

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Інститут електроенергетики
Електротехнічний факультет

Кафедра перекладу

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

кваліфікаційної роботи ступеню бакалавра

студента Пеліцишин Владислав Дмитрович
(ПІБ)

академічної групи ФЛ-15-2

(шифр)

напряму 6.020303 «Філологія»

спеціалізації _____

за освітньо-професійною програмою _____

на тему: **Іронія в медіа-дискурсі та труднощі її перекладу**

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	проф. Введенська Т.Ю.			
розділів:				
Рецензент				
Нормоконтролер	ФЛ-15-2 Орел М.В.			

Дніпро
2019

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри
перекладу

_____ Введенська Т.Ю.

«_____» _____ 2019 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеню бакалавра**

студенту **Пелішишин Владислав Дмитрович** академічної групи ФЛ-15-2
(прізвище та ініціали) (шифр)

напряму 6.020303 «Філологія»

спеціалізації _____

за освітньо-професійною програмою _____

на тему: **Іронія в медіа-дискурсі та труднощі її перекладу**

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 17.04.2019 № 626-л

Розділ	Зміст	Термін виконання
Розділ 1	Загальні особливості іронії	25.12.18
Розділ 2	Переклад іронії у медіа-дискурсі	01.05.19

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

_____ (прізвище, ініціали)

Дата видачі 15 жовтня 2018

Дата подання до екзаменаційної комісії 10 червня 2019

Прийнято до виконання

_____ (підпис студента)

_____ (прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. Загальні особливості іронії.....	6
1.1 Поняття іронії, її суть та різновиди.....	6
1.2 Іронія та прийоми її перекладу.....	17
1.3 Лінгвістичні особливості медіа-дискурсу.....	23
Висновки до 1 розділу.....	30
РОЗДІЛ 2. Переклад іронії у медіа-дискурсі.....	32
2.1 Особливості використання іронії у медіа-дискурсі.....	32
2.2 Труднощі перекладу іронії з англійської мови на українську у ЗМІ....	38
Висновки до 2 розділу.....	53
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57

ВСТУП

У сьогоднішніх реаліях медіа інформація перебуває у великому епіцентрі подій, що рухає наш світ, тому сучасна людина може зустріти справжню хвилю неприємностей у трактуванні різних понять при перекладі або зустріти незручності на культурному рівні від лексичних одиниць до окремих понять та контексту в цілому. На допомогу у вирішенні цих проблем може прийти саме іронія для подолання некомпетентності у медіа-дискурсі та визначити межі необхідні для рішення складнощів перекладу іронії у сфері медіа. Таким чином, ми можемо розглядати іронію не як бар'єр, а як ланку для подолання цих меж та визначити особливості, а також труднощі, що виникають при її перекладі.

Актуальність теми обумовлюється високим ступенем популярності використання іронії у новинах, телебаченні та потребою її перекладу у різних інформаційних джерелах та загалом у медіатексті.

Окрім цього засоби перекладу іронії ще не досить вивчені, не тільки у сфері медіа, але і у перекладознавстві в цілому, тому існує необхідність подальших досліджень цієї теми.

Об'єктом дослідження є іронія у медіа дискурсі.

Предметом дослідження є труднощі та особливості перекладу іронії у медійних текстах.

Мета нашої роботи - виявити особливості та труднощі перекладу іронії у джерелах масової інформації та у медіа-дискурсі в цілому.

Для досягнення поставленої мети нам необхідно вирішити наступні **завдання**:

-розкрити поняття іронії;

- розглянути різновиди і структуру іронії;
- розглянути використання іронії в медіа;
- вивчити прийоми перекладу іронії;
- проаналізувати лінгвістичні особливості медіа-дискурсу;
- розглянути особливості перекладу іронії у медіа-дискурсі.

Методом дослідження є семантичний аналіз, а також порівняльний аналіз текстів новин, телебачення та медіа.

Наукова новизна і теоретична значимість роботи полягає у тому, що це є перша спроба комплексного дослідження особливостей перекладу іронії у медіа та освоєння цього матеріалу у галузі перекладу з англійської мови на українську та навпаки.

Практична значимість роботи полягає у можливості використання результатів та матеріалів дослідження у професійній діяльності перекладачів завдяки набутим знанням про особливості іронії у сфері медіа та закріплення матеріалу у межах дисциплін вищих навчальних закладів.

РОЗДІЛ 1. Загальні особливості іронії

1.1 Поняття іронії, її суть та різновіди

Іронія належить "... до числа таких феноменів культури, інтерес до яких не слабшає протягом багатьох століть історії людства. У свідомості більшості людей європейської культури дане поняття пов'язується із глузуванням, скепсисом, запереченням, критикою" [4, 667]. Перша згадка про іронію в контексті філософського знання належить Платону, що дав характеристику іронії як способу ведення діалогу Сократом "Симпозіум" [1, 64; 2, 543]. Класики ж розуміли це явище як ознаку комічного, прийом критики в сатирі. Сучасні дослідники - такі як І.В. Циркунова, Ю. Іздрик та ін. - визначають іронію, як стилістичний прийом, що одночасно реалізує в собі два значення, словникове та контекстуальне, що є протилежними один до одного. У різні історичні епохи в осмисленні філософів іронія пов'язана з різними аспектами. Постає питання про її довговічне існування та первинність, що засвідчує інтерес до неї в одні епохи та майже повне забуття в інші. Велика кількість філософів використовувала історико-філософську методологію для описання її окремих історичних типів. Тому багато питань досі є невівченими.

Перші згадки про іронією виявляються в працях античних філософів, де вона представлена як один з методів, що застосовуються в полеміці. Зокрема, йдеться про Сократову іронію, під якою розуміється особлива стратегія побудови аргументації у суперечках [59, 1]. У європейській культурі аж до другої половини XVIII століття іронія розглядається переважно як фігура мови або висловлювання, що несе в собі протилежний зміст. Іронією також називали насмішку, знуцання або пародію. З початком епохи Романтизму поняття іронії зазнає радикальні зміни: якщо раніше іронія представлялася як художньо-стилістичний прийом, навмисно вводиться в мову з метою досягнення мовцем

певного ефекту, то тепер іронія сприймається як щось швидше неусвідомлене і мимовільне. І якщо за часів Сократа іронія могла бути представлена як одномоментна закінчена дія або як набута манера поведінки, то відтепер стало можливим говорити про іронію як про постійний стан або особливий світогляд. З'являється поняття іронічної людини, яка завжди залишається іронічною.

Іронія (грец. *eironeia* – прикидання) – різновид комічного, який розкриває суперечливу природу явищ через гостре, побудоване на контрасті очевидного і прихованого, висміювання, коли за вербально вираженою позитивною оцінкою приховується заперечення і насмішка. Іронію не можна плутати з гумором, оскільки її функція полягає в тому, щоб виразити почуття роздратування, незадоволення або жалю, а не надати тексту комічного ефекту і цим самим викликати у читача сміх.

Сучасний словник іншомовних слів дає два визначення іронії: “тонка прихована насмішка” і “стилістичний прийом контрасту видимого і прихованого змісту висловлення, що створює ефект глузування”; за Арістотелем же іронія - це “вислів, що містить насмішку над тим, хто так дійсно думає”. У поширеному визначенні іронії як нескінченного абсолютного заперечення говорить про те, що іронія спрямована не проти окремого феномена, окремого існування, але про те, що все існуюче стає чужим щодо іронічного суб'єкта, а він стає чужим всьому існуючому; і, як дійсність втрачає для нього свою законність, так він в деякій мірі стає недійсним. Слово “дійсність” вжито тут, перш за все, в значенні “історичної дійсності”, тобто дійсності, існуючої в певний час і за певних обставин.

Інше визначення дає С. І. Богомолова: “Іронія - семантичний механізм перемикання між негативною і позитивними модальностями, одного і того ж висловлювання (слова, словосполучення, пропозиції), або з позитивною і

негативною оцінкою об'єкта висловлювання, що здійснюється за допомогою інтонації, контексту (як текстового, так і екстралінгвістичого). Комунікативна мета іронічних висловлювань в узагальненому вигляді виглядає як “дискредитація адресата”. Імпліцитний характер негативної оцінки уможливорює визнати іронію як приховану мовну агресію” [3, 418].

Можливо початок феномену іронії слід шукати не тільки на поверхні історії, а й у культурологічному контексті в цілому. Завдяки аналізу іронії як елемента аксіосфери можливо виявити її роль у формуванні цінностей при її трансляції. Таким чином іронію можна розглядати як один з механізмів соціокультурного спадкування, і завдяки такому підходу - сформулювати уявлення про іронію з погляду на кризу в культурі та суспільстві. У сучасному трактуванні таке явище достатньо поширене навіть у наші часи. Ми можемо зробити висновок, що іронія включає багато шарів ще зовсім недосліджених напрямків, одним з яких є самосвідомість іронії. Прикро, але іронія деколи не може визначити не тільки об'єкт, а й саму себе. Автор повинен мати повне уявлення про особливості “групи” або культуру, рід діяльності та дозволених меж у сфері використання іронії, щоб не викликати некомпетентність або ворожість з боку своєї діяльності. Тому слід пам'ятати, що іронією треба користуватися з обережністю, так як у неї теж є межі. І якщо до певної міри вона корисна в силу своїх функцій, то в деяких ситуаціях іронія може перейти в насмішку, що зупиняє досить багато авторів в її використанні та застосуванні. Перш за все, вона є проявом певної неповаги до автора і його позиції або аудиторії.

Якщо провести основний аналіз параметрів мовленнєвих засобів іронії та сарказму, можна виділити три засоби іронізування: *відкритий, схований та особистий*. Такі засоби відрізняються обсягом інформації, що дозволяє виявити невідповідність буквального вираження і щирості. За класифікацією та

висловлюванням ми розділяємо *безособову* іронію, *самоіронію* й *драматичну* іронію. Іронія й сарказм реалізуються в специфічно організованому контексті, параметри якого досить чітко визначаються. Таким чином, залежно від умов і засобів реалізації іронії й сарказму виділяють *ситуативний тип, асоціативний тип і глобальний іронічний або саркастичний контекст*. Усі типи іронії й сарказму по-різному реалізують комунікативне завдання, а як наслідок, створюють різні структури текстів.

Головна мета іронії – це насмішка. Приховане ставлення до істини не може сховати суть іронії у її використанні, тому це питання слід розглядати у складнощах сприйняття та декодування самої іронії та її структури, адже сама іронія є оцінним судженням. Соціальне сприйняття людини, що не відбиває справжню картину подій та її оцінне висловлювання, виражає суб'єктивне ставлення до дійсності, тобто сприйняття інформації людиною та її навколишньої реальності, має головне значення для поняття іронії.

Структура іронії спирається, перш за все, на висміювання, метою якого стає спрямовність у вигляді трансформації об'єкта іронії в позитивному ставленні. Безсумнівно, що роль іронії в продукуванні і реконструюванні “цінностей картини світу” є дуже важливою [49, 106]. Слід зазначити, що іронія, як і її оцінка, завжди має вербалізовану форму і структурується на основі відчуттів, емоцій і ідеальних уявлень мовних особистостей на основі усвідомлення нею невідповідності світу сформованому поданням про ідеал.

Для того, щоб виділити та розділити суперечливі питання, ми повинні розрізнити поняття іронії та сарказму як синонімічних аспектів структури іронії. Якщо спиратися на основу про те, що вид комічного має на меті особливий підхід до явищ, що, у свою чергу, є частиною світогляду, з'ясовується ряд важливих суперечностей іронії та сарказму в змістовно-прагматичному впливі, оскільки

сарказм – це зла й уїдлива насмішка, вища ступінь іронії і засіб комічності, в основі якого лежить гострий дошкульний глум, сповнений зневаги. Таким чином, іронія й сарказм відрізняються тонкою лінією емоціональності, і проявляються в деталях, що відіграє важливу роль у їхньому розпізнаванні. Іронія й сарказм є чинниками для диференціації людей. Іронії й сарказму властивий високий рівень індивідуалізму. Іронія й сарказм дають змогу мовній особистості максимально вірогідно представити себе через конкретні мовленнєві засоби. Саме тому цей висновок дозволяє нам спостерігати феномен іронії й сарказму з точки зору на лінгвістичне явище та розряд лінгвокультурологічного явища для наступних висновків й розширення поняття цього феномена. Таким чином, далі іронію у заданому напрямку дослідження варто розглядати як особливий спосіб світосприймання.

З боку естетики іронія має характеристику критичного самовираження митця, що показує різницю між задумом та втіленням, між завершеним твором мистецтва і його значенням для сприйняття творчої діяльності як силового поля. На основі аналізу естетики та її концепції, визначено, що різні розуміння втілень естетики визначають собою різницю в способах вираження художнього твору, які, у свою чергу, підкреслюють факт різних модифікацій авторської іронії. “Суб’єктивна” іронія є особливою чертою її автора, відзначаючи особливий характер естетики відносно дійсності і її значимості. Іронія, яка націлена на об’єктивність, має на увазі особливий стан реальності подій, будучи умовою всіх подій й сприйняття. У комунікативній ланці естетичній діяльності іронія сприйняття виправдана загалом у випадку політичного залучання мистецтва.

Оскільки іронія виражається мовою мистецтва або філософії і трансформується в стилістичні форми, остільки вона може бути охарактеризована принаймні за двома критеріями: як духовно-емоційний стан,

або настрій, і як символічна форма вираження з акцентом на риторичну структуру. За тональністю і формою вираження можна виділити такі різновиди іронії:

комічна іронія - насмішка над світом, яка протиставляє необхідності (природної, соціальної або моральної) вільну гру уяви. Зазвичай ця іронія супроводжується гумором - доброзичливим, якщо є симпатія до світу, або жорстким, якщо домінує антипатія;

сатирична іронія - насмішка з метою підкреслити недолік. На відміну від сатири іронічне висміювання, по-перше, має іншу мету ніж виправлення соціальних пороків, а по-друге, орієнтоване не на соціально типове, а на духовно ідеалізоване.

трагічна іронія - оманлива видимість з драматичними наслідками. Особистість виявляється жертвою обставин або самообману, що призводять у результаті, прямо протилежного її намірам. При цьому зберігається симпатія до світу;

нігілістична іронія - наруга, якій піддається світ, людина або його цінності. Так само не береться світ і не виправдовуються надії особистості. Однак методичне заперечення це не зниження до нічого, а вираз бунту, протесту, презирства або провокації, своєрідний вид героїзму чи розпачу. Така іронія супроводжується цинізмом, “чорним гумором”, фарсом або гротеском;

скептична іронія - недовіра суб'єкта до реальності або самому собі, яке передбачає неясність, невизначеність положення особистості (тріумф чи поразка?) і розуміння нестійкості, хиткості світу або системи цінностей. Сумнів - більш м'яке ставлення, ніж радикальне заперечення нігілістичної іронії. Така іронія супроводжується релятивізмом, пародіюванням або ігноруванням чого-

небудь. На відміну від попередніх типів вона переходить в негативну діалектику, є відкритою і нестійкою;

Повна та різка іронія - в просторі інтертекстуальності, гра, яка інсценує плюралістичний всесвіт, утворює нашарування, колажі, шви культурного тексту і змінює умови особистісної ідентичності. На відміну від попередніх типів вона є онтологічною і вторгається в процес дисперсії сенсу і перетворення ідентичності. Вона супроводжується відчуттям ейфорії, спрагою оновлення життя, часто переходить у веселий нігілізм.

Слід також поділяти іронію на окремі типи:

Словесна іронія

Коли промовець іронізує, він висловлює ідеї та почуття, використовуючи мову, яка умовно означає щось зовсім інше або прямо протилежне. Людина може мати жахливий день, але коли її запитують, вона замість цього стверджує, що "Мій день фантастичний!" Це твердження іронічне, точніше воно навіть саркастичне. Словесна іронія є дуже поширеним явищем, але це не означає, що вона не є ефективною.

Наприклад, один з найпотужніших рядків з Т. Еліота "Подорож волхвів" працює через словесну іронію. Один з волхвів, розповідаючи про їх прихід до народження Ісуса, зазначає, що: "*Знаходження місця; це було (можна сказати) задовільним*". Це є значним спрощуванням. Це місце, де народився християнський месія, що є головною метою подорожі. Але це іронічне спрощування є важливим, оскільки воно вказує на більш особисте питання, що виникає від народження Ісуса - відчуження нових християн у їхніх суспільствах. Іронія в цьому спостереженні зближує читача з історією і на досвіді оповідача робить це більш особистим та релевантним.

Вражає те, що словесна іронія не прагне бути гумористичною, але замість того, щоб продемонструвати серйозність і тяжкість занепокоєння поета, - вона описує труднощі підтримки віри, якої інші не мають.

Ситуаційна іронія виникає тоді, коли ситуація не відображає очікування того, що відбувається. Це трохи важче помітити в письмовій, ніж в словесній формі. Тому слід розглянути відомий приклад ситуаційної іронії від Джорджа Оруелла в “1984”. У наступному діалозі головний герой роману Сайм обговорює “Newspeak Dictionary”, за яким він працює. Він каже:

“The Eleventh Edition is the definitive edition,” he said. “We’re getting the language into its final shape — the shape it’s going to have when nobody speaks anything else. When we’ve finished with it, people like you will have to learn it all over again. You think, I dare say, that our chief job is inventing new words. But not a bit of it! We’re destroying words — scores of them, hundreds of them, every day. We’re cutting the language down to the bone. The Eleventh Edition won’t contain a single word that will become obsolete before the year 2050” [25, 5].

У цьому прикладі, Сайм - лінгвіст, який працює над створенням словника. Це може звучати як нудна тема, але його цікавить таке зауваження: *“We’re destroying words — scores of them, hundreds of them, every day”*. Це приклад ситуаційної іронії, практика любителя книг є протилежною до ролі, яку ми приписуємо редакторам словників. Саме ця несумісність та невідповідність між реальністю та очікуванням, робить переказ таким вражаючим та неоднорідним.

Іронічний скептицизм відбувається, коли структура чогось демонструє невідповідність між тим, що люди думають і тим, що сталося. Це зрозуміло, коли письменники використовують ненадійних оповідачів або особливо наївних оповідачів. Приклади цього можна знайти у романі Френсіса Скотта Фіцджеральда “Великий Гетсбі”. Факти біографії, сам образ героя і оцінка його,

неперевершена поява його в романі, заздалегідь виправдують і звеличують героя, коливаються, та змінюються, проходячи через усвідомлення оповідача, через його критичну недовіру, тимчасове розчарування і іронічний скептицизм, щоб закріпитися з новою силою в його (оповідача) співчутті, абсолютному прийнятті та захопленні.

“No Gatsby turned out all right at the end”;

“They are a rotten crowd - I shouted across the lawn. You're worth the whole damn bunch put together. I've always been glad I said that. It was the only compliment I ever gave him because I disapproved of him from beginning to end”.

В романі і через оповідача автор знаходить емоцію і тон по відношенню до зображеного життя: рідкісну в романі XX в. щирість і ніжність до героя без удаваної романтики і сентиментальності [16, 156].

Драматична іронія є специфічною формою структурної іронії. Вона спирається на учасника аудиторії який усвідомлює те, чого інші не знають. Драматична іронія використовується для поліпшення прихованих значень в діалозі або діях персонажів, оскільки аудиторія розуміє, що відбувається більше, ніж самі персонажі. Це знання може створити атмосферу очікування або навіть комедії. Персонажі, які не усвідомлюють основну істину ситуації, мабуть, будуть діяти неупереджено або навіть нерозумно, бо вони не знають справжніх намірів інших персонажів або реальних подій, які відбулися в сюжеті. Їх непорозуміння може призвести до більшого конфлікту і відчуття трагедії для аудиторії або читача. Наприклад, коли Брут намагається вирішити, приєднатися до змови проти Цезаря в трагедії “Юлій Цезарь” Шекспіра, він отримує кілька листів, написаних громадянами Риму, благаючи його підірвати владу Цезаря. Це, в кінцевому рахунку, штовхає Брута, нарешті, приєднатися до змови, але глядачі

знають, що ці листи були написані Кассієм, жадібним сенатором, який хоче знищити Цезаря і отримати частину своєї влади.

У лінгвістиці доволі часто зустрічаються терміни: тропи, експресивні засоби мови, стилістичні засоби, стилістичні прийоми. Ці терміни часто використовуються синонімічно, іноді в них вкладається різний зміст. Відомо, що у створенні іронічності важливе місце посідають особливі стилістичні прийоми, мета яких полягає у створенні певних звукових ефектів, тобто поєднання ряду фонетичних засобів.

На письмі звукова організація мови отримує іноді особливі форми, які лише підказують характер бажаної звукової інтерпретації [14, 271]. Як відомо, одним з найефективніших засобів емоційного впливу на слухача, засобом надання окремим словам та словосполученням особливої емпізи, являється інтонація. Інтонація традиційно визначається як складне поєднання висоти тону, сили звучання, темпу вимовлення, ритмічної організації, дистрибуції пауз, особливе поєднання яких і є засобом вираження іронії висловлювання.

Іншим прийомом, що пов'язаний зі звуковою орієнтацією мови та слугує для створення іронічного ефекту висловлювання, є звуконаслідування (ономатопея). Сутність цього прийому полягає в тому, що звуки підбираються таким чином, що їх комбінація відтворює будь-який звук, що асоціюється з виконавцем цього звуку [14, 272].

Фонетичні засоби у порівнянні з стилістичними та лексико-граматичними є менш частотними у створенні іронічного ефекту. Окрім цього останнім часом спостерігається зростання інтересу до вивчення особливостей функціонування іронії. Феномен іронії, без сумніву, є проявом різноманіття соціальних відносин. Іронічне бачення життя стало на сьогоднішній день однією з основних властивостей міжособистісного спілкування.

Найбільш використовуваним стилістичним засобом вираження іронії є *метафора*, тому на прикладі публіцистичної статі, з журналу новин, розглянемо детальніше цей прийом: *“Nobody wants to be the one who lets the next terrorist slip through his fingers”* [60, 1]. Цей вираз, що означає «прослизнути крізь пальці», характеризує терористів як хитрих та підступних. За допомогою цього фразеологізму автор прагне викликати в читача негативне ставлення до цих людей.

Джордж Бернард Шоу у своєму творі “Пігмаліон” демонструє іронічну дійсність: *“Most men are the marrying sort (poor devils!); and you’re not badlooking: it’s quite a pleasure to look at you sometimes— not now, of course, because you’re crying and looking as ugly as the very devil; but when you’re all right and quite yourself, you’re what I should call attractive”* [40, 4]. Більшість чоловіків залюбки одружуються (бідолахи!), а ви ж маєте нічогосеньку вроду: часом просто любо на вас подивитись – не зараз, звісно, бо ви все плачете і вигляд у вас бридкий, мов у самої чортиці, а коли ви в доброму настрої і схожі на саму себе, – отоді ви, можна сказати, привабливі. (Переклад мій (П.В.).

Іронічний підхід може допомогти зрівняти позиції автора і читача, відновлюючи діалог, оскільки тепер істина не щось задалегідь визначене і незмінне, а навпаки спільне и творче. Одночасно з виникненням діалогу з’являється можливість для безлічі думок і трактувань тих чи інших понять.

Також іронія здатна знизити негативність сприйняття того, що закладено в тексті. Іронія як психічний процес перетворює щось нестерпне, тривожне в протилежне. Тобто іронія привносить у дослідження медіатекстів гру, момент несерйозного ставлення до того, що занадто серйозно зачіпає людину.

Таким чином, іронія здатна зробити легкими для розуміння найскладніші для людини речі, особливо ті, які вона сприймає найсерйозніше і близько до

серця. Це дозволяє більш об'єктивно поглянути не тільки на позицію автора, а й сформулювати власне уявлення до того чи іншого питання, не опинившись під впливом авторської позиції. Людина не просто сприймає поняття, закладені в текст, а вписує їх в проблемне поле свого досвіду. Це може допомогти провести деяку дистанцію між собою і власними переконаннями та віруваннями. Тобто іронія дозволяє не тільки більш адекватно сприймати авторську позицію, а й допомогти переглянути, «переописати» власне розуміння, що відповідає прагненню медіаосвіти навчити об'єктивному сприйняттю інформації. Таким чином, іронія багатовимірна і сприяє усуненню від звичних трактувань і понять. Слід пам'ятати, що іронією треба користуватися з обережністю, оскільки у неї теж є межі. Якщо до певної міри вона корисна в силу своїх функцій, перерахованих вище, то в деяких ситуаціях іронія може перейти в насмішку, що зупиняє досить багато авторів в її використанні та застосуванні. Перш за все, вона є проявом певної неповаги до автора і його позиції.

1.2 Іронія та прийоми її перекладу

Основною проблемою, що викликає необхідність мовних перетворень, є наявність в іронічному контексті компонентів, невідомих в культурі тієї мови, на яку здійснюється переклад. Невідповідність деяких елементів культур зумовила використання при перекладі певних прийомів, метою яких є створення найбільш оптимальних варіантів перекладу іронічних конструкцій, а також прагнення зберегти індивідуальний стиль автора.

Існує чотири окремих способи перекладу іронії:

- 1) повний переклад,
- 2) розширення вихідного іронічного звороту,

- 3) антонімічний переклад,
- 4) додавання змістових компонентів.

Кожен з них слід розглядати окремо, аналізуючи при цьому супутні лексичні та граматичні трансформації, до яких вдається перекладач для відтворення іронічного ефекту.

Основним прийомом передачі речень медійного тексту, що містять іронію, є переклад з додаванням змістових компонентів. В умовах, коли повний переклад нездатен відобразити необхідне значення, а також стилістичне навантаження, зміст може бути передано шляхом додавання змістових компонентів або навіть перетворення образної основи іронічного звороту. Таким чином, речення:

“He said a mind like mine ought not to be expected to give itself away in steering boats – better let a mere commonplace human being see after that boat, before we jolly well all got drowned” [30, 123] містить компоненти (*a mind like mine; to give itself away in steering boats*), прямий переклад яких був би найгіршим з точки зору збереження іронії та розуміння іншомовною культурою. Найбільш доречним та раціональним в даному випадку є застосування прийому додавання змістових компонентів (*“таких високих натур, як я”*; *“марнувати себе на таке прозаїчне діло”*).

“Мовляв, від таких високих натур, як я, не можна вимагати, щоб вони марнували себе на таке прозаїчне діло; краще доручити його простому смертному, поки ми ще не потопились” [30, 123].

Іншим частотним способом перекладу іронії є повний переклад з незначними лексичними або граматичними перетвореннями. Як видно з наведеного прикладу, кожному з компонентів, що беруть участь у породженні іронії, вдалось знайти відповідник у мові перекладу, завдяки чому іронічний ефект було успішно відтворено:

I unrolled the sail, [...] “and then came the question, which was the top end. By a sort of natural instinct, we, of course, eventually decided that the bottom was the top, and set to work to fix it upside-down” [30, 15]

“Я почав розгортати вітрило. І тоді виникло питання: де ж у вітрила верх, а де низ? Звичайно, природжений інстинкт відразу підказав нам, що низ – це верх, і ми почали піднімати вітрило на щоглі догори ногами” [30, 15],

Це також являє собою приклад повного перекладу, перевагою якого є знаходження буквальних еквівалентів у мові перекладу.

Переклад повного виразу із деякими лексичними чи граматичними змінами застосовується у випадках, коли це дозволяє не тільки умовний, а і граматичний склад іронічного перетворення в оригінальному тексті, за умови збігу соціальних або культурних асоціацій. Не викликає труднощів переклад іронії, яка в тексті виражена одним або двома словами (прислівником, іменником, прикметником). Словосполучення *strong beauty* використовується у протилежному, іронічному значенні. У перекладі воно відтворене своїм прямим відповідником. Те саме можна сказати про випадки, коли іронія виражена риторичним запитанням. Зазвичай, такі випадки не викликають труднощів для перекладу і відтворюються аналогічним прийомом, наприклад, героїня “Ярмарка марнославства” Уільяма Мейкписа говорить:

“I’m so delighted you like dear Amelia,” she said quite eagerly to Mr. Bullock after the dance”. She’s engaged to my brother George; there’s not much in her, but she’s the best-natured and most unaffected young creature: at home we’re also fond of her”. “Dear girl! Who can calculate the depth of affection expressed in that enthusiastic so?” [49, 12]

“Я така рада, що тобі припала до серця наша дорога Емілія, – схвильовано мовила вона містерові Буллоку після танцю. – Вона наречена мого брата Джорджа. Щоправда, в ній нема нічого особливого, зате вона така добра і

наївна дівчина. В нас її всі так люблять! Люба дівчино! Хто міг би визначити з цього захопленого «так» глибину тієї любові” [49, 12]. - переклад роману Теккерей зробила О. Сенюк у 1979 році [15, 382]

Спосіб розширення іронічного звороту, представленого в тексті оригіналу, використовується у тих випадках, коли потрібно зберегти лексикограматичну форму оригіналу, додавши до вислову компоненти, які ширше розкривають значення іронії, наприклад:

“What is there in a pair of pink cheeks and blue eyes forsooth!” [49, 12],

“Та й правда, що в тих рожевих щічках і блакитних очах такого гарного?” [49, 12].

Наступним способом перекладу іронії є антонімічний переклад, коли форма слова чи словосполучення замінюється на протилежну (позитивна – на негативну і навпаки):

“Although schoolmistresses’ letters are to be trusted nor more nor less than churchyard epitaphs; yet, as it sometimes happens that a person departs this life who is really deserving of all the praises the stone cutter carves over his bones; who IS a good Christian, a good parent, child, wife, or husband; who actually DOES leave a disconsolate family to mourn his loss; so in academies of the male and female sex it occurs every now and then that the pupil is fully worthy of the praises bestowed by the disinterested instructor” [50, 1].

“Хоч свідченням шкільних виховательок можна вірити стільки ж, як цвинтарним епітафіям, часом трапляється, що небіжчик справді заслуговує на всі ті похвали, які витесав каменяр над його кістками, -- він і добрий християнин, і добрий батько, добра дитина чи дружина, і дійсно-таки залишив невтішну родину, яка щиро його оплакує; так і в школах, чоловічих і жіночих, трапляється учень, що справді заслуговує на ті гарні слова, які щедро розсипає йому безсторонній учитель” [50, 1].

Аналіз уривків роману Уільяма Мейкпіса Теккеря "Ярмарок марнославства" в контексті досліджуваної теми демонструє, що основні труднощі при перекладі іронії полягають в необхідності відтворення і засобу її вираження, і збереженні іронічного ефекту в цілому. Набагато складніше, коли іронія виражена фразеологізмом, адже проблема полягає як у відтворенні власне усталеного звороту, так і у збереженні іронічного ефекту. Існує декілька шляхів відтворення фразеологізмів: за допомогою повних або приблизних фразеологічних еквівалентів та нефразеологічний переклад, який включає в себе калькування, власне лексичний переклад та описовий переклад. Наприклад:

"But my kind reader will please to remember that this history has "Vanity Fair" for a title, and that Vanity Fair is a very vain, wicked, foolish place, full of all sorts of humbugs and falsenesses and pretensions" [49, 95].

"Та хай ласкавий читач не забуває, що наша повість у яскравих жовтих палітурках має заголовок «Ярмарок марнославства», а Ярмарок марнославства – дуже негарне, блазенське місце, де панує пиха, всіляке ошуканство, фальш і облуда" [49, 95].

Англійський фразеологізм 'vanity fair' означає ярмарок марнославства (світ гонитви за грішми). В оригіналі його вжито в протилежному, іронічному значенні. Як бачимо, перекладач використала власне лексичний переклад ярмарок суєти, що є поширеним прийомом вираження іронії як в англійській, так і в українській мові. Розглянемо на прикладах.

"In Miss Jemima's eyes an autograph letter of her sister, Miss Pinkerton, was an object of as deep veneration as would have been a letter from a sovereign" [50, 1].

"Кожен власноручний лист своєї сестри міс Джемайма шанувала так глибоко, наче то було послання коронованої особи" [50, 1].

“Good-bye, Colonel. God bless you, honest William! Farewell, dear Amelia. Grow green again, tender little parasite, round the rugged old oak to which you cling!”
[49, 871]

“Прощавайте, полковнику! Хай Бог благословить вас, чесний Вільяме! Прощавайте, люба Еміліє! Зелений знову, тендітна повитице, обвиваючись навколо могутньо старого дуба, до якого ти пригорнулася” [49, 871].

Також іронія може вдтворюватись за допомогою гіперболи:

“...and looking at Mr. George Osborne’s pall interesting countenance she thought in her little heart, that in His Majesty’s army, or in the wide world there never was such a face or such a hero” [49, 695]. “Бо, дивлячись на бліде, вродливе обличчя Джорджа Осборна, на його гарні, чорні, кучеряві й виплекані бакени, на які й він сам поглядав надзвичайно вдоволено, вона думала в простоті свого наївного серденька, що ні в армії його величності, ні в цілому світі немає другого такого красеня й такого героя” [49, 695].

Антономазія – це ще один з засобів створення іронії:

“He was only good enough to be a fairy prince and oh, what magnanimity to stoop to such a humble Cinderella” [49, 450].

“Його можна було зрівняти хіба з казковим принцом; о, який він великодушний, що спустився до скромної Попелюшки!”

Порівняльний аналіз іронічних висловлювань в англійському романі W.M. Thackeray «Vanity Fair» (1886) і його перекладу українською мовою доводить, що переклад іронії безпосередньо залежить від засобу її вираження в оригіналі. Основна мета при перекладі іронії полягає у передачі іронічного ефекту та збереженні при цьому засобу вираження іронії в перекладі.

Проаналізувавши способи перекладу найбільш вживаних мовних засобів реалізації іронії, можна зробити висновки:

При перекладі іронічних зворотів, вираженням іронії в яких слугує інтонація, найчастіше застосовується повний переклад та додавання змістових компонентів, менш вживаними є способи розширення вихідного іронічного звороту та антонімічний переклад.

Завдяки аналізу наукової літератури та дослідженням даної проблеми можна виділити декілька прийомів вираження іронії, що використовуються в процесі перекладу українською мовою, а саме: повний переклад, збільшення іронічного звороту, антонімічний переклад, додавання певних змістових компонентів. Кожен з них слід розглядати на прикладах з художніх творів, досліджуючи при цьому притаманні лексичні та граматичні трансформації, до яких вдається перекладач для відтворення іронічного ефекту.

1.3 Лінгвістичні особливості медіа-дискурсу

Дискурс, в загальному вигляді, – одне з найскладніших і найменш чітко визначених понять в сучасних гуманітарних дослідженнях, що вказує на різне відношення лінгвістів до цього поняття. Так, Н. Д. Арутюнова визначає дискурс як зв'язний текст в сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними та іншими факторами; мова розглядається як цілеспрямована соціальна дія [52, 136]. Деякі вчені вважають, що поняття дискурсу ширше, ніж текст. Дискурс – це одночасно і процес мовленнєвої діяльності, і її результат – а результат і є текст. Ми розглядаємо дискурс, як мовленнєву реалізацію типу соціальної практики. Всі сучасні типології дискурсу так чи інакше виділяють дискурс ЗМІ як самостійний тип дискурсу. Це обумовлено соціальною значимістю тієї комунікативної сфери, яку репрезентує даний тип дискурсу. Спираючись на головні функції ЗМІ в суспільстві, які виокремлюють вітчизняні і західні вчені, можна виділити наступні функції ЗМІ: 1) інформативну, 2) соціалізуючу, 3) установлення “порядку денного”, 4) політичну, 5) впливу на

свідомість, або формування громадської думки, б) розважальну й основними функціями дискурсу ЗМІ, на нашу думку, є інформативна і маніпулятивна. Інформативна функція передбачає точність поданої інформації, що дає змогу створення єдиної системи її сприйняття, вміння журналіста аналізувати і узагальнювати, стилістичну стриманість викладу матеріалу, конкретність і об'єктивність в поданні фактів і подій і максимальну стислість висловлювання.

Сучасне життя висуває нові вимоги до рівня сприйняття ЗМІ. Іронія як з'єднання суб'єктивного і об'єктивного початку є одним з найбільш ефективних способів вирішення проблеми знаходження рівноваги між неупередженістю і власним розумінням людини. Іронія дозволяє сприймати авторські ідеї неупереджено, залишаючись при цьому доступною. Одночасно, за рахунок переконань в ідеях автора, вона дозволяє засумніватися і «переписати» власні переконання. Таким чином, дослідження іронії дуже важливе, ось чому можна говорити про можливість використання іронії в якості однієї з медіаосвітніх методик та про її крайню ефективність в цій сфері. Хоча не слід забувати про обмеження, що накладаються специфікою самої іронії.

Сьогодні стрімке розповсюдження інформації у всьому світі дає поштовх для нових галузей та напрямків у роботі сучасної людини, а також різноманітних сфер діяльності. Медіа представляє собою величезну павутину ЗМІ у якій працює неймовірна кількість людей по всьому світу. Як не дивно мова та її особливості є головним важелем завдяки якому ми разом рухаємо світ, але деколи виникають труднощі, адже мова не одна і трактування тих чи інших понять завдає складнощів у спілкуванні не тільки між різними індивідами але й між великими корпораціями та країнами. Тому для вирішення цього питання до нас на допомогу приходять саме перекладачі. Виступи в ООН або різні політичні медіа-дискусії, все це та навіть більше ми можемо спостерігати завдяки нашим новинам, газетам,

телебаченню та іншим інформаційним джерелам. Саме в таких місцях з'являється поняття іронії в якості ланки, що може поліпшити або ускладнити процес дискусії, або навіть викликати медійну некомпетентність у багатьох сферах.

В останні роки з'явилося багато робіт, присвячених вивченню медіа-комунікацій, як аспекта масової комунікації. **Медіа-дискурс** (або дискурс масової інформації) – це зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психологічними чинниками тощо, він є найбільш актуальним в сучасному медіапросторі, адже відображає не тільки комунікативно-інформаційні, а й політичні, економічні, культурні настрої та тенденції сучасного соціуму [8, 15]. Отже, медіа дискурс – це глобальна всеохоплююча категорія сучасного комунікативно дискурсу, яка виступає певним фоном та в якому відображаються актуальні настрої суспільства в різних сферах діяльності – політиці, економіці, культурі, а також динамічні сучасні процеси, як: перефрази, лексичні новотвори, крилаті вислови, семантичні неологізми, "реанімовані" архаїзми, запозичення з інших мов світу. Одним і головних елементів медіадискурсу та його існування тісно пов'язане і медіатекстом. В загальному значенні медіатекст-це розширене тлумачення тексту. На сьогодні, текст розуміється як частина певного дискурсу, як висловлення в межах цього дискурсу. Йому властиві певні моделі створення і сприйняття тексту, для розуміння цього тексту. Медіа-дискурс, розуміється як єдність змісту та форми, діяльності, інструмента і результату, надає нормативну, регулятивну дію на комунікативні ситуації та навіть на дискурсивний простір.

Лінгвістичні особливості медіа-дискурсу - дуже важливий аспект у даній сфері, оскільки саме тема та середовище визначають основні положення характерних лінгвістичних ознак у обговорюваній темі.

Лінгвокультурні і соціокультурні засоби досягнення іронічного змісту в медіа-дискурсі дійсно помітні і визначаються особливостями національної культури і відповідними ефектами соціокультурного контексту, тим самим формується і розвивається соціальна реальність цього суспільства, яка комічно і сатирично представлена в різних виступах [9, 180]. Вони, з одного боку, мають певну оригінальність, яка зумовлена законами жанру, а з іншого - виявляє певний стереотип у формуванні гумористичних дискурсів, особливо їх трансляції та глядацького сприйняття. Ці виступи обумовлені внутрішніми і умовними стандартами і нормами, переважаючими в тій чи іншій лінгвокультурі, а в ній вважаються загальноприйнятими, "типовими" [39, 394].

У новинах існують спеціальні механізми в основі яких лежить принцип відбору найбільш популярних і коментованих новин, опублікованих на авторитетних ресурсах. Головний автор цих новинних ЗМІ - пошукова машина, яка відбирає публікації відповідно до запитів конкретних користувачів або всієї Інтернет-аудиторії. За даними Pew Internet, перегляд агрегатів новин у читачів займає значно менше часу, ніж перегляд цілих газет. Цей факт свідчить, що більшість читачів переглядають опис статті та заголовки, а пошукова машина направляє їх на сайт тільки в тому випадку, якщо читач хоче докладніше ознайомитися з публікацією. Отже, цілі заголовків - залучення уваги користувачів, наприклад, шляхом включення в них популярних ключових слів. Візьмемо заголовки з таких газет, як The Times та The Guardian: "Після Пальмири, повідомлення Ісіді: що ви знищите, ми будемо перебудовувати" (опікун); "Пальміра знову підніметься", «Ми повинні надіслати повідомлення терористам: "Піратська атака для кандидатів"»; "Збереженні океани використовують більше пластику"; "Чотири арешти над лондонським терористичним устроєм". Ціль включення таких слів як "терористи" - зробити заголовок популярним пошуковим запитом. За рахунок часткових передач новин про різні катастрофи,

лиха, злочині та інших кримінальні аварії не тільки на території відповідного місця, а й усього світу, свідомість людини, що занурена в такий дискурс, з часом криміналізується, відносно стає подавленою, боязкою, жорстокою. Тож використання негативної лексики підбирає під себе свідомість і думки її аудиторії.

Автори статей сучасного медіа-дискурсу мають тенденцію добиватися максимально високого рівня доступності викладеної інформації, в результаті чого відбувається імітація синтаксичних конструкцій, властивих розмовному стилю, а також застосування лексичних одиниць, що належать до розмовного стилю. Саме так в медіа-текстах часто використовуються стилістичні прийоми, що забезпечують художню експресію за рахунок лексичних засобів. Ось, наприклад, розмовний аналіз, який фактично зосереджується на структурах розмови у взаємодії, що означає, що він зосереджується не тільки на розмові, а й на розмовах у професійних та робочих місцях, таких як зустрічі служб консультації лікарів-пацієнтів, судові засідання, обговорення в класі тощо, а також політичні промови та медіа-жанри. Всупереч етнографії мовлення, це підхід, що має на увазі дані, що не вимагають від аналітика знання ідентичності учасників. Мета розмовного аналізу насправді полягає в тому, щоб знецінити те, що ми зазвичай приймаємо як належне, щоб краще зрозуміти механізми, які лежать в його основі. Таким чином, оскільки розмова є прототипною спільною подією, розмовний аналіз в основному стосується опису послідовних схем, дослідження стратегій, прийнятих учасниками для того, щоб взяти свою чергу або "ремонтувати" проблему в переговорах про право говорити. Як правило, для того, щоб взяти чергу, учасники повинні визначити місце релевантності переходу, яке в розмові зазвичай вказує на особливі просодичні та граматичні структури, а також на невербальну поведінку.

У сучасній лінгвістиці існує як мінімум два підходи до визначення терміну «медіа-дискурс». Відповідно до першого, медіа-дискурс – це специфічний тип мовно-мисленнєвої діяльності, яка характерна виключно для інформаційного поля мас-медіа [6, 151]. У цьому розумінні слід розрізняти медіа-дискурс та інші самостійні типи дискурсу, як, наприклад, політичний, релігійний, науковий і т.д. Відмінності між ними визначаються модифікаціями параметрів дискурсу: різними мовними практиками та комунікативними ситуаціями своєї реалізації. Відповідно до другого підходу, під медіа-дискурсом розуміють будь який вид дискурсу, який реалізується в межах масової комунікації, що продукується ЗМІ. Так, можна говорити про політичний, релігійний, педагогічний та інші медіа-дискурси. Мається на увазі, що для своєї реалізації зазначені типи інституційного дискурсу допускають наявність відносно сталого набору практик виробництва, трансляції і інтерпретації масової інформації. Наявність мети в медіа-дискурсі вказує на те, що він знаходиться у певній модальності по відношенню до певної предметної області. Це означає, що медіа-дискурс описує, пояснює, прогнозує щось, що сприймається як реальний предмет і щодо чого можуть бути побудовані раціональні судження. Предметна область медіа-дискурсу включає в себе концепти, що утворюють його тематичне і смислове «ядро». Мета, яку перед собою ставить медіа-дискурс, реалізується також і у власне комунікативному плані і конкретизується в комунікативних характеристиках. Статусно-рольові та ситуативно-комунікативні особливості учасників спілкування, умови передачі і отримання недійних повідомлень, стратегії спілкування, способи комунікації – все це, з одного боку, впливає на інтерпретацію повідомлень, але з іншого боку, складає частину смислової структури.

Отже, медіа дискурс звернений до суспільства в цілому. Це обумовлює використання загально оціночної лексики, переважно соціально значущих і соціально закріплених мовних засобів і суспільно-політичної термінології. При

дослідженні проблеми класифікації текстів масової інформації акцентується увага на тому, що сукупність видів масової інформації слід розглядати як цілісний потік соціальної інформації. Саме тому класифікація медіа текстів здійснюється у відповідності з переважанням однієї з двох головних функцій ЗМІ – інформативної чи аналітичної. Так, в основі змісту інформаційного медіа-дискурсу лежить повідомлення, фіксація факту як події; загальною ознакою аналітичних медіа-дискурсів є інтерпретація фактів, їх аналіз та узагальнення.

Висновки до 1 розділу

Іронія (грец. *eironia* – прикидання) – різновид комічного, який розкриває суперечливу природу явищ через гостре, побудоване на контрасті очевидного і прихованого, висміювання, коли за вербально вираженою позитивною оцінкою приховується заперечення і насмішка.

Можна виділити три засоби іронізування: *відкритий, схований та особистий*. Такі засоби відрізняються обсягом інформації, що дозволяє виявити невідповідність буквального вираження і щирості. За класифікацією та висловлюванням ми розділяємо *безособову іронію, самоіронію й драматичну іронію*. Прийнято поділяти іронію на окремі типи: *словесна іронія та ситуаційна іронія*, та різновиди: *комічна, сатірична, трагічна, нігілістична, скептична та різка*. Слід визначити декілька прийомів вираження іронії, що використовуються в процесі перекладу українською мовою, а саме: повний переклад, збільшення іронічного звороту, антонімічний переклад, додавання певних змістових компонентів.

Отже, медіа дискурс – це глобальна всеохоплююча категорія сучасного комунікативно дискурсу, яка виступає певним фоном та в якому відображаються актуальні настрої суспільства в різних сферах діяльності – політиці, економіці, культурі, а також динамічні сучасні процеси, як: перефрази, лексичні новотвори, крилаті вислови, семантичні неологізми, "реанімовані" архаїзми, запозичення з інших мов світу. Були вивчені сутність та призначення іронії у медіа-дискурсі, труднощі, що виникають у процесі її перекладу. Лінгвокультурні і соціокультурні засоби досягнення іронічного змісту в медіа-дискурсі дійсно помітні і визначаються особливостями національної культури і відповідними

ефектами соціокультурного контексту, тим самим формується і розвивається соціальна реальність цього суспільства.

Іронія має багато видів та виражається багатьма засобами, у данному дослідженні у теоретичній частині ми детально розглянули не тільки види та прийоми передачі іронії, але й зрозуміли механізм на прикладі відомих творів і відомих на весь світ прикладів літератури та не тільки. Іронія несе у собі тонку насмішку, підкреслення або висміювання окремої риси, вона має чіткі межі та тісно пов'язана з іншими тропами, але не у випадку з ситуаційною іронією, у ситуаційній іронії, іронія виходить за межі тропа та набуває нового значення, завдяки якому, ми починаємо розглядати іронію з погляду психолінгвістики.

РОЗДІЛ 2. Переклад іронії у медіа-дискурсі

2.1 Особливості іронії у медіа

Поняття медіа походить від “латинського *medium* - посередник. Під даним терміном мається на увазі власне сам носій комунікації, який використовується для передачі і виробництва символічних форм. Однак характеристик і способів визначення медіа надзвичайно багато” [61, 26].

Е.А. Кожемякіна стверджує, що медіа-дискурс - “це глобальна всеохоплююча категорія сучасного комунікативно дискурсу, яка виступає певним фоном та в якому відображаються актуальні настрої суспільства в різних сферах діяльності – політиці, економіці, культурі, а також динамічні сучасні процеси, як: перефраз, лексичні новотвори, крилаті вислови, семантичні неологізми, "реанімовані" архаїзми, запозичення з інших мов світу. Один з головних елементів медіадискурсу та його існування тісно пов'язане і медіатекстом. В загальному значенні медіатекст-це розширене тлумачення тексту. На сьогодні, текст розуміється як частина певного дискурсу, як висловлення в межах цього дискурсу. Йому властиві певні моделі створення і сприйняття тексту, для розуміння цього тексту” [8, 13].

Відомий канадський учений, один з родоначальників Торонтської школи комунікації Маршалл Маклюен під медіа мав на увазі будь-які зовнішні розширення людини [12, 7]. Сюди відносилися і одяг, і багато предметів побуту, і канали комунікації, і усне мовлення та ін. Такий підхід активно застосовують представники технологічного детермінізму, які вважають, що сфера комунікацій дійсно відноситься до всіх зовнішніх розширень людини. Дійсно, адже ЗМІ розширюють погляд людини і інформують нас про ті чи інші події або речі. Тому дуже важливо розуміти, які саме стилістичні прийоми використовуються у медіа.

Спербер і Вілсон, які стверджують, що, будучи іронічним, оратор повторює думку, яку він / вона приписує комусь іншому, одночасно відриваючись від неї, мовчазно висловлюючи несхвалення, ставлення - "від легкого насмішки до дикої зневаги" [42, 60]. Спербер і Вільсон відзначають динамічну картину, що відділяється від певної ситуації, тому, що вони вважають її помилковою. У цьому випадку спікер фактично відзначає, що вірно те, що протилежне; одночасно спікер висловлює ставлення до тих, хто міг би мати таке ставлення. Однак не всі випадки іронії такі. Наприклад, в іронічній цитаті оратор зазвичай відмежовується від думки, яка не лунала, тому що вона є хибною, але й «тому, що висловити це або провести її за обставину, було б абсолютно абсурдним» [6, 61]. Або, точніше, суть іронічного цитування можна пояснити таким чином: цитата набуває іронічного змісту в новому контексті, коли його зміст і конотації з попереднього контексту вступають у гру з новим контекстом, таким чином до іронії [42, 30].

Насправді, аналіз Спербера і Вільсона наводить до аналогічного висновку [6, 55]. У іронії завжди існує деяка невідповідність між буквальним значенням експозиції та реального комунікативного наміру автора. Іншими словами, іронічні висловлювання передають певні прагматичні імплікатури, які завжди включають оцінку приписуваних думок і часто також людей, які тримають такі думки. Отже, іронія є оціночним пристроєм і пов'язана зі значеннями. Іронія не завжди легко впізнається. Для того, щоб "пропозиція" іронії була сприйнята як іронічна, вона повинна бути визнана одержувачем як повторювана думка, що неявно приписується деякому джерелу. Спербер і Вільсон стверджують, що адресат визнає іронію і відновлює іронічні висловлювання через принцип релевантності. «Будь-яке висловлення, адресоване комусь, автоматично передає значення своєї актуальності» [48, 88] - тобто його потенціал для зміни пізнавального середовища адресата. У термінах Спербера і Вільсона когнітивне

оточення індивіда є сукупністю припущень, які слід виявляти йому; припущення проявляється індивідууму в певний час, якщо і тільки він здатний у той же час представити його концептуально і прийняти це уявлення як істинне або, можливо, істинне. Щоб змінити когнітивне середовище аудиторії, необхідно зробити певний набір припущень маніфестним або більш явним для нього [47, 71]. Одержувач інтуїтивно шукає інтерпретацію, що стосується його / її в конкретному контексті, і, як стверджують Спербер і Вільсон, завжди існує тільки одна така інтерпретація.

Розглядаючи даний випадок, ми можемо звернутися до сучасної медіа на прикладі відомої американської актриси Еллен Дедженерес, яка веде своє власне ток-шоу “Ellen Show”. У інтерв'ю з Уиллом Смитом сам актор і ведуча використовують різні стилістичні прийоми, звісно для покращення розуміння або інтерпретації власних думок або тверджень, тож розглянемо декілька з них. Розмова починається з обговорення успішності у Інстаграмі, і, як виявляється на момент зняття передачі, Уилл Смит не має власного Інстаграм, тому Еллен бажає просвітити актора, на що Уилл відповідає *“You're the best. I need you to be my master ”* [53, 13-21]. При перекладі ми отримуємо відповідник *“Ти краща. Ти потрібна мені, щоб бути моїм наставником”*. Наставник - це деяке перебільшення і насправді воно іронічне, оскільки Уилл іронізує на тему його здібностей і просить допомоги у Еллен, після чого актор знов іронізує *“That didn't come out right. It was just the wrong choice of words”* - *“Це вийшло дещо не правильно. Це був просто неправильний вибір слів”* [53, 13]. Звичайно Уилл мав зовсім не те, що мав на увазі, але це прозвучало саме так, як це ми почули. Далі картина розгортається дещо несподівано, коли Еллен просить Уилла зробити комічне фото “Duck lips” і актор без вагань робить це фото, зал помирає від сміху, а комічна ситуація безпосередньо відноситься до популярного інтернет мема, у

якому даний стиль фото стає прикладом для глузування, але ведуча та актор знають про це і роблять наголос на іронічності цієї дії.

2.2 Використання іронії у медіа-дискурсі

Дане дослідження полягає у зрозумінні особливостей перекладу іронії у медіа, що саме сприяє вживанню іронії у медіа. Слід розглянути функцію іронії у медіа та передані іронічні висловлювання в деяких медіа-текстах, які в них використовуються, для виявлення елементів когнітивного середовища, які мають вирішальне значення для визнання цих функцій, і для того, щоб побачити, як іронія відтворюється в англійських перекладах текстів. В останні роки спостерігається значне зростання зацікавленості у дослідженнях ЗМІ.

Ми розглядаємо іронію, як явище, завдяки якому дискурс набуває нового відтінку. У цьому просторі ми відрізняємо сарказм, насмішку, підкреслення будь-яких недоліків, що нашоухують нас на думку, а як саме, де та коли використовується іронія? Сьогодні явище медіа-дискурсу досить поширене, це можуть бути газети, новини, електронні ресурси або шоу. Одним з таких шоу стало Шоу Ника Єббота. По формату це було ток-шоу, у якому люди задавали питання у прямому ефірі, та виходило воно в нічний час. У одному з епізодів Єббот запропонував підлітку кинути свою дівчину, тому що вона відмовлялася від близькості з ним. Потім його критикували у одній з журнальних статей, після чого він висказувався у адрес автора статі таким чином, що дівчина розцінила його слова, як домагання у результаті чого радіо-станції було присуджено штраф 20000 фунтів стерлінгів. Була у цьому іронія? Безсумнівно, не тільки у словах самого Єббота, а й у самій ситуації, яка склалася на момент проведення шоу. Після цього Єббота перевели у іншу програму, де він був простим ведучим. У одному відривку Єббот розмовляє з своїм слухачем, якому подобається грати по правилам його програми та демонструвати упередженість [13, 197]:

"N. Eh. : Ha, Wooster

Listener: Hello, Nick

N. Eh. : Healthy.

Listener: hi, the guy who tried to be politically correct, tired of everyone, tell me?

N. E. : (.) His opinion was good but mmm...

Listener: I would not say so, I sat and stripped the scabs from the body of my cat. My cat had these scabs on his body, and I was sitting there ripping them off because this guy was so boring.

N. E. : I'd rather listen to it than your talk about scabs of your cat.

N. E. : I don't want you to interrupt the news.

Listener: as I said, My cat had no body terrible scabs and I really want to talk.

N. E. : Anything but your cat.

Listener: Ah, I came home with this in the evening after I saw this cool group at the mouth, it's called Blognuff.

N. E. : so (slowly)

Listener: awesome

N. E. : Hm

Listener: And I came and got you.

H. E. : I like this guy from Romford, I'd say he's a cable.

Listener: Yes, the cable. I came and turned you on, so to speak, and my neighbor outside the door started banging on the wall.

N. E. : Yes, this is the first time when someone turns me on, and I myself about I don't know.

Listener: You're lucky, faggot. I went home, but I have to tell you about this woman. I used to live with her sister, and she was really fat.

N. E. : What are you talking about your sister?

No, it's my neighbor's sister.

N. E. : And so.

Listener : my neighbor's Sister did not like her neighbor and she moved to me, but she did not like me and she moved back.

N. E. : that's How I understand it.

Listener : So what happened next is a very interesting story, hmm.

N. E. : I'm sure it will be interesting when.

Listener : No, she didn't tell me about her sister.

N. E. : Phew”,

Переклад уривку наш (П.В.)

“Н.Е. : Ха, Вустер

Слухач: Привіт Нік

Н.Е. : Здоров.

Слухач: Привіт, той хлопець, який намагався бути політкоректним, усіх втомив, скажи?

Н. Е. : (.) Його думка була хороша але ммм...

Слухач: Я б так не сказав, я сидів та здирав струпи з тіла мого кота. У мого кота на тілі з'явилися ці струпи і я сидів і обдирав їх, тому що цей хлопець був таким занудою.

Н. Е. : Я б краще послухав його, ніж твої розмови про струпи на твоєму коті.

Н. Е. : Не хочу щоб ти переривав цим новини.

Слухач: (як) я вже сказав, У мого кота була не тілі жахливі струпи і я дійсно хочу поговорити.

Н. Е. : Про що завгодно, тільки не про твого кота

Слухач: А, я повернувся додому цим вечером після того, як я побачив цю класну групу в Вустирі, вона називається Vlogniff.

Н. Е. : так (повільно)

Слухач: офігенна

Н. Е. : хм

Слухач: І я прийшов і завів тебе.

Н. Е. : Мені подобається цей хлопець з Ромфорда, я б сказав, що він кобель.

Слухач: Так, кобель. Я прийшов і завів тебе, так сказати, і мій сусід за дверима почав тарабанити в стіну.

Н. Е. : Так, це вперше, коли мене хтось заводить, а я сам про це і не знаю.

Слухач: Ти щасливчик, педик. Я пішов додому, але я повинен тобі розповісти про цю жінку. Я колись жив з її сестрою, і вона реально була жиртрестом.

Н. Е. : Що ти таке говориш про свою сестру? Ні це сестра моєї сусідки

Н. Е. : А так.

Слухач : Сестрі моїй сусідки не подобалася її сусідка і вона переїхала до мене, але я їй не сподобався і вона переїхала назад.

Н. Е. : Так я її розумію.

Слухач : Так а що трапилося потім це дуже цікава історія, хм.

Н. Е. : Я впевнений що вона стане цікавою, колись.

Слухач : Ні вона не розповідала мені о своїй сестрі.

Н. Е. : Фух”.

Еббот зустрічає слухача, який намагається підіграти, але не у інтересах самого ведучого. Слухач провокує Еббота спочатку розмовою про свого kota, а потім і взагалі заводить самого ведучого до провокаційної думки у якій прослідковується чітка іронія і що саме характерне, іронію використовую не тільки сам слухач, а й Еббот коли відповідає: “Так я її розумію”, тим самим повідомляючи про те що він ознайомився з жахливим характером свого слухача.

Візьмімо інший випадок на прикладі відомої газети The New York Times.

Іронія у заголовку “*We Are Not a ‘Cabal,’ Just Critics of Trump*” [57, 9] націлена на критику Трампа у побудові піар-компанії у сфері мас-медіа і наступне що ми бачимо, це підзаголовок “*Never before have a few guys with podcasts, academic postings and Twitter accounts constituted such a powerful evil empire*” [57, 9]. Під “імперією зла” ми повинні розуміти всеохоплюючий вплив політики Трампа.

Розглядаючи цей випадок іронії у політичному дискурсі, ми бачимо, що іронія трапляється на кожному кроці:

“During the preparation for his second 2012 debate with Mitt Romney, I had to walk President Barack Obama through the conspiracy theories about the Benghazi attacks so he’d be ready for them: that he issued a “stand-down” order, for instance, to deny

military assistance, or that we'd watched the attacks unfold in the White House via a drone feed. He didn't believe me at first — unlike the current occupant of the Oval Office, he rarely watched cable news" [57, 9] Жартівлива фраза "*current occupant of the Oval Office*" повідомляє нам про відношення автора статті до чинного президента США, таким чином пояснюючи, що окупант, це людина, що займає особливу посаду, але не називає його ім'я та не конкретизує саму особу. Іронією слугує те, що автор ніби підкреслює, що насправді присутність даної особи не є бажаною та належить лише з вимушених на те причин.

Утсума розробляє численне моделювання іронії [45, 967]. Однак його підхід передбачає взаємодію між мовцем і слухачем іронії, що ускладнює його застосування в якості обчислювальної моделі для обробки онлайн-текстів. Тим не менш, з поширенням додатків Web 2.0 і значним обсягом даних, які стали доступні, моделювання іронії отримало підвищений інтерес з боку області обробки природної мови. Карвалью досліджують ідентифікацію іронії за допомогою усних і жестових підказок в тексті, включаючи сміх, розділові знаки та звуконаслідувальні вирази. Автори повідомляють про точність від 45 до 85%. Вів і Хао запропонували алгоритм для поділу іронії та не іронії і її порівнянь. Грунтуючись на часто використовуваних словах і частих структурах в іронічних порівняннях, алгоритму вдається ідентифікувати 87% іронічних порівнянь. Виникає алгоритм класифікації на основі шаблонів для виявлення іронії в Twitter і Amazon та інших соціальних чи інформаційних мережах, тому слід побудувати класифікатор. Їх підхід заснований на чотирьох різних типах ознак (а саме: підписи, несподіванка, стиль і емоційні сценарії) і багатообіцяючі результати: класифікатор отримує F-бали до 62% і 76% з незбалансованим і збалансованим розподілом відповідно.

Сучасна більшість обчислювальних методів - корпусне і використання категоричних ярликів, таких як іронія, як підписаний автором тексту, складно. Наскільки відомо, досі не було розроблено жодних керівних принципів для більш тонкої анотації вербальної іронії в контенті соціальних мереж або інформаційних джерел без використання інформації як наприклад хештегів. Тому якщо зосереджуватися на моделюванні іронії англійською та українською у ЗМІ, відповідно до стандартного визначення, ми визначаємо іронію, як оцінний вираз, полярність якого (тобто позитивна, негативна) змінюється між буквальною та передбачуваною оцінкою, що призводить до невідповідності між буквальною оцінкою та її контекстом. Це визначення поєднує ряд аспектів, які визначаються як властиві іронії в різних дослідженнях, включаючи її імпліцитний і оцінний характер. Це визначення аналогічно визначенню англомовних дослідників в тому, що іронія впливає на полярність, виражену в буквальному і передбачуваному значенні. Ми часто вважаємо за краще термін "зміна полярності" зверненням полярності, оскільки виражене почуття в іронічному заяві також може бути сильніше або менш сильним (в іронічній гіперболі і применшення, відповідно), ніж передбачуване.

Найчастіше у медіа зустрічається фразова іронія, оскільки вона має величезне значення для сучасного світу медіа та перекладачів, які займаються у цій сфері. Аналізуючи передбачувану «зміну» звичайного оціночного упередження наприклад такої фрази з відомого ток-шоу "Ellen Show" Уилл Смит говорить: *"I've ruined it. I'm so sorry. See what I'm saying? Take the baby away"* [58]. За замовчуванням цей зразок, тобто, що *"I've ruined"*, "Я зруйнував" його з іронічним ефектом, носить глузливий характер, оскільки раптово Еллен говорить, щоб з знімального майданчика забрали дитину, це шоу і це викликає ще більшу іронію, дитина замутилася на витівку Еллен але вона продовжує шоу і забирає дитину, намагаючись швидше загладити цю ситуацію. На підставі даних

це показує нам, що такі «перевернуті» версії можуть стати визнаним і популярним у власних колоах. Щось схоже, сталося з фразами у політиці, але вони відрізняються від не явної фразеологічної іронії в тому, що вони явно віддаляють читача за замовчуванням і включають оціночний розворот, це стосується не тільки стандартного основного значення фрази але і її більш сильного метафоричного сенса. «Іронічний розворот позитивного / оптимістичного відтінку шляхом запровадження суперечливого елементу «Здоровість» (наприклад, згусток крові, гниле серце), що перетворює прагматичний ефект оптимістичної обіцянки на повідомлення або попередження у “паперовому світі” ЗМІ. Тому іронічний висновок, тобто попереднє використання оптимістичної версії виявилось неправильним та може бути висміяний як некомпетентний або нещирий коментар.

2.3 Труднощі перекладу іронії з англійської мови на українську у ЗМІ

“Класичні підходи до мас-медіа пояснюють їх пристрій виходячи з того, що з себе представляє продукт: передбачається, що у комунікатора вже є інтенція, у аудиторії вже є очікування, мова вже володіє назавжди закріпленими сенсами, а канал вже має набір характеристик, детермінуючи певні значення” [60].

На прикладі моделі Халлідая, що використовує термін “контекст культури” [51, 327] для екстралінгвістичного соціокультурного середовища, в якому виробляється текст і де він діє. Наступний рівень є дискурсом, який запроваджується традиційними жанрами, тексти яких є індивідуальними прикладами. Текст складається з конкретного реєстру в «контексті ситуації», в якому обмінюється значення між учасниками. Три напрямки сенсу семантики дискурсу виражаються специфічними лексичними та граматичними виборами. Лексикограма - це рівень фонології (у розмовній мові) або графології (у письмовій мові). Звичайно, ці вибори також мають сенс у процесі перекладу;

вони повинні бути ідентифіковані, інтерпретовані та перекладені належним чином з належним урахуванням мовних специфічних відмінностей та жанрових конвенцій. Як метод аналізу, аналіз дискурсу є цілісним, маючи справу з усіма складовими акта комунікації. Це метод, який вивчає дискурс у контексті культури та ситуації, її структури та окремих складових. Вона надає модель для розкриття вибору та зв'язування їх з конкретними проблемами та контекстами, в яких працює перекладач. Під час підготовки до цього спеціального випуску Zhang et al. (2015) в Університеті Макао досліджували тенденції публікації в аналізі та перекладі дискурсу в період від публікації дискурсу та перекладача (1990) до кінця 2013 року.

Мас-медіа має на меті повідомити отримувача о будь-якій інформації і головним способом для цього у нашій сучасності є медіа інтернет, телебачення, газети та багато інших. На прикладі відомого українського журналу ми можемо розглянути політичні статі між 2010 та 2014 роками в «Українському тижні» - якісний український журнал, що має як українську, так і англійську версії. Журнал охоплює політику, економіку і мистецтво, і, як говорить офіційний сайт, спрямований на соціально зайнятого читача, який поділяє Європейські цінності, такі як демократія і лібералізм.

Український Тиждень - один з декількох українських ЗМІ, які з'явилися після Помаранчевої революції. Англійська версія журналу «Український тиждень» виходить щомісяця і містить підбірку статей, які вважаються найбільш цікавими для українських читачів. Друковане англійське видання розповсюджується міжнародним авіакомпаніям, прес-службам посольств і консульств, гучних готелів тощо. Журнал також доступний в Інтернеті. Тому ми можемо передбачити, що цільова аудиторія англійського видання є англійськими іноземцями, в основному західними, які цікавляться Україною. На думку

видавців, тексти перекладаються з української мови англійською мовою носіями англійської мови, хоча імена перекладачів не згадуються ні в друкованих виданнях, ні на сайті. Оскільки англійське видання створюється тим самим медіаресурсом, що і український, то доцільно припустити, що комунікативна мета англійських перекладів багато в чому схожа з цією метою оригіналів; тому читання перекладача в оригіналі в цьому випадку має тенденцію бути сумісним, а не тактичним чи стійким у термінах Мартіна та Уайта [34, 206]. Матисон Д. вважає, що місія перекладача виконується, коли «думка перекладача полягає в тому, щоб відтворити джерело «вірно» незалежно від того, чи він або вона згоден з джерелом чи ні. Між тим, цільові читачі англійського видання не можуть вважати, що вони поділяють ті ж самі пізнавальні середовища, як і цільові читачі української версії, оскільки вони належать до різних культур. Статті, що ми обговорюємо, охоплюють політичні питання і належать до жанрів ЗМІ, які не просто звітують про деякі події (відносно) нейтральним шляхом, а надають точку зору на конкретну проблему і таким чином можуть впливати на громадську думку. Як відомо, автори іронічних текстів використовують не тільки фактичні аргументи, але й мову, зокрема мову оцінювання. Оцінка дозволяє одержувачам історії створити модель відповідної інформації в тексті, яка відповідає намірам касира, про що свідчить спосіб передачі інформації про світ історії” [13, 13].

Іронія, яка є предметом цього дослідження, може бути особливо ефективною у виникненні почуття солідарності між автором і читачем, оскільки вона не є явнооціночною. Як зауважує Пууртінен, “неявні значення”, ймовірно, будуть більш ефективними і підступними саме через їх невидимість і малоімовірність їхніх ініціюючих заперечень [35, 215].

Слід проаналізувати іронічні висловлювання у вихідному тексті та їх переклад в цільовому тексті, заснованому на принципі релевантності. Ось наприклад стаття у журналі Український тиждень

“Viktor Yushchenko A special distinction ‘Unique pensioner’:

Having lost his bid for re-election already in the first round with a pitiful 5% of the vote, the ex-President has not only set himself up better than any of other ‘losers’, but better even than many a winner. In contrast to the former, investigators are not interested in him (or those near him) due to some unknown reason. Besides, now Mr. Yushchenko no longer has to concern himself with state affairs and can communicate with ‘his nation’ only when he feels like it and only on topics of interest to him. Perhaps, the luxury living on the state-granted dacha is really a decent reward for the failed rule and shameful election result.”

“Віктор Ющенко спецномінація “Унікальний пенсіонер”. Програвши з нищівними 5 відсотками ще в першому турі, екс-президент влаштувався набагато краще не тільки, ніж інші “лузери”, а й багато переможців. На відміну від перших, ним чомусь не цікавляться слідчі органи (як, до речі, й близькими йому людьми). До того ж пан Ющенко тепер не мусить перейматися державними справами, а спілкуватись зі “своєю нацією” може лише тоді, коли хоче, і лише на бажані йому самому теми. Можливо, шикарне життя на залишеній йому дачі справді варте провального правління та ганебного результату на виборах” [55, 1].

Іронічний ефект створюється за рахунок того, що ватор перекладач використовує такі вирази, як: “Унікальний пенсіонер”, “лузери” або навіть ставить риторичне питання з прихованим сенсом “ ним чомусь не цікавляться слідчі органи (як, до речі, й близькими йому людьми)” автор іронізує на тему політиків та корумпованої влади).

Використовуючи іронію, автор оцінює поведінку цих політиків, мабуть, очікуючи на солідарність від цільової аудиторії. У 2010 році в Україні відбулися президентські вибори, і більшість інформації у статті “АНТИгерої 2010”, яка пов'язана з цією важливою подією надається з емоційним ефектом.

Для того, щоб визнати цей вплив в оригіналі, адресат повинен приймати припущення, що спікер є корумпованим і цинічним. Це припущення не може бути частиною пізнавального середовища західних читачів, або може виявитися менш вираженим для них, ніж для українських читачів. Тому західний перекладач, який сам є не зацікавленою особою, вирішив вказати про декі елементи, що на його думку мають суттєве значення. Деякі приховані значення, швидше за все, будуть втрачені для цільових читачів перекладу.

На думку Грайс, іронія - це випадок розмовного характеру. Викриваючи максимальні якості, виступаючий припускає протилежне тому, що сказано. Іроніст говорить щось таке, що він не вважає істинним, хоча це не в його / її намір сказати брехню. Намір, переданий ініціатором, закликає слухача шукати додатковий сенс. Одержувач відчуває схильність відкидати буквальне значення і згодом розшифровувати. Мається на увазі значення, яке, ймовірно, має бути «явно пов'язаним із судженням; Найбільш очевидною суперечкою є суперечливість того, що він прагне висунути» [27, 34]. У більш пізньому дослідженні, Грайс [27, 41], розширює визначення іронії, включивши в неї поняття відношення: «Щоб бути іронічною, між іншим, прикидатися (як припускає етимологія), і хочеться, щоб вимога була визнана такою, анонсувати її як викриття, яка б зіпсувала ефект» [27, 54]. Тут іронія визнається як словесний ресурс, призначений для передачі оціночної позиції з боку виступаючого. Хатім і Мейсон, у своєму обговоренні перекладу іронії, відзначають, що отримання відповідних імплікатів іронічних пропозицій досягається шляхом “узгодження

виду, явно вираженого з будь-яким незгодним поглядом, вираженим у тексті; та / або відповідність вигляду, явно вираженого з тим, що вважається таким (взаємне когнітивне середовище)” [28, 99]. Фактично, таким чином, Хатім і Мейсон пояснюють, як принцип практичності працює з іронічними пропозиціями на практиці. Коли справа доходить до перекладу, Хатім і Мейсон справедливо зауважують, що те, що підходить для читача вихідного тексту, може бути не так для читача цільового тексту, оскільки вони "діють в різних когнітивних середовищах" [28, 93] і "не однаково обладнані для завдання умовляння” [28, 93]. Що взагалі передбачається та має місце в культурі джерела, може бути не так у культурі-мішені. Тому перекладач повинен зробити припущення про когнітивне середовище читача цільового тексту, щоб переконатися, що комунікативний намір автора реалізується в цільовому тексті. Іноді “перекладач може відчувати необхідність надавати додаткові сигнали” [28, 99] за визнання іронії. З іншого боку, оскільки іронія є оціночним тропом, її переклад можна розглядати і з цієї точки зору. Пууртинен зазначає, що “стратегії перекладу, що застосовуються до оцінок вихідного тексту, в кінцевому рахунку визначаються метою перекладу – нейтральною звітністю або навмисне маніпулювання думками - як і більш широкий контекст” [35, 221]. Дотримуючись при цьому того, що переклад звичайно проводиться з іншою комунікативною метою, ніж оригінал, або принаймні або спрямовані на іншу аудиторію, робить висновок, що саме оцінювання на так званих "критичних" пунктах вихідного тексту може бути найбільш складним для перекладу. «Критичні» пункти включають, серед іншого, виклик оцінки, який може бути “культурно” розташований [37, 91]. Відповідні вибори в цільовому тексті, викликані свідомо чи несвідомо, викликані “спільними соціальними цінностями в цільовій культурі та індивідуальними оцінками перекладача” [37, 92].

Розглядаючи засоби вираження іронії, Т. Н. Клименко виділяє наступні вербальні рівні і засоби її експлікації не тільки у літературному жанрі, а й сучасній розмові. На фонетичному рівні відзначаються інтонаційно-графічні засоби (різні шрифти і види накреслення, еліпси, лапки, дужки). На лексичному рівні іронія створюється за допомогою використання семантично контрастних одиниць, авторської мовної гри [51, 4].

Функції іронії різноманітні, але основна, як зазначає О. І. Соловйова, є оцінна функція: “У самої іронії як прийом вже закладена функція вираження оцінки, тому журналіст, об'єктивність матеріалів якого навіть в інформаційних жанрах є відносною, використовуючи іронію, виконує, як мінімум, два завдання: висловлює своє ставлення до описуваних подій і тим самим впливає на читача або глядача” [53, 9].

У зв'язку з цим «при перекладі іронії перекладач повинен виконувати подвійне завдання: по-перше, здійснити сам факт перекладу, тобто передати фактуру написаного, а по - друге, відобразити позицію автора. При цьому перекладач повинен зберегти манеру і стиль оригіналу, і якщо фраза в оригіналі покликана викликати у читача посмішку, то пропозиція в перекладі має викликати ту ж реакцію у носія мови перекладу. Інтерпретація ґрунтується на знанні фактів дійсності, зумовлених національною ментальністю, а також знанні лінгвостилістичних засобів побудови іронічного сенсу [53, 9].

М. Є. Лазарева вважає, що при передачі іронії “перекладач повинен не тільки добре знати ситуацію в країні мови оригіналу і розуміти основу іронічних кодів автора, але і мати чітке уявлення про те, як те чи інше висловлювання сприйме читач, не знайомий з культурою країни оригіналу” [10, 103]. Все вищесказане знаходить відображення в прийомах перекладу іронії, виділених Т. А. Казакової [6, 320]:

1. Повний переклад з незначними лексичними або граматичними перетвореннями.
2. Розширення вихідного іронічного обороту застосовується в тих випадках, коли сенс іронічного слововживання неочевидний для іншомовного культурного середовища.
3. Антонімічний переклад.
4. Додавання змістових компонентів.
5. Культурно-ситуативна заміна.

Розглянемо, наскільки реалізуються дані прийоми перекладу на прикладі аналізу англомовних ситуативних іронічних висловлювань з англомовної публіцистики: *“These columns will win Nobel Prizes in economics, literature and fields not yet invented, like kickassness and noyouidntity. - За свої статті я отримуватиму Нобелівські премії в галузі літератури, економіки та в інших областях, які поки не винайшли, наприклад, у сфері відпадології та нічогособіведення”* [26, 20]. Автор, іронізуючи над американською ментальністю, використовує неологізми, утворені за допомогою словосполучення – *kickassness i noyouidntity*, перший неологізм будується на словосполученні *kick ass i суфікс -ness* і перекладається як отпадологія.

Другий – складається з словосполучення *no you didn't it* і суфікс *-u* і передається на українську мову як окреме ведення. Як бачимо, іронічний зміст висловлювання, що представляє легку жартівливу критику, збережуться за допомогою прийому повного перекладу неологізмів з незначними лексичними перетвореннями відповідно до норм української мови.

“The Afghan capital, Kabul, was ‘liberated’ and, not long after, a ‘democratic’ government installed (filled, in part, with a familiar cast of warlords, human rights violators, drug lords, and the like)” [55].

– *“Афганська столиця Кабул була 'звільнена', незабаром після чого там закріпилася 'демократичне' уряд, що складався головним чином з наших старих знайомих польових командирів, порушників прав людини, наркобаронів та подібної їм публіки”.*

В даному уривку за допомогою іронії виражається негативна критика політичних заходів США по відношенню до Афганістану. Іронічні конотації містяться в словах 'liberated' і 'democratic', виділення їх лапками вказує, що дані лексичні одиниці містять протилежний зміст. Уряд, що складається з польових командирів, порушників прав людини і наркобаронів, ніяк не можна назвати демократичним, а прихід такого уряду до влади звільненням. Для збереження негативної авторської оцінки перекладач використовує прийом повного перекладу.

Розглядаючи механізм перекладу іронії, можна зробити висновок, що він включає в себе кілька етапів: перший передбачає інтерпретацію іронії, її декодування в українській та англійській мовах, за допомогою виявлення її експліцитної та імпліцитної оцінки. При цьому також необхідно враховувати цілі іронічного висловлювання (встановлення відносини домінування, критику або схвалення у формі дружнього або грубо-жартівливого докору), які сприяють його адекватному розумінню на комунікативнопрагматичному рівні. Другий – направлений на визначення мовних засобів вираження іронії в оригінальному тексті і пошук засобів передачі іронічного висловлювання з англійської на українську мову. Для вирішення даної задачі перед перекладачем стоїть альтернатива – використовувати прийом повного перекладу іронічного

висловлювання, коли іронія передається іронією, або знайти інший спосіб її можливої адекватної передачі, який максимально зберігав би єдність форми і змісту оригіналу. Варто зазначити, що у медіа автор може зазначити висловлювання як іронічне, можливо іронічне або не іронічне. Згідно з цією схемою висловлювання вважається іронічним, якщо воно являє собою зміну полярності між буквальним сенсом і передбачуваною оцінкою. Зміни в оцінці іронії реалізується трьома способами: за допомогою протиставлення (тобто буквальна оцінка протилежна передбачуваний оцінці), гіперболи (тобто буквальна оцінка сильніше передбачуваної оцінки) або применшення (тобто буквальна оцінка є недоцільною).

Інтерпретуючи іронію, коментатори, таким чином, шукають контрастні якості, що можуть натякати на іронію у медіа. Іронія являє собою дуже складний феномен, будучи одночасно і категорією мови, і категорією мислення. Цей факт обумовлює існування різних трактувань іронії в лінгвістиці та філософії, в рамках яких її інтерпретації варіюються від її визначення як фігури мови до її розуміння як світоглядної позиції автора. Саме тому сучасні дослідники говорять про труднощі перекладу іронії. Традиційне лінгвістичне тлумачення іронії зводиться до її визначення як антифразису, тобто як стилістичної фігури, пов'язаної з вживанням слова або вираження в протилежному сенсі. Однак на сьогоднішній день традиційне розуміння іронії розширено багато в чому завдяки дослідженням у галузі філософії та лінгвістики. Іронія починає розглядатися як багатопланове і поліфункціональне явище.

Дослідники розмежовують іронію як троп, засіб створення образності, який будується на вживанні слова в значенні, протилежному буквальному з метою тонкої або прихованої насмішки і іронію як категорію комічного, що реалізує особливий світогляд і світосприйняття і відрізняється від гумору, сатири,

сарказму, пародії та інших форм комічного невідповідністю між планом вираження і планом змісту. Актуальність і обґрунтованість такого багатопланового розуміння іронії підтверджується і спостереженнями, які були здійснені у цій роботі в рамках вивчення особливостей функціонування іронії у політичному медіа-дискурсі.

Так, з одного боку, іронія являє собою авторський підхід до сприйняття дійсності, що знаходить своє вираження в мові. І в цьому сенсі іронія виступає як політично і соціально значущий феномен, часто використовуваний авторами для дифамації політичного опонента.

Висновки до 2 розділу

Слід розглядати іронію у медіа як стилістичний прийом, що використовується, особливо у випадках комунікації, коли ситуаційна іронія досягає своєї критичної точки для отримувача інформації. Також необхідно пам'ятати про те, що іронія багатозначна і деякі фразеологізми можуть бути не вірно сприйняті, як у випадку з виступами закордонних політичних діячів, адже вони мають власні культурно-специфічні уявлення, на відміну від українських.

Звичайно, головною особливістю іронії у медіа є середовище, в якому вона використовується. Саме завдяки середовищу визначаються “межі”, за якими ті хто обговорюють іронію або перекладачі передають значення тих чи інших понять або явищ, оскільки світ медіа має міжнаціональну основу та глобальну систему комунікації. Особливості використання іронії у медіа будуть розвиватися з поглибленням світу у подоланні мовних бар'єрів.

Ми розглянули іронію у політичному дискурсі, з боку того, як використовується офіційний стиль, тому дослідження використання іронії у даному випадку має своє виправдання, оскільки слухачі та діячі дискурсу ведуть бесіду у обговоренні важливих речей, у основі яких повинні лежати реальні факти і події, але, якщо взяти до уваги не ділові або офіційні розмови, а, наприклад, шоу, у якому головною метою є не наділити публіку корисною інформацією, а створити емоційне забарвлення від розмови, то у цьому випадку іронія буде влучною та виправданою.

Звичайно головні складнощі у перекладі іронії це культурні, соціальні та національні відмінності. На прикладі іноземних перекладачів та політичного світу України ми спостерігаємо свого роду дисонанс навіть у лексичній частині, коли перекладач вимушений застосовувати синоніми завдяки яким можна пояснити явище, чи подію, але при цьому втратити сенс, що дійсно мав на увазі

автор чи діяч статті або проекту в якому використовувалася іронія і чи дійсно її використання було виправдане. Окрім лексичної частини ми спостерігаємо складнощі на національному рівні, оскільки іронія часто має на меті вказати на недолік або суперечливе ставлення до об'єкта чи події але при цьому не може донести своєї думки до людини, що мешкає в іншій країні та ніколи не зустрічалася з подібними проблемами у своїй країні, а це може бути економічна, соціальна або навіть історична частина життя людини.

Розглядаючи механізм перекладу іронії, можна зробити висновок, що він включає в себе кілька етапів: перший передбачає інтерпретацію іронії, її декодування в українській та англійській мовах, за допомогою виявлення її експліцитної та імпліцитної оцінки. При цьому також необхідно враховувати цілі іронічного висловлювання (встановлення відносини домінування, критику або схвалення у формі дружнього або грубо-жартівливого докору), які сприяють його адекватному розумінню на комунікативнопрагматичному рівні. Другий – направлений на визначення мовних засобів вираження іронії в оригінальному тексті і пошук засобів передачі іронічного висловлювання з англійської на українську мову. Для вирішення даної задачі перед перекладачем стоїть альтернатива – використовувати прийом повного перекладу іронічного висловлювання, коли іронія передається іронією, або знайти інший спосіб її можливої адекватної передачі, який максимально зберігав би єдність форми і змісту оригіналу.

ВИСНОВКИ

У процесі роботи над темою дослідження всі поставлені завдання були вирішені, що дозволило досягти мети роботи. Були вивчені теоретичні джерела з проблеми дослідження, уточнено поняття “іронія”, “дискурс”, “медіа” розглянуто функції іронії і засоби її реалізації, виявлено прийоми створення іронії в медіа тексті, проаналізовано функціонування іронії в дискурсі.

Розвиток сучасного інформаційного суспільства створює підвалини для впливу засобів масової комунікації на почуття та думки людей. Формування критеріїв оцінок та хід думок, нав'язування моделей поведінки є першочерговою метою в умовах медіатизації простору, в якому мова мас-медіа зіштовхується з необхідністю розширення потенціалу мовних одиниць для досягнення більш ефективного вираження ідей. Завдяки своїм властивостям та ознакам іронія стала найкращим засобом для досягнення даної мети. Саме тому з'ясування особливостей мовного вираження іронії прийомів та засобів її перекладу є важливим у рамках медіатексту.

В процесі роботи було з'ясовано загальні теоретичні аспекти категорії «іронія», розглянуто класифікацію мовних засобів її вираження, визначено структурні, стилістичні та прагматичні особливості вираження іронії у медіатекстах. В результаті застосування комплексних методів дослідження на масиві близько 300 синтаксичних одиниць було встановлено, що при перекладі іронічних зворотів, вираженням іронії в яких слугує інтонація, найбільш частотними є повний переклад та додавання змістових компонентів. Менш вживаними є способи розширення вихідного іронічного звороту та антонімічний

переклад, а стилістичні фігури в тексті найчастіше перекладають за допомогою додавання змістових компонентів.

Іронія сприяє вираженню тонкої насмішки та приймає участь у створенні іронічного ефекту. Іронія неоднозначна і неоднорідна в своєму структурному вираженні і з точки зору семантичної характеристики. Іронія набуває нового значення у контексті медіа, особливо це відчутно у ситуаційній іронії, оскільки саме у ній ми можемо розглядати іронію з сторони психолінгвістики. Іронія трактується як засіб художньої виразності, що передбачає контраст двох смислів: того, що має бути, і того, що є насправді. Під іронією розуміється прихована насмішка. Іронія виступає ефективним засобом відсторонення від дійсності.

Аналіз теоретичних джерел свідчить про великий інтерес до явища іронії протягом багатьох років, яка не згасає і нині. З'являється чимало праць, досліджень, в яких автори представляють власний погляд на іронію. Іронія виступає неодмінним атрибутом мовної поведінки комуніканта, яка характеризує його мову. Ця сторона комунікації пов'язана з різними факторами: з дотриманням етичних норм і правил поведінки, зі специфікою комунікативної ситуації, з особливостями відносин між взаємодіючими сторонами.

Дослідники розмежовують іронію як троп, засіб створення образності, який будується на вживанні слова в значенні, протилежному буквальному з метою тонкої або прихованої насмішки і іронію як категорію комічного, що реалізує особливий світогляд і світосприйняття і відрізняється від гумору, сатири, сарказму, пародії та інших форм комічного невідповідністю між планом вираження і планом змісту. Актуальність і обґрунтованість такого багатопланового розуміння іронії підтверджується і спостереженнями, які були здійснені у цій роботі в рамках вивчення особливостей функціонування іронії у політичному медіа-дискурсі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аверинцев С. С. Судьбы европейской культурной традиции в эпоху перехода от античности к средневековью / С. С. Аверинцев // Из истории культуры средних веков и Возрождения сб. ст. / отв. ред. В. А. Карпушин. – Москва: Наука, 1976. – С. 17–64.
2. Асмус В. Ф. Античная философия / В. Ф. Асмус. – Москва: Высшая школа, 1976. – 543 с.
3. Богомолова, С.И. Терминосистемы: формирование и функционирование / С.И. Богомолова // Язык и общество в синхронии и диахронии. – Саратов, 2005. – С. 418-449.
4. Виллер Э. А. Учение о Едином в античности и средневековье: Антология. / Э. А. Виллер; пер. с норвеж. И. М. Прохоровой. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2002. – 667 с.
5. Кам'янець А. Б., Некряч Т.Є Інтертекстуальна іронія і переклад / Т.Є. Некряч Інтертекстуальна іронія - К.: Видавець Карпенко В.М., 2010 р. -176 с.
6. Казакова. Т.А. Практические основы перевода / Т.А. Казакова. – Серия: Изучаем иностранные языки. – СПб.: «Издательство союз» – 2001. – 320 с.
7. Кирия И. В., Новикова, А. А. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — (Учебники Высшей школы экономики). – 423 с.
8. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2010. – № 2 (73). – Вып. 11. – С. 13-21.

9. Кулинич М. А. Лингвокультурология юмора / М. А. Кулинич – Самара: СамГПУ, 1999. – 180 с.
10. Лазарева М.Е. Языковые средства выражения иронии на материале норвежских публицистических текстов : Дис. Канд. Фл. Наук: 10.02.04 / М.Е. Лазарева – Москва, 2005. – 198 с.
11. Поланьи К. Великая трансформация/ К. Поланьи– Спб: Апетеия, 2002– 440с.
12. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека /М. Маклюэн – М.: Кучково поле, 2011 -212с.
13. Матисон Д. Медиа-дискурс: анализ медиа-текстов / Д. Матисон – М.: Гуманитарный центр, 2013. – 264 с.
14. Мороховский А.Н. Стилистика английского языка/ А.Н. Мороховский, О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В. Тимошенко. – К.: Вища школа, 1991. – 241с.
15. Теккерей В. Ярмарок марнославства / Перекл. з англ. О. Сенюк. /В. Теккерей – К.: Дніпро,1979. – 382 с.
16. Фіцджеральд Ф.С. Великий Гетсбі / Ф.С. Фіцджеральд – К.: Знання - 2014. – 198 с.
17. Attardo, S. Multimodal markers of irony and sarcasm/ Attardo, S., Eisterhold, J., Hay, J., and Poggi, I. (2003). // International Journal of Humor Research, (2003) -16:– 260 pp.
18. Attardo, S. Irony as relevant inappropriateness / S. Attardo // Journal of Pragmatics, 2000 -826 pp.
19. Bassnett, S. Translation in Global / Bielsa and Bassnett S. – News. London and New York, Routledge, 2009 -10 – 162 pp.

20. Bednarek, M. Evaluating Europe – parameters of evaluation in the British press / M. Bednarek C. Leung and J. Jenkins (eds.) Reconfiguring Europe – the Contribution of Applied Linguistics. London: BAAL/Equinox (British Studies in Applied Linguistics), 2006 – 137-156 pp.
21. Charteris-Black J. Analysing political speeches: Rhetoric, discourse and metaphor / Charteris-Black J. -Basingstoke & New York: Palgrave-MacMillan, 2014 – 45-49p.
22. David B. A Modest Proposal: A Discussion Guide / B. David, Strie Ireland 2013 – 38 pp.
23. Donald B. Sarcasm as sociation: the rhetoric of interaction / B. Donald // Canadian Review of Sociology and Anthropology , 1965 – 198pp.
24. Eleni K. Irony via “surrealism”/ K. Eleni: // The Pragmatics of humour across discourse domains, 2011 – 51-68pp.
25. Gorwell G. Nineteen Eighty-Four / G. Gorwell. Secker and Warburg –Heugton Mifflin, 2013 – 237 pp.
26. Grice H. P. Logic and Conversation / H. P. Grice - University of California, Berkeley 1975 – 58 pp.
27. Grice H. P. Studies in the Way of Words / H. P. Grice. – Cambridge: Harvard University Press 1989 -34 pp.
28. Hatim B. I. Discourse and the Translator / B. I. Hatim – London: Longman, 1990 - 99 pp.
29. Jey Mycob. The nature of irony: Toward a computational model / J. May // Journal of Pragmatic, 1991– 151 pp.
30. Jerome K. Jerome: Three Men in a Boat / K. Jerome – J. W. Arrowsmith , 1889 - 123 pp.

31. Jerome K. Jerome *Three Men on the Bummel* / K. Jerome J. W. – Arrowsmith, 1900 – 170 pp.
32. Kaufer, David. *Understanding ironic communication* / D. Kaufer // *Journal of Pragmatics*, 1981 – 510 pp.
33. Kumon-Nakamura, Sachi, Sam Glucksberg, Mary Brown. *How about another piece of pie: The allusional pretense theory of discourse irony*/ Kumon-Nakamura // *Journal of Experimental Psychology: General* 1995 – 124 pp.
34. Martin J. R. *The Language of Evaluation: Appraisal in English* / J. R. Martin and P. R. R. White – New York: Palgrave Macmillan. 2005 – 276 pp.
35. Puurtinen T. *Defining patterns in Translation Studies* / T. Puurtinen and H. Stotesbury 2007 -19 (2) – 197–221pp.
36. Reah, D. *The Language of Newspapers*. / D. Reah. Second Edition. – London: Routledge 2002 –117 pp.
37. Schäffner C. *Political Discourse, Media and Translation* / C. Schäffner -Newcastle upon Tyne – Cambridge Scholars Publishing. 2010 – 4-17 pp.
38. Schäffner C. *Political Discourse Analysis from the point of view of Translation* / C. Schäffner -*Journal of Language and Politics*, Volume 3, Issue 1, Jan 2004 – 117 – 150 pp.
39. Schwarz J. *Linguistic Aspects of Verbal Humor in Stand-up Comedy* / J. Schwarz – Saarbrücken: Sierke, 2010 – 452 pp.
40. Shaw, G. B. *Pygmalion* / G. B. Shaw – Brentano's Press; New York, NY. 1916 – 300 pp.
41. Shelley, C. *The bicoherence theory of situational irony* / C. Shelley // *Cognitive Science*, 2001 – 818 pp.

42. Sperber D. Irony and the Use Mention Distinction / D. Sperber – Elsevier Sequoia S.A., Lausanne - Printed in Tile Netherlands 1981 – (60)-286 pp.
43. Thackeray W.M. Vanity Fair. / W.M. Thackeray Vanity Fair. – London: SMITH, ELDER & CO. Wordsworth Editions Limited, 2001. – 450pp.
44. Toolan, M. The Language of Press Advertising/ M. Toolan // Ghadessy, M. Registers of Written English. – London: Pinter Publishers, -1988 – 64 pp.
45. Utsumi, A. A Unified Theory of Irony and Its Computational Formalization / A. Utsumi, Stroudsburg, PA, USA // Proceedings of the 16th Conference on Computational Linguistics – Academic Press, New York, 1996 – 967 pp.
46. Wallace, W. D. How registers register: a study in the language of news and sports/ W. D. Wallace // Studies in the Linguistic Sciences, 1977 – 78 pp.
47. Wilson, D. On verbal irony / D. Wilson -Lingua, North-Holland, 1992 – 76 pp.
48. Wilson D. Explaining Irony in Meaning and Relevance / D. Wilson - Cambridge UP, 2012. – 145 pp.
49. William Makepeace Thackeray. Vanity Fair / W.M. Thackeray – Punch magazine, United Kingdom, 1847 – 871 pp.
50. Zhang M. Introduction to Discourse Analysis in Translation Studies / M. Zhang Routledge - The University of Michigan -2015 - 334pp.
51. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи / Т.Г. Добросклонская. - <https://superlinguist.ru/lingvistika-teksta-skachat-knigi-besplatno/dobrosklonskaia-t-g-voprosy-izucheniia-mediatekstov-opyt-issledovaniia-sovremennoi-angliiskoi-mediarechi.html>

51. Клименко, Т.Н. Типы и текстообразующие функции иронических контекстов (на материале романов-антиутопий): автореф. дис / Т.Н. Клименко // Человек и наука – 2007. [Электронный ресурс] – Режим доступа - <http://cheloveknauka.com/typy-i-tekstoobrazuyuschie-funktsii-ironicheskikh-kontekstov>.

52. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. — М.: Сов. энциклопедия, 1990. [Электронный ресурс] – Режим доступа - <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-ironicheskikh-vyskazyvaniy-v-dialogicheskom-vzaimodeystvii-na-primere-tekstov-nemetskih-portretnyh-intervyu>.

53. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. - №2 (73). – 2010. – Вып.11. – С.13-21). [Электронный ресурс] – Режим доступа -http://www.discourseanalysis.org/ada2_1/st20.shtml

54. Соловьева О.И. Ирония как средство речевого воздействия в публицистическом дискурсе / О.И. Соловьева. Речевое поведение журналиста как носителя элитарной речевой культуры: материалы II научно-практической конференции [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://politlinguist.ru/materials/conf/%D0%A0%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B7%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D0%B52016.pdf>

55. Український тиждень // “Антигерої”. [Электронный ресурс] – Режим доступа – <https://m.tyzhden.ua/publication/6170>

56. Afghanistan, the Forgotten Proxy War Part I / [Электронный ресурс] – Режим доступа - <https://www.globalresearch.ca/afghanistan-forgotten-proxy-war/5676045>

57. The New York Times / Opinion. [Электронный ресурс] – Режим доступа - <https://www.nytimes.com/2018/08/31/opinion/ben-rhodes-cabal-trump-nsc-memo.html>

58. Ellen D. Ellen Show / Шоу Элли Дедженерес. [Электронный ресурс] – Режим доступа - https://www.youtube.com/watch?v=txw965bK_IQ

59. Макс Фрай понятие концепции иронии, Ирония / Макс Фрай. Азбука. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://azbuka.gif.ru/alfabet/i/irony/>

60. U.S. News and World Report, October 29, 2001, 14 [Электронный ресурс] – Режим доступа - <https://www.wolfgangs.com/magazines/u-s-news-and-world-report-october-29-2001/magazine/OMS07940.html>

61. American Psychological Asso (APA): Media. (n.d.). / Online Etymology Dictionary. Retrieved 2008, [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dictionary.reference.com/browse/media>