp. 81-93.
43. James; Steger, Manfred (2010). Globalization and Culture, Vol. 4: Ideologies of Globalism. London: Sage Publications
44. Routledge Encyclopedia of Translation Studies (Baker Mona (ed.)/Routledge, 2001. — 654 p.
45. Santaemilia, J. (2008). The Translation of Sex-Related Language: The Danger(s) of Self-Censorship(s). https://core.ac.uk/download/pdf/59326224.pdf
46. Schaffner C. Third ways and new centres: Ideological unity or difference? / C. Schaffner C. Apropos of ideology – Manchester: St. Jerome Publishers, 2003. – P. 23–42.
47. Schieffelin, B. B., Woolard, K. A., & Kroskrity, P. V. (1998). Language Ideologies: Practice and Theory. (Oxford studies in anthropological linguistics; Vol. 16). New York, NY: Oxford University Press.
48. *Williams. R.*Marxism and Literature. *New York, Oxford University Press, 1977. – P. 55–71.*
49. X. Liu N. News Translation as Reconstruction of Reality within Frames/ University of Nottingham Ningbo China, Volume 17, No. 4, 2013

МАС-МЕДІА РЕСУРСИ

50. ТОП - 10 СМИ в России https://www.mlg.ru/ratings/
51. ТОП-10 новинних сайтів, які читають українці https://24tv.ua/top10_novinnih_saytiv_yaki_chitayut_ukrayintsi_n782897
52. Top-15 English language news web-sites http://www.ebizmba.com/articles/news-websites
53. Радіо Свобода https://www.radiosvoboda.org/
54. Інформаційне агенство Уніан https://www.unian.ua/
55. Лента.Ру https://lenta.ru/
56. Russia Today https://russian.rt.com/
57. BBC WORLD https://www.bbc.com/news/world
58. FOX NEWS https://www.foxnews.com/
59. «Референдум» у Криму розпочався https://www.radiosvoboda.org/a/25298377.html
60. В Крыму начался референдум о присоединении к России https://lenta.ru/news/2014/03/16/crimea/
61. 95.7% of Crimeans in referendum voted to join Russia - preliminary results https://www.rt.com/news/crimea-vote-join-russia-210/
62. Crimea referendum: Voters 'back Russia union' https://www.bbc.com/news/world-europe-26606097
63. Is Crimea's referendum legal? https://www.bbc.com/news/world-europe-26546133
64. Crimea Secession Vote: How, Why and What Next? https://www.foxnews.com/world/crimea-secession-vote-how-why-and-what-next
65. Russia's propaganda campaign against Ukraine goes full tilt as media freedom withers https://www.foxnews.com/world/russias-propaganda-campaign-against-ukraine-goes-full-tilt-as-media-freedom-withers
66. Освобожденные ополченцы рассказали о пытках украинских силовиков https://lenta.ru/news/2019/12/30/pitky/
67. Зеленський «дав шанс» уряду Гончарука, але поставив умови https://www.radiosvoboda.org/a/30383645.html

68. Зізнання «ексміністра» угруповання «ДНР» та спецоперація СБУ: що це було? https://www.radiosvoboda.org/a/30408771.html
69. В ДНР приготовились к «любым глупостям» Киева https://lenta.ru/news/2020/01/21/smirno/
70. Будуть їхати в Ростов : бойовики зізналися, що їм ніде визначати коронавірус https://www.unian.ua/health/country/10852439-budut-jihati-v-rostov-boyoviki-ziznalisya-shcho-jim-nide-viznachati-koronavirus.html
71. 200 тисяч паспортів Росії на Донбасі. «ДНР» та «ЛНР» після «нормандської» зустрічі https://www.radiosvoboda.org/a/30361430.html
72. Війна і миротворчість від УПЦ (МП): чого не врахував радник секретаря РНБО Сергій Сивохо? https://www.radiosvoboda.org/a/30396219.html
73. Putin defends rebel leaders in eastern Ukraine https://www.bbc.com/news/world-europe-50851039
74. Зеленский отказался от предложения Путина по выборам в Донбассе https://lenta.ru/news/2019/12/10/vibori/
75. Військові оркестри зіграли в аеропортах України в пам’ять про загиблих «кіборгів» https://www.radiosvoboda.org/a/video-dap/30387494.html
76. «Киборг» пообщался с Порошенко и рассказал о пребывании в плену у ополченцев https://lenta.ru/news/2016/12/19/kiborg/
77. Ukraine conflict: The 'cyborg' defenders of Donetsk airport https://www.bbc.com/news/world-europe-29793696
78. Tension, violence builds in Ukraine ahead of Crimea secession vote https://www.foxnews.com/world/tension-violence-builds-in-ukraine-ahead-of-crimea-secession-vote