




ALICJA PSTYGA

Uniwersytet Gdański

 <http://orcid.org/0000-0001-6933-2132>

ОЦЕНОЧНОСТЬ В МЕДИЙНОМ ТЕКСТЕ — ИНТЕРПРЕТАЦИИ ПЕРЕВОДЧИКА

Оценочность, основанная на мировоззрении общества, его способе мышления и категоризации мира, соприкасается с аксиологической оценкой на уровне языкового восприятия мира, в том числе и мира текста. Соотношения между языком, лексическим значением и экспрессией речевого акта позволяют рассматривать оценочность как компонент дефиниции слова (на уровне системных средств языка), а также как оценочную маркированность и оценочную силу (на уровне узуса и текстовой реализации), которые зависят от контекста, знаний, пользующихся языком, и вызываемых коннотаций применяемых слов и выражений¹.

Проблема оценочности текста в медийном дискурсе и в медиатексте как его единице² считается одной из ведущих. В данной

¹ Подробно о семантике оценки и оценочности см.: Н. Арутюнова, *Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт*, Наука, Москва, 1988; Е. М. Вольф, *Функциональная семантика оценки*, УРСС, Москва, 2002; J. Puzynina, *Język wartości*, PWN, Warszawa, 1992; T. Krzeszowski, *Aksjologiczne aspekty semantyki językowej*, UMK, Toruń 1999.

² Данный вопрос рассматривается, напр., в монографиях М. Володина (ред.), *Язык средств массовой информации*, Академический проект, Москва, 2008; А. В. Полонский, М. Ю. Казак (ред.), *Медийный текст: Социальные практики, технологии, теории*, ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», Белгород 2018; Л. Р. Дускаева (ред.), *Медиалингвистика в терминах и понятиях. Словарь-справочник*, ФЛИНТА, Москва 2018; см. также работы польских исследователей М. Kita, *Dyskurs prasowy* // Е. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk (red.), *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, Universitas, Kraków 2013, с. 199–288; U. Żydek-Bednarczuk, *Dyskurs*

статье проблема оценочности в медийном дискурсе рассматривается на примере перевода русскоязычных медиатекстов на польский язык. Их аксиологическое измерение с точки зрения перевода — как текстов, отличающихся креативностью и, как правило, выполняющих персуазивную функцию, в которых различные языковые средства используются для создания оценочной коннотации, навязывает рассмотрение проблемы степени воспроизведения (*vs.* изменения) вектора оценки.

Соотношение медиатекста с внешним миром (миром за текстом) и миром текстов в рамках дискурсивной деятельности адресанта и адресата соприкасается с трансляцией особым образом обработанной информации, предлагающей определенное осмысление действительности и содержащей оценки, и предопределяется целью воздействия на получателя (не всегда адресата). Результатом этого приема является особая медийная картина мира и медийная реальность, конструируемая СМИ³. Медиареальность, в пределах которой могут пересекаться документальность, реальность и вымысел (так называемый медийный факт), вместе с особой медийной точкой зрения представляют собой конструкт СМИ, который становится своеобразным пространством, открытым для многочисленных интерпретаций.

Как доминанта медийной коммуникации, что обусловлено основными для этой сферы функциями сообщения и воздействия, в частности формирования общественного мнения, оценочность участвует в организации медиатекста и предопределяет выбор языковых средств. В реализации коммуникативной стратегии автора текста преднамеренное воздействие на читателя достигается преимущественно за счет единиц, семантика которых обусловлена культурно-прагматическим контекстом,

medialny // E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk (ред.), *Style współczesnej polszczyzny...*, с. 179–197 и др.

³ См.: М.Н. Володина, *Язык СМИ — основное средство воздействия на массовое сознание* // М.Н. Володина (ред.), *Язык средств массовой информации*, Академический Проект, Москва 2008, с. 6–24; P. Nowak, R. Tokarski, *Medialna wizja świata a kreatywność językowa* // P. Nowak, R. Tokarski (ред.), *Kreowanie światów w języku mediów*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007, с. 9–35; А. Пстыга, *Медиареальность в переводе: к проблеме культурной обусловленности медийной коммуникации* // У. Перси, А.В. Полонский (ред.), *Художественный текст: культурная традиция и медиареальность. Коллективная монография*, ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», Белгород 2017, с. 22–33.

что, в свою очередь, соприкасается с фактором отбора информации и ее значимости. Важное место в этом плане занимает также графическое оформление — фотография, рисунки, схемы и т. д., сопровождающие вербальную информацию и составляющие единое текстовое пространство. Таким образом, на основе публицистического приема формирования контекстуально-оценочной коннотации, в тексте создается его вторая плоскость, в пределах которой как языковые средства, структура слова, так и другие элементы структуры текста (например фотография) могут «использоваться для ценностной интерпретации и оценки с позиций лично-прагматического восприятия, и тем самым воздействуя на потенциального реципиента»⁴. В связи с поликодовостью логоцентрический подход к анализу медиатекста должен расширяться и учитывать все составляющие единого медийного коммуниката⁵.

Проблема адекватности интерпретации языкового (медийного) факта становится более сложной, если рассматривать медийный текст в аспекте межкультурной коммуникации, разновидностью которой является перевод. В данной ситуации актуальность замечания Марии Юрьевны Казак:

Полиинтенциональность медиатекстов, речевая структура которых определяется иерархией целевых установок медиасферы, издания, жанра, субъекта речи. Выделяются глобальные интенции, такие как информирование и анализ (В. И. Коньков), осведомление, оценка, побуждение (Л. Р. Дускаева), информирование, убеждение, развлечение (Н. И. Клушина), информирование, разъяснение, убеждение, побуждение, развлечение (Т. В. Шмелева) и др.⁶,

требует расширения — дополнительного учета знаний, опыта и ценностей различных целевых аудиторий. В условиях комму-

⁴ В. Н. Телия, *Коннотативный аспект семантики номинативных единиц*, Наука, Москва 1986, с. 72.

⁵ Более подробно эту проблематику см.: J. Maćkiewicz, *Jak można badać przekazy multimodalne*, «Język Polski» 2016, №2, с. 18–27; T. Piekot, *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Universitas, Kraków 2006; B. Skowronek, *Z perspektywy odbiorcy. O nowym obszarze badań języka w mediach*, «Język Polski» 2016, №2, с. 11–17; K. Wolny-Zmorzyński, *Jaka informacja? Rzecz o percepcji fotografii dziennikarskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010.

⁶ М. Ю. Казак, *Современные медиатексты: проблемы идентификации и типологии* // А. В. Полонский, М. Ю. Казак (ред.), *Медийный текст: Социальные практики, технологии, теории*, ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», Белгород 2018, с. 28.

никативного акта перевода — в ситуации, когда переведенные тексты появляются позже и предназначены для совершенно другого получателя, они выполняют уже не только другую функцию, но в процессе перевода может меняться и их интенциональный потенциал. В итоге в переводе установка на другого реципиента подчиняется и изменение функции текста, что требует изменений в сфере, воспроизводимой переводчиком медийной действительности, как правило моделируемой его точкой зрения. Следует также подчеркнуть специфику перевода медиатекстов⁷, которая вытекает из сущности перевода и специфики медиатекстов, которые относятся к группе текстов, в переводе чаще всего подвергающихся самым значительным изменениям. Редколлегия (или переводчик) решает, каким будет объем текста перевода, его графическое оформление и заголовочный комплекс, который — согласно закономерностям перевода того типа текстов — меняется (обычно предлагается новое заглавие, лид, помещаются другие иллюстрации).

Переводческая практика и критический анализ медийных двутекстов⁸ подтверждают, что различные трудности и расхождения на уровне семантики текста не являются непреодолимыми, в чем помогают языковой и ситуативный контексты. Проблемой, однако, являются переводческие изменения, сущность которых сводится к со-формированию действительности медийного текста, а также сокращения, в том числе отбор определен-

⁷ См., напр., А. С. Микоян, *Проблемы перевода текстов СМИ* // М. Н. Володина (ред.), *Язык средств массовой информации*, Академический Проект, Москва 2008, с. 443–455; К. Hejwowski, *Iluzja przekładu: Przekładoznawstwo w ujęciu konstruktywnym*, Śląsk–Stowarzyszenie Inicjatyw Wydawniczych, Katowice 2015; А. Pstyga, *Przekład w komunikowaniu medialnym. Wybrane zagadnienia na przykładzie polskich przekładów rosyjskich tekstów prasowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2013.

⁸ В рамках русско-польских переводческих отношений в медийном пространстве данная проблема рассматривается, напр., в статьях: А. Пстыга, *Медиа-реальность в переводе: к проблеме культурной обусловленности медийной коммуникации* // У. Перси, А. В. Полонский (ред.), *Художественный текст: культурная традиция и медиареальность. Коллективная монография*, ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», Белгород 2017, с. 22–33; А. Pstyga, *Rzeczywistość medialna i medialny punkt widzenia a przekład* // А. Pstyga, U. Patocka-Sigłowy (red.), *Międzyjęzykowe i międzykulturowe konteksty współczesnego dyskursu publicznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2017, с. 125–142; А. Pstyga, *Konotacje wartościujące w tekście prasowym jako problem przekładu* // R. Lewicki (ред.), *Przekład. Język. Kultura*, т. V, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2018, с. 9–20.

ных фрагментов текста оригинала для перевода. Креативные решения переводчика компенсируют непереводаемые — иногда и непередаваемые, пропущенные фрагменты текста, но, несомненно, появляется вопрос о степени симметрии между двумя текстовыми мирами. Кроме того, медийность с открытостью на содержательно-смысловом уровне сопровождается также возможностью изменений на уровне структурно-графического оформления в пределах межтекстового пространства (двухтекста), в итоге также оказывая влияние на оценочность переведенного текста.

Данное явление наблюдается уже в заголовочном комплексе текста, к которому относятся: заголовок, надзаголовок, тематическое название полосы, рубрика, подзаголовок, внутренний заголовок, а также — в широком понимании — лид, подпись, подпись к фоторафии, вставки. Кира Викторовна Прохорова подчеркивает, что

Создание эмоционального фона, возможное благодаря тому, что все компоненты заголовочного комплекса медиатекста активно подключаются к формированию оценочно-экспрессивного поля воздействия, значимо для осмысления медиатекста. Эмоционально-оценочный потенциал заголовочного комплекса медиатекста организует активное коммуникативное общение с читателем: заголовочный комплекс медиатекста как первый элемент любого текста нацелен на убеждение адресата, формирование определенных установок⁹.

«Формирование оценочно-экспрессивного поля воздействия» непосредственно влияет на выбор текста читателем (несмотря на возможную его дезориентированность или эффект обманутого ожидания).

В статье русскоязычные оригиналы сопоставляются с переводами, опубликованными в польском журнале «*Fogum*»/«*Nowe Fogum*», печатающим переводы медийных текстов из мировой прессы (в основном печатных и электронных изданий, а также веб-сайтов), в котором все чаще предлагается не собственно перевод, а перевод «на основе» иноязычных текстов (однако, как показывают наблюдения автора статьи, они чаще всего сводятся к отбору фрагментов иноязычного текста в рамках приема сокращения его объема). В глобальном сопоставлении оригинала

⁹ К. В. Прохорова статья *Заголовочный комплекс медиатекста* // Л. Р. Дукаева (ред.), *Медиалингвистика в терминах и понятиях...*, с. 198.

и перевода следует учитывать также другие компоненты структуры текстов, наличие, выделение или отсутствие которых оказывает влияние на оценочность всего коммуниката. В данном случае предлагаем сосредоточить внимание на заголовочном комплексе медиатекстов, включая фоторафию с подписью, которые способны вводить отсутствующие в оригинале коннотации.

Нами отобраны два текста, касающиеся мнения россиян относительно Польши в совершенно **различных аспектах**: первый представляет собой сообщение россиянки, которая жила некоторое время в Польше, второй — мнение и оценку важных (и в данный момент обсуждаемых в Польше) событий, связанных с периодом второй мировой войны. Обе статьи опубликованы в журнале в рубрике *Echa polskie*, в которой тексты отображают мнение других стран относительно определенно важного для поляков вопроса, также сквозь призму категории оценки. Ограниченные рамки статьи не позволяют продемонстрировать тексты полностью, поэтому нами отобраны те фрагменты, которые, как мы считаем, необходимы для раскрытия проблемы.

Первый из рассматриваемых текстов, опубликованный на сайте Лента.ру, является записью впечатлений после пребывания в Польше молодой девушки из Санкт-Петербурга в рамках цикла, в котором россияне рассказывают о себе, о причинах выезда за границу и реальной жизни за границей, адаптации в новых для них реалиях, где важным компонентом текста являются фоторафии:

[1а]

«Польский майонез мне совсем не нравится»

История жительницы Санкт-Петербурга, переехавшей в польский
Вроцлав

[...]

ЕЖИ И ГНОМИКИ

В любой стране есть мелочи, к которым нужно привыкнуть, но скоро они становятся обыденностью. Например, счет этажей в Польше начинается с нулевого, а не с первого этажа. В трамвае билетик обязательно нужно прокомпостировать, чтобы автомат поставил на нем дату и время. Если забудешь — штраф за безбилетный проезд. Про контролеров много слышала, но ни разу не встречала.

Я о Польше почти ничего не знала, поэтому и ожиданий особых не было. Хотелось посетить старинные замки. Конечно, мы планировали путешествовать, и в этом году занимаемся этим особенно активно. Сначала ездили автобусной компанией PolskiBus, потом купили машину, и нам открылось еще больше возможностей. Машина — это приятный сюрприз. Оказалось,

ОЦЕНОЧНОСТЬ В МЕДИЙНОМ ТЕКСТЕ...

что в Польше автомобили практически вдвое дешевле, чем в России, так как нет пошлины. Правда, топливо стоит почти в два раза больше.



На улицах Вроцлава часто встречаются небольшие бронзовые гномики. Они известны, любимы и считаются изюминкой города. Их количество постоянно растет. Иногда своего гномика у входа заводят магазины вроде Ikea, но в основном они встречаются в центре. Зимой их даже одевают в кофточки и шарфики. Для туристов выпускают карты-путеводители, где объясняется, как их найти.

[...]

<https://lenta.ru/articles/2017/09/04/poland> (03.04.2019)

[1b]

echa polskie | 10 | 11 |

Kościełanie we Wrocławiu

MAJONEZOWI MÓWIAMY: NIET!

Czym zwabić Rosjan do Polski, a czym odstraszyć.

Aleksandra przyjechała do Wrocławia w swoim ciężarówce, który dojechał tu na pracę jako programista. Postanowiła, że pomieszkę ją przez jakiś czas w Polsce, będąc pobytowałem i pozwolom Europei. Przed przyjazdem do Wrocławia nie o Polsce nie wiedziałam - przemyślałem Aleksandra w rozmowie z portalem Lenta.ru. Chciałam powiedzieć state zanki. Chciało się, że po kracie fajnie podróżuje się samochodem i dookoła, ale potem kapitulacja samochodem. Acha w Polsce są dwa razy tańsze niż w Rosji, za to paliwo jest dwa razy droższe.

Przyjechał legat. Zastawia nie formalności, porozmawia na pracy dla Jurka zajął pół spika, ja się o to spaliśmy nie staliśmy, bo nie zamierzaliśmy w Polsce pracować. Nastawiam się na pracę zdalną. W końcu nie będziemy tu dłużej niż trzy lata - mówi Aleksandra. Dlaczego Wrocław? Bo tu ma ja swoje siostry i znane Tamy IT. Aleksandra i jej siostry zamieszkały w wyjątkowym mieszkaniu w bloku. Do pracy obłąkał jeździ znowem tak odlatuje się. W Poznaniu tak nie ma. Nie tylko z łowem na ciepło deszcz i zimno, lecz także dlatego, że krakuje tam koniec rozwojowych. Nie o odległości. Jurk zapisał się na kurs polski i go rozprę krępiej takie mu dogadywanie jest z Polakami.

- A ja nauczyłam się kilku podstawowych słów - „dziękuję” i „dziękuję”. Przez pierwszy miesiąc rozmawiałam na nowo artykułów wyuczonych, potem zaczęłam

Właśnie rozumieć najciszej za dawane pytania, takie jak „Czekaj, czy karci?” Ale język się nie uczę, moim polskim odpisy się na kurs. Potrafię coraz sprawniej czytać po polsku. Początkowo np. nie wie, daliśmy, jak odczytać słowo „myślenie” - przeczyta Aleksandra. Zrozumieć jest tu tańsza niż w Rosji. Nie wycofałam im jednak smakuje. Aleksandra prolowała różnym gminów pomieszczenie i jeden nie był tak smaczny jak rozsypek z Krematoru - Niekiedy rzeczy nie mogę w Polsce jeść. Mażona do niczego się nie nadaje, ma za dużo smaku - opowiada się Aleksandra. - Nie ma smaku ulubionych socharków w różnych smakach. Ale generalnie da się żyć. Polska kuch-

nia jest smaczna. Chodzący do obywateli studiujących obywateli kosztuje 14 złotych, jest naprawdę tani, napadamy się do syta.

Jurk ma prawo do korzystania z pakietu medycznego w prywatnej klinice. Jażni nie jest w stanie dogadać się po polsku, to przychodzi nam przemyśle wzięty z lekarza witalnego angielskim. Aleksandra skorzystała z porad internisty i gastrologa. Była zadowolona, że podczas pierwszej wizyty nikt nie zaproponował jej podstawowych badań. - W Rosji zaraz by polecał różne rzeczy do analizy, a tu nie, tylko wyspał zabrakło - wzrusza ramionami.

Głównym powodem w Polsce nie są wydatki, ale już opłaty za medyczną opiekę - „Ciekawostka: tu dwa razy drożej niż w Rosji” - kręci głowę Aleksandra. Za to nie może się nachodzić, jak tutaj wygodnie jeździć się po Wrocławiu komunikacją miejską.

W każdym kraju są takie drobiazgi, które początkowo irytują, ale nie są przeważające. Zaskoczeniem było to, że w Polsce odlicza się piętą nie od pierwotnej krajowej, tylko od drugiej. Na przykład trawno było skrajnie, że nie czuję lekcy piętą - siedziała się Aleksandra. - A w autobusie czy tramwaju trzeba zabrać walizek do kioskownika, w przeciwnym razie płaci się kary. Nierozumna starożytność kontrolerami, ale jak niby żyć na nich nie nadaliśmy.

Były też praktyczne niepodobańskie - dwukrotnie skradziono mi samochód od znowem. Chce stworzyć listę czy i kłódkę, zdarzało się, że głośno porzucił głośno jeżdżąc.

Zamieszkałam, że w ścisłym centrum Wrocławia do kółka - mówi Aleksandra. - Spodobało się nam to. Spotykają się rozmawiają się sobą. A w kółkach odbywają się koncerty charytatywne. Widziałam plakat przeciw aborcji, coś tak wstrząsającego i dostrzegano, jak amerykańska papierosowa marka, B&W, a ja nie zastanawiam: urzędów w Polsce czy może lepiej w Rosji?

Относительно заглавия *Польский майонез мне совсем не нравится* — *Majonezowi mówimy: NIET* следует отметить, что переводчик предложил хороший вариант с русскоязычным вкраплением *нет*, которое — в рамках приема форенизации — усиливает экспрессивность и подчеркивает чуждость оценки, но вводит отрицательную в интерпретации поляков коннотацию. Подзаголовок *История жительницы из Санкт-Петербурга, переехавшей во Вроцлав* — *Czym zwabić Rosjan do Polski, a czym (ewentualnie) odstraszyć* в оригинале без, как кажется, оценочности (хотя некоторые из студентов, которые самостоятельно переводили на занятиях данный текст, подчеркивали переезд из культурной столицы России в относительно малоизвестный Вроцлав), в переводе как будто в рамках языковой игры, но все-таки содержит оценочный компонент, особенно если соотнести подзаголовок с подписью к имеющейся в журнале фотографии. В контексте оценочности следует также обратить внимание на семантику лексемы *zwabić*, близкую русскому *манить*, *соблазнять*. Фотография, не та, что в репортаже автора, представляющая одного из гномиков, которые являются одной из достопримечательностей города, привлекает внимание совершенно неожиданной и неоправданной (однако соотносимой с подзаголовком) подписью: *WROCLAWSKIE KRASNALE nie boją się „zielonych ludzików”. Goście ze Wschodu są zachwyceni. Зеленые человечки (или вежливые люди)* относятся к гипотетическим, вымышленным представителям внеземных цивилизаций, однако после аннексии Крыма (2014) словосочетание (фразама) распространилось в значении ‘военнослужащие в военной форме без знаков различия, блокирующие стратегические объекты’. Подпись — своеобразный комментарий к фотографии, не связан с текстом оригинала, его содержанием и придает совершенно ненужную, неоправданную оценку, что навязывает фактор национально-этнической памяти и актуализирует стереотипы массового сознания общества. В целом вкрапление *Нет* в заглавии, подзаголовке и подпись под фотографией (подробно даже не рассматривая содержания языковых структур в основном тексте) предопределяют оценочность и восприятие в негативном значении.

Второй пример из сайта Политком.ру: *Антисемитизм в Польше: нежелане слышать правду* — *Prawda w uszy kole* — это статья политолога Игоря Бунина, президента Центра по-

ОЦЕНОЧНОСТЬ В МЕДИЙНОМ ТЕКСТЕ...

литических технологий, которая представляет материал, посвященный истории польско-еврейских отношений в связи с обсуждаемым и широко комментируемым в данный момент в Польше законом об Институте национальной памяти (IPN), в контексте реакции мира на поправки к закону (штраф, тюремное заключение сроком на 3 года за использование фразы *польские лагеря смерти* при описании концлагерей, существовавших на территории оккупированной Польши):

[2a]

04.02.2018 | Игорь Бунин

Антисемитизм в Польше: нежелание слышать правду



1 февраля 2018 года, в день 73-й годовщины освобождения советскими войсками Освенцима и накануне Международного дня памяти жертвам Холокоста, Сенат Польши принял поправки к закону об Институте национальной памяти, согласно которым человек, публично обвиняющий Польшу в преступлениях, совершенных во время Холокоста, в пособничестве нацистской Германии, военных преступлениях или преступлениях против человечности, может быть приговорен к тюремному заключению сроком на три года.

Законопроект запрещает использование словосочетания «польский лагерь смерти» при описании концлагерей, существовавших на территории оккупированной Польши. Польский МИД давно ведет мониторинг по использованию этого выражения и всегда требует уточнений и извинений. В 2012 году Польше удалось добиться даже извинений президента США Барака Обамы, упомянувшего «польский лагерь смерти».

[...]

<http://politcom.ru/22896.html> (03.04.2019)

[2b]

forum **echa polskie**

o polski antysemityzm

ANTYSEMITYZM JEST GRZECHEM PRZECIWI BOGU i LUDZKOŚCI



Prawda w uszy kole

Wokół nowelizacji ustawy o Instytucie Pamięci Narodowej od wielu dni wrze w Polsce i za granicą – pisze rosyjski politolog Igor Bunin.

Poprawkę przyjęte przez polski parlament przewidują kary więzienia dla tych, którzy publicznie oskarżają Polskę o zbrodnie popełnione w czasie Holokaustu, o kolaborację z nazistowskimi Niemcami, zbrodnie wojenne czy zbrodnie przeciwko ludzkości. W nowym brzmieniu ustawy zabronione jest używanie sformułowania „polskie obozy zagłady” przy opisie obozów istniejących na terytorium okupowanej Polski. Polski MSZ od dawna prowadzi monitoring pojawiania się tego wyrażenia i zawsze domaga karnego przeprosin. Nawet od amerykańskiego prezydenta.

W dyskusji, jaka rozgorzała w Polsce, padły wezwania, aby ci obywatel Polski, którzy mają inne zdanie na ten temat, zrezygnowali z polskiego obywatelstwa. Innymi słowy – ustawa zakłada, że wszyscy Polacy zachowywali się podczas okupacji porządnie i powinni jako naród stać się kandydatami do tytułu sprawiedliwych. Wśród Polaków nie ma i być nie może antysemitów ani tym bardziej tych, którzy

współpracowali z nazistami – pisze Bunin.

Ustawa wywołała kryzys w stosunkach Polski i Izraela. Członkowie izraelskiego rządu żądali odwołania ambasadora z Warszawy. Domagali się ostrego potępienia ustawy, która „de facto neguje polskie wsparcie dla Holocaustu”. Kneset zastanawia się nad przyjęciem swojej ustawy, która penalizowała by osoby negujące rolę tych, którzy pomagali nazistom w latach zagłady. Innymi słowy – zaczęła się wojna na „ustawie o pamięci”.

Mit wielkoduszności?

Rosyjski politolog przypomina, że mit o polskiej wielkoduszności i szlachetności w stosunku do Żydów i wyłącznie polskim poświęceniu został podkopany już znacznie wcześniej – gdy ukazała się w 2000 roku książka Jana Tomassa Grossa „Sąsiedzi”, opowiadająca o tragedii we wsi Jedwabne. Sprawcami mordu na miejscowych Żydach byli ich sąsiedzi – zwyczajni Polacy. Naukowcy z IPN potwierdzili autentyczność dokumentów przyto-

czonych przez historyka. Ówczesny prezydent Polski Aleksander Kwaśniewski przeprosił w Jedwabnem za to, co się stało.

Jak wynika z badań polskich historyków, od połowy 1942 roku z getta na terytorium okupowanej Polski uciekło 20–25 tysięcy Żydów. Większość została wydana na niemieckim władcom lub zabita przez polskich chłopów – pisze Bunin. W 2006 roku Gross wydał kolejną książkę „Strach. Antysemityzm w Polsce tuż po wojnie. Historia moralnej zapaści”. Przytacza w niej opowieści Żydów, którzy po wyzwoleniu powrócili do swych domów z obozów koncentracyjnych. Opowiada też o pogromie kieleckim w 1946 r. Nacjonalistyczna prasa w Polsce przyjęła książkę Grossa jako „część spisku przeciwko Polsce”, szef IPN nazwał autora „wampirem historiografii”. Ówczesna ekipa rządząca próbowała odebrać Grossowi wysokie odznaczenie, które otrzymał w 1996 roku. Podobna była reakcja na Litwie po publikacji książki Ruty Van Nagate „Nasi”, w której został opisany masowy dobrowolny udział proch Litwinów w zabijaniu Żydów i przywłaszczaniu sobie ich mienia.

Po wejściu na ekrany kin podejmujących temat zbrodni na Żydach filmów „Ida” w reżyserii Pawła Pawlikowskiego czy „Pokłosie” Władysława Pasikowskiego nie ne-

Igor Bunin – rosyjski politolog, założyciel i dyrektor Centrum Technologii Politycznych w Moskwie

20 FORUM | 5. 2018

Существенное изменение вводит польское заглавие *Prawda w uszy kole* (в русскоязычном тексте: *Антисемитизм в Польше: нежелание слышать правду*), которое, несмотря на некоторую мотивированность, как модификация пословицы *Prawda w oczy kole* (ср. в русском языке *правда глаза колет* в таком же значении) переводится в другой языковой регистр, создавая и подчеркивая контраст в связи с фотографией. В оригинале помещается фотография одного из барачков Аушвиц (Освенцим), в польском журнале — фотография граффити, находящегося в городе Освенцим, с изображением римского папы Иоанна Павела II, который считается моральным авторитетом поляков, и его слов, про-

изнесенных им во время одного из полемических: *Antysemityzm jest grzechem przeciw Bogu i ludzkości* (Антисемитизм — это грех против Бога и человечества). Таким образом в пределах текста, но внетекстовой информации, в польском журнале главный текст дополняется мотивом глубокого уважения Кароля Войтылы к евреям, что позволяет перенести акцент с трагического прошлого на настроения современного польского общества. Такая перестановка акцентов соприкасается именно с оценкой на уровне всего текста, что с точки зрения поляков имеет значение в связи с информацией (правдой) и точкой зрения (которая неоднократно подчеркивается переводчиком с самого начала — первый раз уже в добавленном в польскоязычном тексте лиде), передаваемой российским политологом. Приведенный выше и сопоставляемый текст подлинника и перевода выявляет не только национально закрепленное содержание языковых структур, но в ключе национальной памяти (и не-памяти) позволяет отражать и оценивать события окружающего мира.

Указанные примеры доказывают значимость выбора тематики текстов и отбора (а в случае необходимости добавления) тех компонентов многослойной структуры поликодового текста, которые создают возможность способствовать эффективности воздействия воспроизводимого медиатекста на потенциального реципиента журнала *Forum*. С этой точки зрения следует подчеркнуть, что графическое оформление играет важную роль, предопределяя интерпретацию вербальной части текста, а в переводе — как доказывает приведенный в статье материал — не всегда совпадает с первоисточником. Данные закономерности выявляет комплексный анализ текстов с коммуникативной точки зрения в условиях межкультурной коммуникации.

В познавательном-ценностном (и оценочном) конструировании медийной действительности (как приеме СМИ), понимаемом в ракурсе реализации авторского и/или переводческого замысла, между оригиналом и переводом медийная действительность и оценочность текста может модифицироваться. В контексте аксиологического измерения межтекстового пространства, которое составляют тексты оригинала и перевода, важно исследовать возможности трансляции разных подходов и точек зрения автора и переводчика, изменений оценочности в тексте, в том числе изменений на уровне передаваемой информации и точки зрения, формирующих медийную действительность, соотноше-

ния в пределах оценочности и неполного перевода (с пропущенными фрагментами исходного текста) и оценочной коннотации текста на уровне переводческих модификаций, а также критики перевода медиатекстов, что требует дальнейших наблюдений.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Arutyunova, Nina. *Typy yazykovykh znacheniy: Otsenka. Sobytiye. Fakt*. Moskva: Nauka, 1988 [Арутюнова, Нина. *Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт*. Москва: Наука, 1988].
- Hejnowski, Krzysztof. *Iluzja przekładu: Przekladoznawstwo w ujęciu konstruktywnym*. Katowice: Śląsk–Stowarzyszenie Inicjatyw Wydawniczych, 2015.
- Kazak, Mariya. “Sovremennyye mediateksty: problemy identifikatsii i tipologii.” 24–35. *Mediynnyy tekst: Sotsial’nyye praktiki, tekhnologii, teorii*. Polonskiy, Andrey. Kazak, Mariya (Eds.). Belgorod: ID “Belgorod” NIU “Belgu.” 2018 [Казак, Мария. “Современные медиатексты: проблемы идентификации и типологии.” 24–35. *Медийный текст: Социальные практики, технологии, теории*. Полонский, Андрей. Казак, Мария (Ред.). Белгород: ИД “Белгород” НИУ “БелГУ”, 2018].
- Kita, Małgorzata. “Dyskurs prasowy”. 199–288. Malinowska, Ewa. Nocoń, Jolanta. Zydek-Bednarczyk, Urszula (Eds.). *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*. Kraków: Universitas, 2013.
- Krzyszowski, Tomasz. *Aksjologiczne aspekty semantyki językowej*. Toruń: Wydawnictwo UMK, 1999.
- Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh. Slovar’-spravochnik*. Duskayeva, Liliya (Ed.). Moskva: FLINTA, 2018 [*Медиалингвистика в терминах и понятиях. Словарь-справочник*. Дускаева, Лилия (Ред.). Москва: ФЛИНТА, 2018].
- Mikoyan, Ashkhen. “Problemy perevoda tekstov SMI”. 443–455. Maуya, Volodina (Ed.). *Yazyk sredstv massovoy informatsii*. Moskva: Akademicheskiiy Proyekt, 2008 [Микоян, Ашхен. “Проблемы перевода текстов СМИ”. 443–455. *Язык средств массовой информации*. Володина, Мая (Ed.). Москва: Академический Проект, 2008].
- Nowak, Paweł, Tokarski, Ryszard. “Medialna wizja świata a kreatywność językowa.” 9–35. Nowak, Paweł, Tokarski, Ryszard (Eds.). *Kreowanie światów w języku mediów*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2007.
- Piekot, Tomasz. *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Kraków: Universitas, 2006.
- Prokhorova, Kira. “Zagolovochnyy kompleks mediateksta”. 195–201. Duskayeva, Liliya (Ed.). *Medialingvistika v terminakh i ponyatiyakh. Slovar’-spravochnik*. Moskva: FLINTA, 2018 [Прокурова, Кира В. “Заголовочный комплекс медиатекста”. 195–201. Дускаева, Лилия (Ред.). Медиалингвистика в терминах и понятиях. Словарь-справочник. Москва: ФЛИНТА, 2018].
- Pstyga, Alicja. *Przekład w komunikowaniu medialnym. Wybrane zagadnienia na podstawie polskich przekładów rosyjskich tekstów prasowych*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2013.
- Pstyga, Alicja. “Rzeczywistość medialna i medialny punkt widzenia a przekład.” 125–142. Pstyga, Alicja. Patocka-Sigłowy, Urszula (Eds.). *Międzyjęzykowe i mię-*

OCENOCZNOŚĆ W MEDIJNYM TEKŚCIE...

- dzykulturowe konteksty współczesnego dyskursu publicznego*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2017.
- Pstyga, Alicja. "Konotacje wartościujące w tekście prasowym jako problem przekładu." 9–20. Lewicki, Roman (Ed.). *Przekład. Język. Kultura*, t. V. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2018.
- Pstyga, Alitsiya. "Mediareal'nost' v perevode: k probleme kul'turnoy obuslovlennosti mediynoy kommunikatsii." 22–33. *Khudozhestvennyy tekst: kul'turnaya traditsiya i mediareal'nost'*. Kollektivnaya monografiya. Persi, Ugo. Polonskiy, Andrey (Eds.). Belgorod ID "Belgorod» NIU "Belgu", 2017 [Пстыга, Алиция. "Медиареальность в переводе: к проблеме культурной обусловленности медийной коммуникации." 22–33. Перси, Уго. Полонский, Андрей (Ред.). *Художественный текст: культурная традиция и медиареальность*. Коллективная монография. Белгород ИД "Белгород» НИУ "БелГУ", 2017].
- Puzynina, Jadwiga. *Język wartości*. Warszawa: PWN, 1992.
- Skowronek, Bogusław. "Z perspektywy odbiorcy. O nowym obszarze badań języka w mediach." 11–17. *Język Polski*. 2016 no. 2.
- Teliya, Veronika. *Konnotativnyy aspekt semantiki nominativnykh yedinitz*. Moskva: Nauka, 1986 [Телия, Вероника. *Коннотативный аспект семантики номинативных единиц*. Москва: Наука, 1986].
- Volodina, Maуya. "Yazyk SMI — osnovnoye sredstvo vozdeystviya na massovoye soznaniye." 6–24. *Yazyk sredstv massovoy informatsii*. Volodina, Maуya (Ed.). Moskva: Akademicheskiy Proyeckt, 2008 [Володина, Майя. "Язык СМИ — основное средство воздействия на массовое сознание." 6–24. Майя, Володина (Ред.). *Язык средств массовой информации*. Москва: Академический Проект, 2008].
- Vol'f, Yelena. *Funktsional'naya semantika otsenki*. Moskva: URSS, 2002 [Вольф, Елена. *Функциональная семантика оценки*. Москва: УРСС, 2002].
- Wolny-Zmorzyński, Kazimierz. *Jaka informacja? Rzecz o percepcji fotografii dziennikarskiej*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2010.
- Żydek-Bednarczuk. "Dyskurs medialny." 179–197. Malinowska, Ewa. Nocoń, Jolanta. Żydek-Bednarczuk, Urszula (Eds.). *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*. Kraków: Universitas, 2013.

Alicja Pstyga

WARTOŚCIOWANIE W TEKŚCIE MEDIALNYM — INTERPRETACJE TŁUMACZA

Streszczenie

Artykuł dotyczy problemu wartościowania w dyskursie medialnym, który rozpatrywany jest na przykładzie rosyjskich tekstów medialnych przełożonych na język polski. Aksjologia z punktu widzenia przekładu tekstów prasowych — kreatywnych, zwykle o funkcji perswazyjnej, w których różne środki bywają wykorzystywane jako nośniki konotacji wartościujących, przedstawiając temat wypowiedzi w sposób negatywny bądź pozytywny, skłania do zwrócenia uwagi na stopień odtworzenia (vs. zmiany) wartościowania. Globalne, całościowe spojrzenie na oryginał i przekład w odniesieniu do tekstów prasowych (medialnych) pozwala dostrzec także inne

elementy struktury tekstów, których obecność, wyróżnienie lub pominięcie wpływa na znak wartości całego komunikatu.

Alicja Pstyga

VALUATION IN MEDIA DISCOURSE – TRANSLATOR’S INTERPRETATIONS

Summary

The paper touches the matter of evaluation in press discourse which is presented from the perspective of Russian press articles translation into Polish language. Axiology in terms of press articles translation – creative, also usually persuasive, in which various means are used as carriers of evaluative connotations describing the matter of statement in negative or positive way – prompts us to consider to what extent the original evaluation is reproduced (or changed).

The author proves that the holistic view on original and translated media texts allows to discover also other important elements of press articles structure which presence, emphasis or omission influences axiological valuation.