

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ
ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

КАФЕДРА ТЕОРІЇ, ПРАКТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

**КУРСОВА РОБОТА
З ПРАКТИКИ ПЕРЕКЛАДУ**

**на тему: «Засоби вираження оцінки в характеристиці політичної еліти на
метеріалі сучасної англомовної преси та стратегії її відтворення
українською мовою»**

Студентки 4 курсу групи ЛА-381
спеціальності 035 “Філологія”
Мальчик Катерини Олегівни
Науковий керівник:
д. філ., ст. викл.кафедри
Шаранова Юлія Володимирівна

Кількість балів: _____ Оцінка _____

Члени комісії _____
(підпис) (вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

(підпис) (вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

(підпис) (вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Київ – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. Англомовні сучасні видання - особливості

ВИСНОВКИ

РОЗДІЛ 2. Вираження оцінки в англомовних виданнях та літературі

ВИСНОВКИ

РОЗДІЛ 3. Засоби вираження оцінки в характеристиці політичної еліти на матеріалі сучасної англомовної преси

ВИСНОВКИ

РОЗДІЛ 4. Стратегії відтворення українською мовою засобів вираження оцінки в характеристиці політичної еліти на матеріалі сучасної англомовної преси

ВИСНОВКИ

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

РЕЗЮМЕ (українською мовою)

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

Актуальність роботи. Засоби вираження оцінки в характеристиці політичної еліти на матеріалі сучасної англомовної преси та стратегії її відтворення українською мовою на сьогодні- не достатньо вивчена тематика, результати роботи можливо використовувати для оптимізації та покращення якості перекладу текстів вищезазначеної тематики.

Мета і завдання дослідження. Мета роботи передбачає дослідження засобів вираження оцінки в характеристиці політичної еліти на матеріалі сучасної англомовної преси та стратегії її відтворення українською мовою. Зокрема:

- Вивчення особливостей сучасної англомовної преси.
- Дослідження способів вираження оцінки в англомовних виданнях та літературі.
- Аналіз засобів вираження оцінки в характеристиці політичної еліти
- Узагальнення даних щодо стратегії відтворення українською мовою засобів вираження оцінки в характеристиці політичної еліти на матеріалі сучасної англомовної преси.

Об'єкт дослідження. Сучасна англомовна преса

Предмет дослідження. Засоби вираження оцінки в характеристиці політичної еліти у сучасній англомовній пресі, та її відтворення українською мовою.

Матеріал дослідження. Зарубіжні англомовні видання (англійська та американська періодика), роботи українських та зарубіжних авторів щодо вищезазначеної тематики.

Методи дослідження. Вивчення та аналіз робіт українських та зарубіжних авторів

Практичне значення дослідження. Використання результатів дослідження при перекладі англомовних видань

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів (з висновками до них), (загальних) висновків, списку використаних джерел (... найменувань), списку скорочень назв лексикографічних джерел (10 позиції). Загальний обсяг роботи — 42 сторінки.

РОЗДІЛ 1

Англомовні сучасні видання - особливості

Класичною англійською мовою вважається мова Великобритаії, другою «за статусом» вважається американська англійська, не дивлячись на те, що більшість видань у будь-якій країні світу має окрім офіційної мови країни видання, ще сторінку, що дублює публікації англійською мовою. Прикладом можуть служити Арабські Емірати, де офіційна мова-арабська, але оскільки країна є міжнаціональною, де живуть та працюють люди майже з усього світу, другою найбільш популярною мовою залишається англійська.

В таких випадках англійська мова приймає до себе особливості країни чи країн, де на цей час використовується.

Тому важливо, в першу чергу, приділяти увагу саме «класичному» варіанту мови, бо саме вона служить загальним еталоном.

Spectator- це англійське видання, що розповідає про життя людей "from high life to low life", тобто від багатих до бідних. До слова, так і звучать два найпопулярніші теги на сайті. Журнал розповідає про британську політику, культуру. Час від часу у журналі надаються рецензії до книг.

New Statesman –це видання, що спочатку замислювався як щотижневий політично-культурний оглядач Великої Британії. Такою була концепція у 1913 році. Згодом видання стало популярним, і сьогодні це один із найвпливовіших політичних журналів. Тепер тиждень вони друкують до 50+ публікацій.

The Times – є однією з найсерйозніших газет сучасності. Одна з найвідоміших газет у світі, англійська The Times, вперше вийшла в 1785 році. Саме у цьому виданні вперше було використано найпопулярніший шрифт Times New Roman. Так, в 1931 друкар Морісон написав статтю, в якій жорстко розкритикував газету за погану якість друку та вже в 1932 року газета почала виходити у новому оформленні, з використанням нового шрифту.

Газета висвітлює новини Великобританії та події у світі, новини здоров'я, політики, економіки, спорту, освіти, культури, науки та техніки. Як і в попередніх виданнях, тут є розділ про повсякденне життя, де можна відпочити від серйозних статей, бо тут надаються матеріали розважального характеру- про їжу, подорожі, психологію, модне життя.

The Independent допоможе розширити кругозір і збагатить ваш словниковий запас корисними фразами. Це відносно молоде британське видання почало виходити у 1986 року. Назва газети промовисто говорить про її зміст, оскільки у статтях захищаються права людини і жорстко критикуються випадки їхнього порушення.

На сайті представлені новини в таких рубриках, як «Політика», «Люди», «Думки», «Спорт», «Технології», «Життя», «Майно», «Мистецтво», «Подорожі», «Гроші», «Найкраще », «Студенти», «Пропозиції».

The Daily Telegraph

Популярна сьогодні газета The Daily Telegraph була заснована в 1855 році. Причому якщо в наші дні мета видання -тримати людей у курсі світових подій, то далекого 1855 року її засновник полковник Артур Слай став видавати газету з єдиним наміром- критикувати у статтях герцога Кембриджського. Втім, всі зусилля Слая були марними, тому що за декілька років герцог став головнокомандувачем британської армії.

The Week UK Magazine-це ще один британський журнал, головними темами якого є політика, бізнес, технології, автомобілі та спорт.

The Guardian-це найвідоміша британська газета. Причому якщо в наші дні вона відома своїми ліберальними поглядами та швидкою реакцією на події, що відбуваються у світі та Великобританії, то раніше відомою її зробили друкарські помилки. Це видання раніше часто висміювали, тому що у випусках газети знаходили кілька помилок. Навіть власну назву The Guardian умудрялися писати з помилками.

На сайті видання можна знайти рубрики політичних та світових новин, новини спорту та футболу, якому відведено окрему рубрику. Окрім цього-новини економіки, культури, світу моди, сучасних технологій, способу життя, подорожей, а також інтерв'ю з відомими людьми.

Одне з найстаріших американських видань, The Washington Post, було засноване у 1877 році. Газета набула такої популярності, що вже через три роки стала єдиним міським виданням, що виходило 7 днів на тиждень. А ще за дев'ять років композитор Джон Філіп Суза написав «Марш Washington Post», ця музика звучала під час нагородження переможців конкурсу коротких нарисів.

Сайт видання схожий на попередній, тут також висвітлюються новини політики, спорту, світу бізнесу, автомобільної промисловості, події у світі та містах Америки. Є й розділ «Спосіб життя», в якому ви знайдете публікації на тему моди, подорожей, кулінарні рецепти тощо. Окрім звичайних газетних статей на цьому сайті є і відеоновини.

Time-один із найвідоміших американських журналів, на його сайті перелік рубрик звучить так: США, політика, світ, ідеї, здоров'я, розваги, технології, бізнес.

ESPN-Американський журнал про спорт з урахуванням однойменного телеканалу. Пише взагалі про будь-який спорт. Від баскетболу та боксу до регбі з крикетом.

People-видання про знаменитостей та їх життя. Інтерв'ю, заходи, папараці, проте час від часу People публікує статті й на інші теми, включаючи американську політику.

The New Yorker-ще одне популярне в Америці видання. Політика не є його головною темою, редактори більше заглиблюється у соціальні теми. Серед них- фемінізм, ЛГБТ, класова нерівність та інші. На сайті журналу також можна знайти й відео, комікси та подкасти.

Заголовки англійських газет та журналів можна сміливо віднести до характерних особливостей, що використовуються у всесвітній пресі.

Заголовки з іменників

Найпоширеніший тип заголовків – фраза, що складається лише з іменників, без жодного дієслова. Наприклад:

Under Pressure from Money

Unexpected Situation

Overwhelming Response of Colleagues

Ланцюжки іменників в англійських заголовках також є поширеним прийомом у англомовній пресі.

Іноді зустрічаються заголовки ще складніше одні іменники, і може бути три, чотири, п'ять чи більше поспіль. При цьому вони ніяк не пов'язані між собою - ні дієсловом, ні прикметником. Наприклад:

Widow Pension Pay Committee.

Landscaping Company Disturbance Regulations.

Mustang Referral Customer Complaint.

Honda Referral Client Complaint.

При спробі прочитати з кінця цей заголовок можна зрозуміти, що:

There is a complaint made by a client about a referral program for Honda cars.

Змінені форми дієслів у заголовках

Варіації на тему зміни форм дієслів у заголовках можуть бути найнесподіванішими. Проте їх можна згрупувати.

Часи Simple використовуються замість Continuous або Perfect

Forgotten Relative Appears, може бути розтлумачено, як A forgotten relative has appeared

Ситуація, коли форма інфінітиву відноситься до майбутнього часу, наприклад

Mayor to Open Shopping Mall , може бути розтлумачено, як The mayor is going to open a new shopping mall.

У пасивній заставі опускаються допоміжні дієслова

Tommy the Dog Named Hero, може бути розтлумачено, як Tommy the Dog has been named a hero.

Повна відсутність артиклів також один з прийомів, що є достатньо розповсюдженим.

President Declares Celebration, може бути розтлумачено, як The president has declared a celebration.

Більшість авторів виділяють переклад газетно-інформаційних матеріалів окремий вид, оскільки газетно-інформаційний стиль має цілу низку специфічних особливостей, безпосередньо які впливають процес перекладу.

В даному випадку повинні враховуватися як функціональний стиль, стилістичні особливості тексту та особливості перекладу, пов'язані із загальними рисами і, навпаки, відмінностями в аналогічних стилях. Газети оформляються приблизно однаково у всіх країнах «світу, відмінності складають мови.

Специфіка певного виду перекладу залежить не тільки від мовних особливостей, які виявляються у відповідному стилі кожної з мов, що беруть участь у перекладі, але головним чином тим, як співвідносяться ці особливості між собою, наскільки збігаються стилістичні характеристики цього типу матеріалів в обох мовах.

ВИСНОВКИ

Класичною англійською мовою вважається мова Великобритаії, другою «за статусом» вважається американська англійська, не дивлячись на те, що більшість видань у будь-якій країні світу має окрім офіційної мови країни видання, ще сторінку, що дублює публікації англійською мовою. Прикладом можуть служити Арабські Емірати, де офіційна мова-арабська, але оскільки країна є міжнародною, де живуть та працюють люди майже з усього світу, другою найбільш популярною мовою залишається англійська.

В таких випадках англійська мова приймає до себе особливості країни чи країн, де на цей час використовується.

Тому важливо, в першу чергу, приділяти увагу саме «класичному» варіанту мови, бо саме вона служить загальним еталоном.

The Times, The Daily Telegraph, The Week UK Magazine, The Guardian – найпопулярніші англомовні видання Великобританії.

Time, ESPN, [People](#), The New Yorker, Positive News - найпопулярніші англомовні видання США, тому має сенс аналізувати саме ці видання під час розробки даного проекту.

РОЗДІЛ 2

Вираження оцінки в англомовних виданнях та літературі

Питанням перекладу, вираженню емоційного ставлення промовця та порівнянню англомовного та українського трактування текстів приділяли увагу такі українські автори, як Вакуленко В.Т. («Займенникові незамкнуті емоційно-констатуючі питальні речення фразеологізованої структури-констативні мовленнєві акти»), в цій роботі було приділено увагу тому, як в англійській мові виражаються емоції у питальних реченнях фразеологізованої структури. Автор показує, як вираз емоцій можливо показати без суттєвого використання фраз логіко-інтелектуального характеру, коли домінуючим є такий фактор, як емоційна лексика. А модель побудови, ситуація вживання та контекст-відходять на другий план. Політичні промови є досить емоційними час від часу, тому саме такі структури досить часто використовуються для надання більшого значення інформації з вуст промовця.

Питанням відтворення емоцій у промовах та текстах також присвятили свою роботу О. Ілленко та Л.Шумейко. Авторки також зробили висновок у своїй роботі на основі вивчених матеріалів, що зміна поява нових форм спілкування стали можливі завдяки стрімкому розвитку інтернету, діджиталізації, можливості використання соціальних мереж, що надають можливість політичним діячам та інфлюенсерам підсвідомо маніпулювати масами, коли глядач та слухач може впізнати їх не тільки у типовій ролі-політика, що віщує з трибун, а й людини, що показує себе на сторінках соціальних мереж під час свят з родиною, відвідин концерту або інших аналогічних заходів, коли інформація від нього йде за межами стилістики, притаманної суто політичним промовам.

Шеверун Н.В. та А. Джурило виконували аналіз використання фразових дієслів та їх особливостей саме в сучасному їх використанні, систематизували види фразових дієслів, вказали їх особливості та особливості їх використання

та зазначили, що вони надають максимальної «живості» промова, роблять їх виразними.

Переклад газетно-інформаційного тексту слід розглядати у кількох напрямках:

- 1) підбір адекватних та еквівалентних відповідностей;
- 2) переклад стандартизованих та клішованих виразів;
- 3) переклад okazіоналізмів та гри слів;
- 4) переклад заголовка;
- 5) переклад імен власних та абрєвіатур.

Політичні мовленнєві жанри стрімко розвиваються, відповідно до вимов сучасного світу, звідси розгалуження визначень та класифікацій. Цілком очевидно, що одного визначення поняття політичний текст інтерв'ю не існує, оскільки, по-перше, науковці частіше використовують дискурс для дослідження політичного інтерв'ю, а, по-друге, політичні тексти інтерв'ю містять у собі надзвичайно багато компонентів, які лінгвісти розглядають, урахувавши свій погляд на цю проблему.

Доцільним буде згадати класифікацію політичних мовленнєвих жанрів та з'ясувати до якої групи належить саме політичне інтерв'ю. Так, Н. В. Кондратенко пропонує поділяти політичні мовленнєві жанри на такі групи, як презентаційно-іміджеві. Вони, зазвичай, представлені слоганом, програмою та біографією, інформативні- схожі на журналістські. До них належать повідомлення, заяви, інтерв'ю. Повідомлення інформує про певну подію, відзначається об'єктивністю фіксації фактів. Зазвичай таке інтерв'ю позбавлене аргументативності, до цієї групи належать політичні повідомлення, заява та інтерв'ю, які можуть бути друкованими або електронними.

Ритуальні, серед яких виступи або звернення до громадськості. Агітаційні найчастіше можуть бути застосованими під час передвиборчих агітацій.

Основною їхньою ознакою є спонукання населення до голосування. Серед інших ознак цієї групи мовленнєвих жанрів можна виділити інформативність, ритуальність, аргументованість.

До агітаційної групи можна віднести слоган-заклик, політичні виступи, листівки.

Агонально-аргументативні представлені у взаємодії політичних осіб. Яскравий приклад - комунікації під час ток-шоу або телепрограм. У такій групі, політики зазвичай висловлюють свою точку зору стосовно певної проблеми. Політичні тексти інтерв'ю належать до інформативної групи мовленнєвих жанрів, які використовуються для публікації у ЗМІ.

Політичний тексту може бути розглянуто у чотирьох площинах, серед яких- інформаційна площина або змістово-тематична, розглядаються теми, представлені у тексті.

Оцінювальна площина- оцінка явищ, процесів та суб'єктів соціально-політичної реальності.-Позиція автора тексту, що може бути як позитивною, так і негативною.

Емоційна площина- «пристрасність» автора тексту. Виявляється у наявності емоційної забарвленості слів і словосполучень. Головне завдання- виклик емоційного збудження читача в тексті.

Спонукальна площина має місце, коли є наявність виразів чи слів, які мають заклики до конкретних дій чи пропаганда.

На підтвердження наявності вище згаданих площин, було розглянуто кожен площину окремо. Першою площиною для розгляду була інформаційна. Політичні тексти мають якусь інтенцію, що є червоною стрічкою у кожному реченні промови автора. Тому змістова тематика є обов'язковою складовою такого виду текстів. З точки зору оцінної площини, тексти можна розділити на види із позитивною та негативною точкою зору автора.

Третя площина - емоційна. Політичний текст може зацікавити аудиторію читачів, тільки у разі, коли він емоційно зафарбований, тобто, може викликати емоційний фідбек у читача. Оскільки політичні тексти створюються для великої кількості людей, необхідно бути тонким психологом, аби захопити аудиторію своїми ідеями.

Політичні тексти орієнтовані на заклик до конкретних дій, агітують до рухів громадскість чи потребують залишитись небайдужим, як мінімум, а як максимум-змінити свою думку на користь думки автора.

Комунікація політичних діячів з населенням відбувається по-різному. Це можуть бути офіційні або неофіційні повідомлення. Проте, незалежно від формату, найголовніша ціль для політиків -це переконливість. При цьому не має значення чи це приватна бесіда, чи інтерв'ю чи публічний виступ, конференція.

Згідно з аналізом наукової літератури, у політичних розмовах беруть участь декілька сторін. –Це-представник преси, сам політичний діяч та аудиторія, на яку розраховано матеріал.

Слід зауважити, що ознаками політичного тексту є інформативність, емоційність, оцінність, прагматичність, спонукальність, антропоцентричність та наявність трьох сторін: інтерв'юер, респондент і реципієнт. Зазвичай політичний текст містить у собі інтенцію, мету, а також стратегію й тактику, оскільки для політика дуже важливою є його авторитетність, всі його слова ,зазвичай, добре сплановані.

Публіцистичні тексти відзначаються частотним використанням синонімів та образних засобів вираження. При цьому, Н. Д. Арутюнова, зауважує, що прагматичне значення мовленнєвого акта залежить не лише від мовленнєвої ситуації, а й від реципієнта [6].

Мову газет слід розглядати як особливу соціальну систему, яка виконує функції своєрідної орієнтації насправді, а також визначає та формує

інформаційно-мовну культуру в суспільстві. Мова сучасних ЗМІ є хорошим прикладом для прагматичного аналізу, оскільки ЗМІ зазвичай служать модуляторами мовної поведінки людини. Мова ЗМІ має специфічні особливості, до яких можна віднести колективне авторство та технологічність тексту, оскільки кожен приклад тексту проходить обробку кількома людьми, а сама технологія створення текстів для ЗМІ передбачає ефективність впливу на читача, єдина система ідеологічного впливу, відсутність можливості читача для аналізу, тому що інформація у ЗМІ не може бути критикована аудиторією, навіювання певної думки, органами друкованих ЗМІ не передбачається діалог із отримувачем інформації. Винятки, зазвичай- рубрики, у яких містяться відповіді на питання читачів.

Стосовно категорії спонукальної модальності вищезазначені властивості служать опорою для формування такої відмінної особливості спонукальних мовних актів, як характер особистісних та комунікативних взаємовідносин.

ВИСНОВКИ

Мову газет слід розглядати як особливу соціальну систему, яка виконує функції своєрідної орієнтації насправді, а також визначає та формує інформаційно-мовну культуру в суспільстві. Мова сучасних ЗМІ є хорошим прикладом для прагматичного аналізу, оскільки ЗМІ зазвичай служать модуляторами мовної поведінки людини.

Однією з відмінних рис мови печатних ЗМІ, безумовно, є встановлення певного ступеня

контролю над ситуацією, що реалізується як у виборі форми спонукання та у зверненні до читача, так і у включенні у висловлювання різного психічного стану автора.

Так само можна зробити висновок, що у текстах ЗМІ модальне значення спонукання є описом волі самого автора, яке у свою чергу спрямоване на спонукання читача до будь-яких дій.

РОЗДІЛ 3

Засоби вираження оцінки в характеристиці політичної еліти на матеріалі сучасної англомовної преси

На сьогоднішній день одним з найперспективніших наукових напрямів лінгвістичної науки виступає дослідження різних видів дискурсу, при цьому особлива увага приділяється політичному дискурсу, оскільки політичне життя завжди відіграло ключову роль у житті суспільства.

Політична комунікація, орієнтована на висвітлення тих чи інших політичних подій, пропаганду певних ідей, установок, цінностей, використовує емоційний та інтелектуальний вплив на свідомість громадян. Передвиборний дискурс, будучи різновидом політичного дискурсу, що характеризується більш активною боротьбою за владу в строго визначений законодавством тієї чи іншої держави період.

Виступ політика є добре спланованою акцією, яка потребує тривалої та ретельної підготовки. Звертаючись до громадян своєї країни, політики намагаються заручитися підтримкою аудиторії,

здобути розташування з боку слухачів, переконати їх у необхідності підтримати потрібну позицію. Мовленнєва поведінка політиків, які претендують на пост президента, представляє цікавий матеріал для лінгвістичного дослідження на предмет ефективних стратегій та тактик маніпулювання суспільною свідомістю.

З багатьох мовних засобів маніпулювання свідомістю людини у цій роботі аналізуються стійкі поєднання слів, зокрема, фразеологічні одиниці. Політичний діяч повинен емоційно впливати на «потрібну струну» у суспільній свідомості, оскільки від використовуваних стратегій, тактик та мовних прийомів залежить успіх того чи іншого виступу. Таким чином, мета кандидата на посаду президента країни полягає у навмисному впливі на потенційних виборців за допомогою цілого арсеналу коштів, від яких у

значною мірою залежить результат передвиборчої кампанії. Поняття «політична коректність» розглядається деякими лінгвістами як невіддалене через прикметник «політична», що підкреслює раціональний вибір виходячи з політичних мотивів у протилежність щирій турботі про почуття людей, прагнення дотримуватися тактовності, виявляти хороше ставлення до людей на рівні мови. «Політично коректний» евфемізм – це завжди евфемізм, запровадження якого має на меті уникнути образливих висловлювань у відношенні будь-якої групи населення. Серед альтернативних термінів «Політичної коректності» пропонуються мовна коректність, культурна коректність та комунікативна коректність. Як найбільш відповідний ми розглядаємо другий варіант з акценту на тому, що цей феномен відноситься не тільки до політичної сфери життя.

У зв'язку з тим, що англійська мова як мова світового спілкування, міжнародного та міжкультурного, є засобом комунікації між представниками різних народів та різних рас, поступово політкоректність стала прерогативою не лише американського суспільства

Сьогодні це явище носить міжнародний характер. В силу того, що англійська мова на сьогодні день вважається мовою міжнародного спілкування, у процес поширення феномену політкоректності залучаються нові суспільства. Також цьому сприяло прагнення наслідувати американський спосіб життя, характерне для багатьох країн Європи. До того ж різні культурні спільноти, аналізуючи нові проблеми, створюють нові мовні форми та виробляють способи їх вживання.

Лінгвіст С.Г. Тер-Мінасова вважає, що явище політкоректності засноване на «дуже позитивному намаганні не образити, не зачепити почуття людини, зберегти її гідність, гарний настрій, здоров'я, життя: політична коректність мови виявляється у прагненні знайти нові способи мовного вираження замість тих, які зачіпають почуття та гідності індивідуума, ущемляють його людські права звичною мовною безтактністю та/або прямолінійністю щодо расової та

статевої приналежності, віку, стану здоров'я, соціального статусу, зовнішнього вигляду тощо.

У вузькому сенсі поняття «політкоректністю» часто трактують як ідеологію, за якою необхідно замінювати прямі назви явищ "нейтральними" термінами. Прибічники цієї ідеології завданням політкоректності бачать згладжування відмінностей та протиріч у суспільстві, оскільки «свої імена» несуть образливу конотацію тих, кого ними називають.

Слід зазначити, що у початкових стадіях формування концепції політкоректності мало позитивну роль, оскільки було пов'язано з розвитком гуманістичних ідей всупереч тривалому періоду поширення ворожнечі, жорстокості, взаємного знищення народів.

Проте на сьогоднішній день низка вчених відзначає використання поняття політкоректності у збоченому сенсі як один з компонентів у сукупності прийомів розкладання єдності суспільства.

Кінцевою метою використання політкоректності в суспільстві є зміна у бік невдоволення та готовності до протестів і навіть деструктивних дій.

В даний час явище політкоректності все-таки пов'язується з певним механізмом поведінки людей у різних ситуаціях, насамперед асоціюється з сучасними культурними традиціями, характерними для Західної Європи, заснованими на принципах інституту прав людини та дотримання ліберально-демократичних ідей.

Політкоректність стосується освітньої системи, науки, релігії, повсякденного життя; домінує в інтелектуальному та культурному житті; стає законодавчо обов'язковою. Зараз можна чітко спостерігати тенденцію до підвищення рівня політкоректності преси, літератури та інших громадських джерел інформації. З чого можна зробити висновок, що політкоректність стала своєрідним чином

життя для європейців, дане явище визначає стандарти мовного та соціокультурної поведінки. Постає питання про активне використання різних прийомів презентації інформації та надання свого бачення щодо події, що висвітлюється, нерідко наділяючи його особливими якісними категоріями оцінки.

Залежно від основної форми змісту інформації, її функцій та стилістичних особливостей виділяють кілька областей дискурсу, однією з яких є медіадискурс або дискурс ЗМІ.

Автори статей використовують деякі мовні засоби для встановлення контакту з аудиторією, залучення уваги, а нерідко й маніпулювання. Основною метою маніпуляції є емоційне реагування.

У значенні багатьох слів, що використовуються з метою мовного впливу, можна помітити емоційну складову. Ряд дослідників вказують на особливе значення використання емотивної та оцінної лексики.

Оціночний вислів не є ані істинним, ні хибним. Він показує відношення між описовим висловлюванням та дійсністю. Пропозиція, що містить оцінне висловлювання, є виразом власне оцінки, вказує на те, що людина наділяє значимістю та цінністю, що наділяє негативними категоріями, на чому не загострює уваги та вважає неважливим.

Частіше всього автори новин статей виражають оцінку шляхом використання емотивно маркованих прикметників, потім іменників та дієслів. Прислівники не так часто, як очікувалося б, виражають суб'єктивну оцінку автора. При цьому прикметники та прислівники переважно використовуються для вираження позитивної оцінки. Негативну семантику частіше всього несуть іменники та дієслова. В цілому, беручи до уваги загальна кількість оціночних слів в досліджуваному англомовному інтернет-дискурсі новин, можна укласти, що автори досить широко використовують оцінну лексику, що поєднує у собі раціональні судження та емоції. Вони не залишаються

байдужими і займають певну позицію щодо того, про що пишуть, впливаючи на читачів та формуючи певну громадську думку.

ВИСНОВКИ

У значенні багатьох слів, що використовуються з метою мовного впливу, можна помітити емоційну складову. Ряд дослідників вказують на особливе значення використання емотивної та оцінної лексики.

Оціночний вислів не є ані істинним, ні хибним. Він показує відношення між описовим висловлюванням та дійсністю. Пропозиція, що містить ,оцінне висловлювання, є виразом власне оцінки, вказує на те, що людина наділяє значимістю та цінністю, що наділяє негативними категоріями, на чому не загострює уваги та вважає неважливим.

РОЗДІЛ 4

Стратегії відтворення українською мовою засобів вираження оцінки в характеристиці політичної еліти на матеріалі сучасної англомовної преси

У сучасному швидко мінливому світі нема для кого не секрет, що мобільність та вміння швидко отримувати нову інформацію та використовувати її на професійному рівні – ключові якості для фахівця.

Питання про взаємний вплив різних мов розглядалося багатьма авторами протягом довгих років, їх праці лягли основою порівняльного аналізу.

І.Л. Бім визначає складність розуміння певного мовного явища в залежності від знаходження аналогів у рідному та раніше вивченому іноземному. Так, за її припущенням, опорою позитивного перенесення можуть бути рідний, перший іноземний чи обидва одночасно.

При цьому найлегше людина схоплює ті елементи, аналоги яким існують і в рідній і першій іноземній мовах, навпаки, зовсім не буде опори, якщо в жодному із знайомих мов немає подібних явищ. [2,с. 8]

Специфіка порівняльного зіставлення у тому, що правила користування граматичними та іншими явищами повідомляються лише тоді, коли для їхньої ілюстрації є достатньо прикладів, в процесі викладання можливі такі випадки, коли окремі граматичні явища спочатку сприймають лексичні репрезентанти просторової субкатегорії дальність, що мають комплементарний набір експресивно-оцінних конотацій, створюють додаткові труднощі при відборі відповідних їм еквівалентів у мові, що належить до іншої мовної групи.

Останнім часом у науці про мову відбувається переорієнтація лінгвістичних принципів дослідження мовної системи у бік антропоцентричної парадигми. Розробка нових стратегій для оволодіння концептуальною стороною мови тісно пов'язана із виділенням поняття «мовної картини світу» як системи

поглядів та уявлень індивідуумів, зумовлених національно-культурними особливостями освоєння реалій навколишньої дійсності.

Багато лінгвістів, серед яких В. Г. Гак, вважають, що простір є основною формою буття, гносеологічною категорією, яка знаходить відображення у всіх національних мовах і однією з перших осмислюється та диференціюється людиною.

«The first thing he could do is to pledge new international aid to support Education Cannot Wait», «Vaccines are one of the world's greatest global health achievements, it's no secret and the World Health Organisation thinks so too»-цитати зі статті видання *Global Citizen*, яка присвячена життю та діяльності політичного діяча Бориса Джонсона. Якщо політичні обзори, здебільшого, мають більш стримане відношення до героїв своїх статей, в цьому разі бачимо приклад емоційних висловів та захоплення автора Джонсоном. Оскільки автор обирає *support* для того, аби підкреслити відношення Джонсона до питання надання необхідної освіти – підтримка організації, хоча за менш емоційного відношення, автор міг би використати й інші слова, наприклад-надати, профінансувати чи знайти (гроші для організації).

Як інший приклад служить відношення автора видання до позиції політика щодо необхідності вакцинації- *Vaccines are one of the world's greatest global health achievements* (Вакцини-це найбільше світове досягнення)-в контексті розповіді про політика, який підтримує вакцинацію та допомогу з надання вакцинації людям, одразу можна сказати, що автор статті хоче ще раз підкреслити важливість дій політика, його піклування про людей (в менш емоційному тоні можливо б було сказати-що вакцинація є необхідною-*necessary, important*-важливою), проте було використане слово *greatest*, яке ще може значити-великий, грандіозний. Таким чином, завдяки наданню мові статті більш емоційного характеру, автор ділиться своєю власною думкою сприводу політика, хоча для політичних видань більш притаманним є викладання сухих фактів.

Протилежно автори іншого англomовного видання (Guardian) висвітлюють події з життя принца Гаррі-тільки сухі факти, без персональної точки зору автора або емоційних виразів «Prince Harry and Meghan Markle will on Saturday accept an award from the National Association for the Advancement of Colored People»- accept можна перевести українською, як «приймати», «признавати», «погоджуватись». Автор міг використати й інші вислови-наприклад-was awarded-був нагороджений, проте автор використати саме формулювання «прийняв», аби підкреслити значущість особистості та відношення видання до принца та монаршої родини ще раз, оскільки англійці завжди намагаються підкреслювати своє поважне відношення до монархів (в даному випадку-лише констатуючи факти та наголошуючи, що принц погодився отримати нагороду а не був нагороджений). Така позиція більш характерна для якісних видань, оскільки жовта преса не має такого трепетного відношення навіть до королівської родини, оскільки намагається друкувати якомога більше скандальні матеріали.

Видання ducksters, що є більш «розважальним» надає публікацію про колишнього президента США, Білла Клінтона. Не дивлячись на те, що з цією особистістю було пов'язано багато чуток та скандалів, а видання, що розмістило публікацію не є класичним якісним виданням, проте в цьому випадку також можна бачити, як на підсвідомому рівні СМІ формують загальну думку у тому ключі, в якому може бути необхідно.

«Bill Clinton is known for being president during one of the longest periods of peace and economic expansion in American history. He is also known for being governor of Arkansas»-початок статті одразу ж каже про те, яке відношення у автора до колишнього прозидента, оскільки використовується формулювання, що Клінтон був президентом під час одного з найдовших періодів миру та економічного підйому в американській історії. Натомість слова «expansion» можливо було використати й інші синоніми (rise, що було б логічним після не надто вдалих часів, growth-аби підкреслити період зросту економіки), проте

автор використав саме це слово задля того, щоб надати фігурі Клінтона більше важелів, оскільки хотів підкреслити абсолютність діяльності президента та стабільність й розширення водночас.

В кінці статті автор надає цікаві факти з життя президента. Зазвичай, у виданнях аналогічного гатунку, можуть бути подані досить сумнівні факти, що так чи інакше могли б зашкодити репутації політика або розповісти про нього щось не надто гарне. Проте в даному випадку бачимо лише нейтральну й позитивну позицію видання щодо розповіді про політика:

- He was the first two term president from the Democratic Party since Franklin D. Roosevelt.
- Clinton was only 32 years old when he was elected governor of Arkansas.
- He was the first U.S. President born after the end of World War II.
- Clinton, Andrew Johnson, and Donald Trump are the only presidents to be impeached by Congress.
- He had the nickname Bubba when he was a child.
- He enjoys playing the saxophone and was a member of a band called "Three Blind Mice" in high school.
- When he was a teenager he got to meet and shake hands with President John F. Kennedy.
- His wife, Hillary Rodham Clinton, has been a U.S. Senator from New York and U.S. Secretary of State.

В статті не згадуються його стосунки з Монікою Левінські або сумнівні за сутністю політичні рішення. Натомість-тільки те, що могло б показатися милим або приємним чи цікавим цільовій аудиторії та ще більше підвищило рейтинг політика. «His wife, Hillary Rodham Clinton, has been a U.S. Senator from New York and U.S. Secretary of State»- тільки сухі факти про те, що його дружина була сенатором від Нью-Йорку , без жодних епітетів (що дружина страждала від зрад або терпіла його поведінку, або «бідолашна дружина» чи «самотня жінка президента-зрадника».

Найяскравішою відмінністю можна вважати вже відмінності в оформленні самого тексту. Якщо європейські газети схожі смугами, написанням ліворуч, то в'язь і ієрогліфи відповідно набираються праворуч наліво і зверху вниз. При безпосередньому перекладі враховуються специфічні особливості двох мов: рідної та іноземної.

Під час проведення стилістичного аналізу різних інформаційних текстів з'ясовується, що тексти, написані різними авторами, немає жодних рис індивідуального авторського стилю.

Характерні риси стилю цих текстів підпорядковуються законам мовного жанру газетно-журнальної публіцистики. Автор, коли він названий, представляє позицію редакції, яка може збігатися з позицією, наприклад, будь-якої політичної партії або бути достатньо незалежною.

Безпосередньо у тексті відсутня емоційність, властива літературному тексту. Рідко застосовуються прийоми художньої літератури. Однак можливі винятки, якщо автор статті намагається висловити своє ставлення до проблеми або включає текст інтерв'ю, в якому доводиться враховувати особливості мови опонента, якій можуть бути властиві деякі розмовні звички, діалекти, жаргонізми й т.д.

На специфіку перекладу газетних матеріалів впливає сам зміст повідомлень. Розповідь- про явища, доступні для розуміння широкому колу людей, прямо чи опосередковано пов'язаних з їхнім життям та інтересами.

Важливою є роль термінології, імен та назв, що однозначно вказують на предмет думки. Однак існує і явище так званих «якісних» видань, що розраховані на професіоналів якоїсь певної сфери діяльності.

Дані аналізу лінгвістичної літератури дають можливість вважати, що текст – це результат комунікативного процесу. Він реалізується в усній та письмовій формі. Текст у роботі трактується як функціонально завершене мовне ціле,

основне завдання якого визначається певною метою мовленнєвої діяльності індивіда; іншими словами, текст розглядається як цілісне комунікативне утворення, якому притаманні такі функції, як структурно-семантична, композиційно-стилістична, функціональна цілісність. Аналіз параметрів для класифікації текстів дозволив виокремити шість найголовніших з них.- Форма мовленнєвої презентації, форма мовлення, походження тексту, тип трансформації вихідного тексту, його прагматична функція, стиль і жанр. Тексту властивий певний набір ознак. Серед них-інформативність, завершеність, лінійність, цілісність і зв'язність.

Впливати на думку великої кількості людей складніше, оскільки кожна особа є індивідом, який має власну точку зору і світогляд. Крім того, політичні особи, у багатьох випадках, використовують маніпуляції, використовуючи для цього різні стратегії й тактики. Аналізом шляхів маніпуляції масами людей займається політична комунікативістика. Комунікативний аналіз допомагає краще зрозуміти особливості політичної комунікації, при цьому враховується аналіз ситуацій міжособистісного спілкування і комунікативної поведінки особистості.

Інтерв'ю визначається ситуативною зумовленістю і прямою безпосередньою формою комунікації. Під час діалогічного мовлення часто вживаними є еліптичні конструкції; особові займенники, іменники першої й другої особи однини й множини; усічені форми двох або трьох слів, які утворюють одну звукову форму; переважають прості у структурному плані речення; наявність невербальних засобів спілкування таких, як міміка і жести. Крім того, в інтерв'ю використовується такий структурний та функціонально семантичний тип речення як репліка-відповідь [66, с. 130-144].

Розглядаючи тексти інтерв'ю, Є. Є. Анісімова акцентує увагу на тому, що у текстах інтерв'ю учасники мовлення досягають комунікативних цілей за допомогою вербальних і невербальних засобів [2, с.71-78]. Перші, у свою чергу, вважаються очевидними, інші — прихованими. При цьому

застосовуються певні види комунікативних тактик, які належать до комунікативної стратегії мовця. Стратегії добираються відповідно до певних умов спілкування, інтенцій та особливостей учасників комунікації. Таким чином, увесь комплекс мовленнєвих дій, які використовуються для здійснення впливу та досягнення мети комунікації, доцільно називати стратегією [77, с.12].

Не дивлячись на те, що мовознавці розглядають комунікативну стратегію під різними кутами, існує беззаперечний для всіх факт, що будь-яка комунікативна стратегія реалізується в комунікативних тактиках. Звідси, комунікативною тактикою вважаються підпорядковані комунікативній стратегії конкретні способи здійснення впливу [79, с. 609]. Як вже було висвітлено вище, комунікативно-прагматичний вплив відбувається під час будь-якого інтерв'ю, і це беззаперечно, позаяк головною метою кожного з них є отримання потрібної інформації. Попри це, досить цікавими є інтерв'ю з політичними особами, де найчастіше учасники інтерв'ю намагаються вплинути на маси людей, використовуючи сугестивний вплив.

Передперекладний аналіз тексту - проведення попереднього аналізу вихідного тексту, який передує безпосередньо створенню остаточного варіанту перекладу, його головна ціль-виявлення перекладацької домінанти, та з'ясування того, який саме текст перебуває перед перекладачем.

На якість перекладу тексту мають вплив такі фактори, як фонова інформація, можливості перекладача у пошуку фонові інформації. Використання паралельних текстів, методи та прийоми перекладу. Можливість постперекладацького редагування. Зміна стратегії перекладу залежить від його типу напряду перекладу.

Головні прийоми перекладу тексту-описовий, диференціація, генералізація, конкретизація - лексичні прийоми, змістовий розвиток, компенсація, антонімічний переклад, цілісне перетворення – лексико-граматичні прийоми.

Виділяють смисловий та формальний знаковий спосіб перекладу

Також під час перекладів текстів на політичну тематику важливо брати до уваги одиниці перекладу, які мають фіксований чи стертий семасіологічний зв'язок. До них відносяться терміни, штампи, ситуаційні кліше.

Відсутність контексту – може стати критичним фактором під час перекладу політичних текстів.

Неможливість встановлення денотати, або неможливість його змінити, виходячи з контексту вживання.

Без контексту перекладацькі операції провести неможливо.

Денотат повинен ідентифікуватись за допомогою усвідомлення семасіологічних зв'язків знака вихідної мови.

Для позначення денотату необхідно знайти знак перекладацької мови.

Після визначення денотату, можливо переходити вже до другої фази процесу. А саме-до пошуку іншомовної мовної формули або лексичної одиниці, яка дозволить позначити виділену ситуацію або денотат.

Важливою в цій ситуації є необхідність розуміння перекладачем мовної чи означеної ситуації, проведення перекладацьких операцій поза контекстом є майже неможливим.

Прийоми перекладу можуть працювати виключно у межах змістового способу перекладу (прийом перекладу - певна додаткова дію або розумова операція, обумовлена складнощами, які виникли в процесі перекладу, через відмінність систем мов і правил, відповідно до яких використовуються одиниці мови, прийом перекладів, власне, є перекладацькою трансформацією).

Під час перекладу текстів політичної тематики неможливо залишатись осторонь від фонові інформації (соціокультурні відомості, характерні лише певної національності чи нації, і освоєні масою їхніх представників, що

відбилося у мові національної спільності). Вона може бути короткостроковою та довгостроковою.

На першому етапі перекладу тексту, перекладач має тільки початкові відомості про те, що він має передати. Проте під час перекладу, спеціаліст має робити аналітичний пошук оптимального варіанта перекладу.

На етапі постперекладацького аналізу тексту необхідно зробити текстологічне звіряння вихідного та перекладеного текстів, тим самим контролюючи повноту готового випадку, ідсутність у ньому пропусків слів або фрагментів.

Фінальним етапом перекладу з англійської на українську текстів на політичну тематику є редагування щодо наявності граматичних, стилістичних, лексичних помилок.

Комунікативний вплив, як зазначає А. В. Прокопенко [73, с. 8-10], досягається політичною особою, шляхом використання інтенсифікаторів, експресивних, емоційно насичених тропів і стилістичних фігур, палітра яких надзвичайно розмаїта. Серед них найбільш використовуваними авторка визначає: 1. Метонімія: Great Britain decided to keep check on some people... 2. Метафора: A good politician of the world. 3. Епітет: An extraordinarily talented ambassador. 4. Повтор: ... and I won't prejudge whether or not they'll be successful. If they are successful...; What would be your red line? What would be the red line that needs to ...; ...bad for Europe, bad for the world. 5. Риторичні питання: Will this hold by way of a promise?; Are we looking at a broader set of sanctions?. 6. Вставні слова чи фрази, які демонструють ставлення мовця до тематики: I think, my hope; I suppose; but what I do know is 7. Інверсія: On providing lethal weapons to Ukraine, it's important to point out that we have been

Слід зазначити, що невідокремленим атрибутом мовлення є комунікативно прагматичний вплив, який виявляється у стратегіях і тактиках, що добираються відповідно до ситуації. Залежно від виду інтерв'ю, комунікація

відбувається з власними особливостями, але спільною метою є вплив кореспондента на реципієнта з метою отримання відповідної інформації.

Існує безліч варіантів класифікації дискурсів, на підставі інтенції мовця, його мовної особистості, потреб, статусно-рольових відносин адресанта та адресата, за національною ознакою тощо.

Ознаки рівнів дискурсу за Т.В.Анісімовим:

- Системний рівень. Тут йдеться про найзагальніші ознаки,

властивих всіх типів відповідної групи, робиться спроба встановити місце дискурсивних типів по відношенню один до одного. В число визначальних ознак входить співвіднесення з типами промови з мети. Ці типи мовлення можна звести до 4 підтипів. Людина розмовляє, аби надати певну інформацію про що-небудь. В цьому разі це-пізнавальна комунікація. Впливати на співрозмовника-маємо регулятивну комунікацію. Якщо це висловлення стану та емоційні відносини, це -експресивна комунікація. В разі, коли ціль-встановлення контакту, його підтримання, або закінчення розмови, це-фатична комунікація.

- Стратегічний рівень-встановлюється точніша специфіка дискурсу. Тут складається модель дискурсу, де вказуються його загальні ознаки.

Згодом комунікатор при розробці дискурсу

дотримується встановленої моделі, намагаючись не відхилитися від розробленого стандарту, який найчастіше задається жорстко. Тут же встановлюється специфіка кожного елемента моделі, що у подальшому його свідоме застосування.

Можна зробити висновок, що створення ефективної моделі спілкування відповідно до названих типів передбачає виділення чотирьох головних типів комунікації-інформаційного, аргументуючого, соціально-ритуального та експресивного.

Інші типи можуть бути присутніми та супроводжувати названі вище комунікації.

Слід зазначити, що всі вищевказані види комунікації рідко зустрічаються в чистому вигляді. Вони можуть поєднувати в собі елементи інших комунікативних різновидів (інтердискурсивність).

- На тактичному рівні умовна схема наповнюється живим змістом, маємо типову аргументацію, композицію, мовні та стилістичні особливості, вербальні/невербальні елементи мови й ситуації спілкування.

У мовному акті беруть участь промовець (або відправник) та адресат (або одержувач). Теорія мовних актів бере свій початок у роботах Дж. Остіна та Дж. Серля. Об'єктом їх дослідження стало не висловлювання як таке, а мовленнєвий акт як дія, що має конкретну мету і викликає певні зміни в навколишньому світі [4].

За Дж. Остін, Дж. Серль виділив такі прагматичні типи:

- Репрезентативи чи асертиви (мовні акти констатива, натяку і моралі), мета яких - «сказати, як справи»;

- Комісиви. Мовні акти, мета яких - зобов'язати того, хто говорить, щось зробити.

- Директиви - спроби з боку того, хто говорить, домогтися того, щоб слухач щось зробив, наприклад-наказ, прохання, порада, вимога, запрошення.

- Експресиви - мовні дії, що виражають психологічне стан мовця, серед яких-співчуття, вибачення, привітання.

- Декларативи - випадки, коли деякий стан справ отримує існування за допомогою конкретного показника іллокутивної сили. Це може бути оголошення, призначення.

При подальшому дослідженні мовленнєвих актів Н. І. Формановська додала ще два типи:

- Рогативи або питання.

- Контактиви - вираження мовного етикету.

Було встановлено, що для характеристики певного представника політичних діячів у зарубіжних англомовних ЗМІ, найчастіше використовуються визначення (у «якісних» виданнях, наприклад-*Imprudent*-необачний, коли йдеться про необачне або не зовсім розумне рішення певного політика, *Inaccuracy*-неточність при визначенні політиком того чи іншого питання, у якому він міг допустити помилку), в той самий час, як у так званій «жовтій пресі» для цього більш активно використовуються іменники. Прикладом цього може бути використання образливих, лайливих чи сумнівних за значенням виразів (*Liar, Thief* чи інших).

Мовний акт завжди має якийсь сенс. У ньому закладено приховану інформацію, яку той, хто говорить, намагається донести до нас.

Найбільш типовим способом вираження прямих спонукальних мовних актів у текстах українською- та англомовних ЗМІ є використання імперативних конструкцій.

Пропозиції з приєднувальними непрямыми питаннями: «Намагайтеся триматися разом, якщо зможете»; “Please, keep up with the rest of the world, if you could” (The USA today, Aug., 2005).

Пробуджувальна модальність є важливим структурно-змістовним компонентом функціонально-семантичної категорії модальності, який

встановлює зв'язок між висловлюванням та позамовною дійсністю. Однією з відмінних рис мови печатних ЗМІ, безумовно, є встановлення певного ступеня контролю над ситуацією, що реалізується як у виборі форми спонукання та у зверненні до читача, так і у включенні у висловлювання різного психічного стану автора.

Так само можна зробити висновок, що у текстах ЗМІ модальне значення спонукання є описом волі самого автора, яке у свою чергу спрямоване на спонукання читача до будь-яких дій.

Можна сказати, що оцінка політичних діячів в англійських виданнях залежить від кількох факторів, таких, як якість самого видання («якісне» видання не буде друкувати лайливі матеріали, сумнівні за змістом, від посади політика- якщо це член монаршої родини або улюбленець нації, навряд чи можливо буде побачити надто критичні статті на його честь у «якісних» виданнях, якщо це люди, репутація яких могла б бути сумнівною, проте внесок до політичного життя країни був досить великим-також малоімовірно, що буде надруковано матеріал, у якому автор надаватиме свою негативну точку зору про політика. Також особливістю подібних видань є більш сухе, «поважне» відношення до героїв статей, де присутні тільки факти та жодної персональної оцінки автора.

ВИСНОВКИ

На якість перекладу тексту мають вплив такі фактори, як фонова інформація, можливості перекладача у пошуку фонові інформації. Використання паралельних текстів, методи та прийоми перекладу. Можливість постперекладацького редагування. Зміна стратегії перекладу залежить від його типу наряду перекладу та інші.

Головні прийоми перекладу тексту-описовий, диференціація, генералізація, конкретизація - лексичні прийоми, змістовий розвиток, компенсація, антонімічний переклад, цілісне перетворення – лексико-граматичні прийоми.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Питання про взаємний вплив різних мов розглядалося багатьма авторами протягом довгих років. Їх праці лягли основою порівняльного аналізу. Спочатку передбачалося, що знання рідної мови може впливати на оволодіння іноземним. Пізніше вчені дійшли висновку, що більший вплив нова мова відчуває з боку першого іноземного, у зв'язку з ідентичності прийомів, використаних для його освоєння.

лінгвісти виділяють такі види інституційного дискурсу: політичний, дипломатичний, адміністративний, юридичний, військовий, педагогічний, релігійний, спортивний, науковий, сценічний, медичний, діловий, рекламний та масово-інформаційний. Норми інституційного

Дискурси відображають етнічні цінності соціуму в цілому та цінності певної суспільної групи, що утворює інститут.

У мовному акті беруть участь промовець (або відправник) та адресат (або одержувач). Теорія мовних актів бере свій початок у роботах Дж. Остіна та Дж. Серля. Об'єктом їх дослідження стало не висловлювання як таке, а мовленнєвий акт як дія, що має конкретну мету і викликає певні зміни в навколишньому світі [4].

Найяскравішою відмінністю можна вважати вже відмінності в оформленні самого тексту. Якщо європейські газети схожі смугами, написанням ліворуч, то в'язь і ієрогліфи відповідно набираються праворуч наліво і зверху вниз. При безпосередньому перекладі враховуються специфічні особливості двох мов: рідної та іноземної.

Під час проведення стилістичного аналізу різних інформаційних текстів з'ясовується, що тексти, написані різними авторами, не мають жодних рис індивідуального авторського стилю.

Характерні риси стилю цих текстів підпорядковуються законам мовного жанру газетно-журнальної публіцистики. Автор, коли він названий, представляє позицію редакції, яка може збігатися з позицією, наприклад, будь-якої політичної партії або бути достатньо незалежною.

Безпосередньо у тексті відсутня емоційність, властива літературному тексту. Рідко застосовуються прийоми художньої літератури. Однак можливі винятки, якщо автор статті намагається висловити своє ставлення до проблеми або включає текст інтерв'ю, в якому доводиться враховувати особливості мови опонента, якій можуть бути властиві деякі розмовні звички, діалекти, жаргонізми і т.п.

На специфіку перекладу газетних матеріалів впливає сам зміст повідомлень: тут йдеться про явища, доступні для розуміння широким верствам нефаківців, прямо чи опосередковано пов'язаних з їхнім життям та інтересами. Оскільки завдання полягає у повідомленні якихось фактів, тут необхідне точне позначення понять та явищ.

Звідси важлива роль термінів, імен та назв, що однозначно вказують на предмет думки. Однак існує і явище так званих «якісних» газет, розрахованих на професіоналів у тій чи іншій галузі. Подання інформації у «якісних» виданнях та їх «жовтих» аналогах суттєво різниться, це важливо брати до уваги під час перекладу тексту.

РЕЗЮМЕ (українською мовою)

Останнім часом у науці про мову відбувається переорієнтація лінгвістичних принципів дослідження мовної системи у бік антропоцентричної парадигми. Розробка нових стратегій для оволодіння концептуальною стороною мови тісно пов'язана із виділенням поняття «мовної картини світу» як системи поглядів та уявлень індивідуумів, зумовлених національно-культурними особливостями освоєння реалій навколишньої дійсності. Встановлення наявності безпосередніх зв'язків між мовою та механізмами інтерпретації тих чи інших життєвих явищ надає нам можливість розглядати паремічні одиниці мови з позиції змістового та лінгвокультурологічного аспекту

лінгвісти виділяють такі види інституційного дискурсу: політичний, дипломатичний, адміністративний, юридичний, військовий, педагогічний, релігійний, спортивний, науковий, сценічний, медичний, діловий, рекламний та масово-інформаційний. Норми інституційного

Дискурси відображають етнічні цінності соціуму в цілому та цінності певної суспільної групи, що утворює інститут.

У мовному акті беруть участь промовець (або відправник) та адресат (або одержувач). Теорія мовних актів бере свій початок у роботах Дж. Остіна та Дж. Серля. Об'єктом їх дослідження стало не висловлювання як таке, а мовленнєвий акт як дія, що має конкретну мету і викликає певні зміни в навколишньому світі [4].

Найяскравішою відмінністю можна вважати вже відмінності в оформленні самого тексту. Якщо європейські газети схожі смугами, написанням ліворуч, то в'язь і ієрогліфи відповідно набираються праворуч наліво і зверху вниз. При безпосередньому перекладі враховуються специфічні особливості двох мов: рідної та іноземної.

Під час проведення стилістичного аналізу різних інформаційних текстів з'ясовується, що тексти, написані різними авторами, немає жодних рис індивідуального авторського стилю.

Характерні риси стилю цих текстів підпорядковуються законам мовного жанру газетно-журнальної публіцистики. Автор, коли він названий, представляє позицію редакції, яка може збігатися з позицією, наприклад, будь-якої політичної партії або бути достатньо незалежною.

Безпосередньо у тексті відсутня емоційність, властива літературному тексту. Рідко застосовуються прийоми художньої літератури. Однак можливі винятки, якщо автор статті намагається висловити своє ставлення до проблеми або включає текст інтерв'ю, в якому доводиться враховувати особливості мови опонента, якій можуть бути властиві деякі розмовні звички, діалекти, жаргонізми і т.п.

На специфіку перекладу газетних матеріалів впливає сам зміст повідомлень: тут йдеться про явища, доступні для розуміння широким верствам нефахівців, прямо чи опосередковано пов'язаних з їхнім життям та інтересами. Оскільки завдання полягає у повідомленні якихось фактів, тут необхідне точне позначення понять та явищ.

Звідси важлива роль термінів, імен та назв, що однозначно вказують на предмет думки. Однак існує і явище так званих «якісних» газет, розрахованих на професіоналів у тій чи іншій галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Добросклонская Т. Г. Новостной дискурс как объект медиалингвистического анализа, материалы II междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 5–7 октября 2016 г. ; под ред. Е. А. Кожемякина, А. В. Полонского, Белгород, ИД «Белгород» НГУ «БелГУ», 2016г., С. 13-22.
2. Зимин, В.И. Пословицы и поговорки русского народа. Большой объяснительный словарь/В.И. Зимин, А.С. Спирин - М.: Сьюита, - 1996. - 544 с
3. Єсін, А.Б. Принципи та прийоми аналізу літературного твору: навч. посібник для студ. та викладачів філолог. фак-тів, вчителів-словесників/О.Б. Єсін. - М: Флінта: Наука, 2010. - 248 с. 3.
4. Кунін, А.В. Курс фразеологии современного английского языка. - М: Высшая школа, 1986.
5. Падучева, Є. В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью/ М.: Наука, 1985р., 272 с. 3.
6. Шевцова, А.К. Воздействующий потенциал интернет-дискурса в сопоставительном аспекте / А.К. Шевцова // Молодые ученые в инновационном поиске: матеріали VI Міжнар. наук. конф., МДЛУ, 2018. – С. 16–19.
7. Шевцова, А.К. Жанр радиодискуссии в британской и белорусской лингвокультурах: монография/ А.К. Шевцова. - Могилев: МГУ имени А.А. Кулешова, 2016. - 180 с. 3.
8. Tunstall, J. Newspaper Power : the National Press in Britain / J. Tunstall. – Oxford : Oxford University Press, 1996. – 456 p
9. Кожем'якін, Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования ,Електронний ресурс, Режим доступу:

<https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kommunikatsiya-i-mediadiskurs-k-metodologiiissledovania> .

10.Поняие и типология речевого акта, Электронный ресурс, Учебные материалы онлайн, 2017г., Режим доступа:

https://studwood.ru/813541/literatura/ponyatie_tipologiya_rehevogo_akta

ДОДАТКИ

Перелік сайтів англomовних видань в онлайн-форматі

1. <https://www.spectator.co.uk/>
2. <https://www.newstatesman.com/>
3. <https://www.thetimes.co.uk/>
4. <https://www.independent.co.uk/>
5. <https://www.telegraph.co.uk/>
6. <https://www.theweek.co.uk/>
7. <https://www.theguardian.com/>
8. <https://time.com/>
9. <https://people.com/>
10. <https://www.newyorker.com/>