

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

Центр заочної, дистанційної та вечірньої форм навчання
Кафедра германської філології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня «магістр»
Спеціальність 035 «Філологія»
Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська»

*Специфіка перекладу лінгвальних засобів створення ефекту
об'єктивності в публіцистичному дискурсі (на матеріалі текстів
про коронавірус)*

Допущено до захисту «__» _____ 20 р.

Зав. каф. германської філології ____ канд. філол. наук, проф. Кобякова І. К.

Виконала:

студ. групи ПР.мз-11с

Федірко Владислава Володимирівна

Науковий керівник:

канд. філол. наук, доц.

Ємельянова Олена Валеріанівна

Суми 2022

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ ПЕРШИЙ. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ	6
1.1 Поняття дискурсу та його особливості	6
1.2. Публіцистичність як ознака текстів сучасних медіа	10
1.3. Стильова гетерогенність публіцистичного дискурсу	14
ВИСНОВКИ ЩОДО РОЗДІЛУ I	18
РОЗДІЛ ДРУГИЙ. СПЕЦИФІКА УЖИВАННЯ ЛІНГВАЛЬНИХ ЗАСОБІВ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТУ ОБ'ЄКТИВНОСТІ В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ	20
2.1 Текст-новина та його характеристика	20
2.2. Мовні засоби створення ефекту об'єктивності	29
ВИСНОВКИ ЩОДО РОЗДІЛУ II	42
РОЗДІЛ ТРЕТІЙ: ПЕРЕКЛАД НОВИНИХ СТАТТЕЙ ПРО КОРОНАВІРУС З АНГЛІЙСЬКОЇ НА УКРАЇНСЬКУ	45
3.1. Методи дослідження прагматичного впливу в перекладі публіцистики на тему COVID-19	45
3.2. Відтворення засобів прагматичного впливу в перекладі публіцистики на тему COVID-19	51
3.3 Методика навчання перекладу новинних статей про коронавірус	54
ВИСНОВКИ ЩОДО РОЗДІЛУ III	67
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75
Summary	86
ДОДАТОК 1	93

ВСТУП

Пандемія COVID-19 в прямому сенсі цього слова сколихнула світ, що не могло не вплинути на лексичні фонди світових мов, тому найактуальнішим неологічним кластером сьогодення є коронавірусний вокабуляр, який репрезентується словами та виразами, що виникли під впливом пандемії в період з лютого 2020 р. і до теперішнього часу.

Новини, які читає суспільство, стосуються надзвичайних питань. Зі збільшенням кількості хворих на коронавірус новинних статей про його поширення стає все більше і більше. Це гаряче питання, як впоратися із хворобою. Люди, швидше за все, дізнаються симптоми, правила поведінки, коли вони або їхні близькі хворі. Їм потрібна інформація про загальну ситуацію. І це новини, що можуть надати людям дані [3].

У суспільстві, що швидко розвивається, люди хочуть все закінчити якомога швидше, і одночасно вони шукають кілька ресурсів. Для того, щоб пролити на це світло, ми проаналізуємо статті новин, зокрема їх об'єктивність. Згідно з досвідом багатьох людей, є деякі ненадійні або надійні до певної міри новини. Вони є інформативними, але можуть бути суб'єктивними [7].

Почуття незахищеності зростає в наш час. Соціологи вивчають культуру страху і дають теоретичну основу того, як ЗМІ представляють новини, пов'язані зі спалахом коронавірусу, та викликають занепокоєння аудиторії [1].

Актуальність теми пропонованої роботи зумовлюється активністю формування та функціонування в глобальному контексті нового лексичного коронавірусного кластеру та його перекладу з англійської на українську мову, необхідністю розуміння та інтерпретації системної організації елементів нового коронавірусного вокабуляру, що сприятиме його впорядкуванню та уможливить краще сприйняття інформації про перебіг пандемії широким загалом.

Мета: ідентифікація шляхів та мотивації появи коронавірусної лексики, інтерпретація їхньої системної організації за дериваційним, семантичним та прагматичним принципами, аналіз основних сфер та прагматики функціонування і перекладу лінгвальних засобів створення ефекту об'єктивності.

Досягнення цієї мети передбачає виконання таких **завдань:**

- 1) визначити основні фактори, що каталізують неологічні процеси в системі англійської мови;
- 2) описати амбівалентність проблеми класифікації лексичних інновацій;
- 3) детермінувати та описати актуальні механізми формування словотворчих елементів та моделей;
- 4) дати визначення поняттю «коронавірусний вокабуляр» та визначити його місце в лексичній системі сучасної англійської мови;
- 5) визначити складність у перекладі між англійською та українською мовами.

Об'єктом дослідження є інноваційні лексичні одиниці (новотвори) англійської мови, що формують пандемійний (коронавірусний) вокабуляр.

Предметом дослідження є складнощі перекладу новинних статей про коронавірус з англійської мови на українську.

Матеріалом дослідження є новини про коронавірус на англійському веб-сайті новин, а саме BBC [18].

Мета і завдання дослідницької роботи передбачають застосування наступних **загальнонаукових методів:** метод випадкової вибірки з метою виділення конструкцій, що позначають ефект об'єктивності; кількісний метод для підрахунку конструкцій, що використовуються найчастіше. Конкретні **лінгвістичні методи** наступні: дефініційний підхід до визначення термінів, що мають відношення до теми; метод класифікації для поділу конструкцій на різні групи; метод узагальнення для формулювання назв груп конструкцій та для висновків.

Теоретичне значення: дослідження різних типів конструкцій, що позначають ефект об'єктивності в новинах, сприяє теоретичній граматиці (в

розділах Іменник, Квантори), стилістиці (в розділах Функціональні стилі, Стилїстика тексту), лексикології завдяки подачі нових конструкцій, що вказують на ефект об'єктивності та медіадискурсу, завдяки аналізу новин та мовних засобів, якими користуються журналісти; практиці перекладу (в розділах Складнощі перекладу, Переклад медіаматеріалів).

Практична цінність полягає в можливості використання матеріалу роботи на курсах граматики, лексикології та стилістики та перекладознавства. Результати можуть зацікавити викладачів відповідних дисциплін, психологів та філологів.

Загальний обсяг роботи становить 98 сторінок. **Структура** документу включає вступ, три розділи з висновками, загальні висновки, літературу та додатки.

У Вступі встановлено актуальність теми, описано мету, завдання, об'єкт, предмет, методи дослідження, теоретичне та практичне значення його результатів.

Перша частина «Теоретичні засади вивчення публіцистичного дискурсу» представляє теоретичні основи дослідження.

У другій частині «Специфіка уживання лінгвальних засобів створення ефекту об'єктивності в публіцистичному дискурсі» мовні засоби, що використовуються в новинах для позначення різних способів створення ефекту об'єктивності, структуровані шляхом поділу на три тематичні групи та проаналізовано їх значення та форми.

У третій частині «Особливості перекладу новинних статей про коронавірус з англійської на українську» описується практичне застосування результатів дослідження в перекладі та в навчальних заняттях студентів вищих навчальних закладів.

У Загальних висновках підсумовуються та пояснюються результати дослідження.

РОЗДІЛ ПЕРШИЙ. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

1.1 Поняття дискурсу та його особливості

Мовознавство протягом досить тривалого періоду було зосереджене на вивченні однієї сторони мови – мовної системи, але, починаючи з другої половини 60-х років, центр уваги лінгвістів переноситься на іншу сторону – мовленнєву діяльність та її продукт – дискурс, формальні характеристики якого були розроблені у 1952 році [33].

Аналізований термін було введено в лінгвістику американським науковцем З. Харрісом для опису тексту із залученням до нього так званої соціокультурної ситуації його породження та сприйняття.

На початку 90-х років ХХ століття дискурс (від франц. discours – промова, виступ, розмова) розуміється як складна єдність мовної практик і позамовних факторів (ситуація та мета спілкування, поведінка його учасників, їхні настанови, цілі, що визначають особливості породження та сприйняття їх взаємодії тощо).

У 1980-1990-х роках збільшилась кількість досліджень дискурсу в різних галузях науки (філософії, семіотики, соціальної психології, теорії штучного інтелекту, літературознавства, теорії комунікації), у лінгвістичних напрямках (психолінгвістика, когнітивна лінгвістика, прагмалінгвістика, етнолінгвістика, лінгвокультурологія). Додатковим стимулом звернення лінгвістів до цієї проблеми стало усвідомлення того факту, що у породженні мовлення – як відмічає Є. С. Кубрякова – виявляються сили, що виходять по суті не від мовця, а від його оцінки стану, знань, розуму, приналежності до того чи іншого соціального стану і т. п. тих, на кого мовлення розраховане [12, с. 18].

Незважаючи на визначеність і нормативність дискурсу в термінологічній системі інших галузей науки, у сучасному мовознавстві немає єдиного трактування, яке б охопило всі контексти його вживання.

Теорія дискурсу як прагматизованої форми тексту бере свій початок у концепції Е. Бенвеніста. Під дискурсом Е. Бенвеніст розуміє усіяке висловлювання, яке зумовлює наявність комунікантів: адресата, адресанта, а також наміри адресанта певним чином впливати на свого співрозмовника [5, с. 276].

У сьогоденній лінгвістиці дискурс постає одним із ключових мовознавчих понять. Кількість робіт, присвячених вивченню цього явища настільки значна (Н. Д. Арутюнова, А. Д. Белова, Д. Ж. Браун та Дж. Юль, Т. Ван Дейк, В. І. Карасик, О. С. Кубрякова, М. Л. Макаров, А. П. Загнітко та ін.), що деякі спеціалісти говорять про «дискурсивний бум» у лінгвістиці.

О. М. Мороховський розглядає дискурс як послідовність взаємозв'язаних висловлювань, об'єднаних спільністю цільового завдання У свою чергу, G. Leech, M. Short, G. Brunner та G. Graefen розглядають дискурс як форму мовленнєвого спілкування, яка передбачає взаємозв'язок між мовцем та слухачем, як міжособистісна діяльність [20].

В. О. Звєгінцев, наприклад, розуміє дискурс як елементарну одиницю тексту, тобто складне ціле або змістовну єдність, що вирізняється на рівні мови і, як правило реалізується у вигляді речень, пов'язаних між собою смисловими зв'язками.

Текст є продуктом як мовлення, так і мислення, продуктом, який вперше з'являється в момент породження його автором і може переживати наступні переродження при сприйнятті його реципієнтом. На формування концепту тексту здійснюють вплив два фактори: ситуація та індивідуальний мовний простір автора [30, с. 62].

Н. Д. Арутюнова розуміє дискурс як складну комунікативну подію. А. Г. Г. Почепцов тлумачить дискурс як соціолінгвістичну структуру, яка твориться

адресатом у конкретних комунікативних, соціальних та прагматичних ситуаціях [29, с. 352]. На мотивованість дискурсу вказує В. Кох, на думку якого дискурс – це будь який текст (або частина тексту), в якому є ознаки одного й того ж конкретного мотиву.

В. Д. Шинкарук стверджує, що текст-дискурс враховує комунікативну спрямованість, мовленнєву ситуацію, авторизацію з боку мовця, різноманітні прагматичні параметри мовлення, взаємозв'язок загального і конкретного, нового й відомого, об'єктивного і суб'єктивного тощо. Текстовою комунікативною одиницею є дискурсивне висловлювання, сегментована комунікативна реалізація простого чи складного речення кореферентного з відповідним граматичним реченням.

Дискурс також трактується як складне комунікативне явище, що включаєв себе соціальний контекст, інформацію про учасників комунікації, знання процесу продукування та сприйняття текстів. Дискурс за Т. А. Дайком – це складна комунікативна подія, «суттєва складова соціокультурної взаємодії, характерні риси якої – інтереси, цілі та стилі» [30, с. 312].

Дискурс не є ізольованою текстовою або діалогічною структурою, тому що набагато більше значення в його рамках здобуває паралінгвістичний супровід мови, що виконує ряд функцій (ритмічну, референтну, семантичну, емоційно-оціночну та інші. Багато в чому завдяки роботам Фуко, Альтюссера, Дерріди, Лакана французька школа дискурсного аналізу відрізняється більшою філософською спрямованістю, увагою до ідеологічних, історичних, психоаналітичних аспектів дискурсу [1, с. 45].

З позицій психолінгвістики дискурс цікавий як розгортання перемикань від внутрішнього коду до зовнішньої вербалізації у процесах породження мовлення та її інтерпретації з урахуванням соціально-психологічних типів мовних особистостей, рольових установок і приписів. Психолінгвістів цікавлять також типи мовних помилок і порушень комунікативної компетенції [4].

Лінгвостилістичний аналіз дискурсу зорієнтований на виділення реєстрів слідування, розмежування усного та писемного мовлення в їх жанрових різновидах, визначення функціональних параметрів спілкування на основі його одиниць (характеристика функціональних стилів).

Дискурс розглядають і як підсистему тексту. Текст – більш загальне поняття, ніж дискурс. Дискурс – це «мовлення, занурене у життя», тому термін «дискурс», на відміну від терміна «текст», не застосовується до древніх текстів, зв'язки яких із живим життям не відновлюються безпосередньо. Якщо під текстом розуміють абстрактну, формальну конструкцію, то під дискурсом – різні види її актуалізації, що розглядаються з точки зору ментальних процесів і у зв'язку з екстралінгвістичними факторами. І якщо дискурс – категорія, яка постає як особлива соціальна даність, то текст – категорія, яка належить і черпає свої сили у мовній сфері. Як про дискурс можна говорити про текст оповідання, вірша, виступу, але цього не можна сказати про текст вправи з граматики, яка є набором речень, правил, що ілюструють якесь граматичне явище.

Проаналізувавши вищезазначене, ми можемо зробити висновки: хоча теорія дискурсу вже досить тривалий час опрацьовується і досліджується вченими-лінгвістами, загальновизнаного підходу та універсального визначення поняття дискурсу ще досі не існує. Воно розглядається з точки зору найрізноманітніших аспектів. Але, не дивлячись на те, що всі ці підходи і базуються на різноманітних рисах та характеристиках, вони не виключають одне одного. Таким чином на базі вищенаведеної інформації можна спробувати дати узагальнене визначення дискурсу. Дискурс – це складне ціле, комунікативна подія, що має мету, базується на знаннях процесу продукування та сприйняття текстів і обумовлюється взаємозв'язком між учасниками мовленнєвого спілкування [4].

Жанрова розмаїтість текстів, досліджуваних у сукупності з усіма екстралінгвальними чинниками їхнього існування спричиняє виділення

художнього (В. Бурбело, Р. Комар, О. Островська) та поетичного (В. Карасик, О. Колесник) дискурсів.

Дослідники виділяють також фатичний дискурс (метадискурс), в основі якого знаходиться мета (регуляція комунікативних відносин «фатичної інтенції») з окремими різновидами фатичних жанрів (флірт, світська бесіда) тощо (Т. Винокур, В. Дементьєв, Ю. Матюхіна). Дискурс можна класифікувати на рівнях мовленнєвої і комунікативної діяльності та рівні тексту (Л. Безугла).

Залежно від сфери комунікації вирізняють поетичний, естетичний, науковий, критичний, педагогічний, юридичний, політичний та інші типи дискурсу.

Більшість наукових розвідок українських лінгвістів присвячено вивченню дискурсу в практичному ракурсі, тобто розгляду окремих різновидів дискурсу: раціонального (В. Буряк), публіцистичного (І. Соболева), газетного (С. Коновець), рекламного (Н. Волкогон), політичного (К. Серажим), літературно-критичного (Р. Бубняк), дискурсу національної ідентичності (О. Онуфрієнко), комунікативного (Ф. Бацевич) тощо. Нашою метою в цій роботі постає розгляд саме публіцистичного дискурсу.

1.2. Публіцистичність як ознака текстів сучасних медіа

Зміни в комунікативних процесах кінця ХХ – початку ХХІ ст., що відображають потужний вплив на реальне життя сучасних мас-медіа, актуалізували проблеми, пов'язані з розумінням медіа-тексту. Цей період відзначається розвитком нових видів комунікацій у сфері техніки зв'язку, техніки створення й зберігання текстів, зв'язку мовних текстів зі здобутками технічної, естетичної і наукової думки, освіти, виховання й навчання. Медіа як техніко-технологічний феномен виступає в ролі інформаційно-комунікативного каналу, при посередництві якого інформація стає доступною тому чи іншому адресату. До особливих,

спеціалізованих інформаційно-комунікативних каналів, покликаних суспільством технічно і технологічно забезпечувати процес масової комунікації, забезпечувати оповіщення, негайне поширення і доставку соціально значущої інформації до найширшої аудиторії відноситься зокрема і преса [26].

Публіцистику трактують як вид літератури, присвячений загальним і політичним питанням життя суспільства. Публіцистичність і професія публіциста набагато давніші, аніж власне публіцистика (в розумінні – журналістика). В Америці спершу публіцистами також називали не журналістів, а юристів. Отже, публіцистичність – це, вочевидь, ширше поняття, аніж публіцистика. У зазначеному трактуванні, публіцистичними є вистави Фрініха, історія Геродота та Флавія, філософія Аристотеля, Платона, Макіавеллі, романи М. Хвильового та уся художня література радянського часу, а також наукові праці А. Ейнштейна, В. Вернадського, Д. Сахарова тощо [22]. Можна сказати, що будь-який твір/дискурс/текст може бути публіцистичним, якщо він стає більш критичним, аніж естетичним, оперативним та насущним, або ж – наповнюється певними політичними поглядами та симпатіями, стаючи заідеологізованим.

І. Михайлин у підручнику з «Історії української журналістики» подає такі ознаки публіцистичності [25, с. 4]:

- Оперативне інформування;
- Тлумачення подій і фактів;
- Вираження і формування громадської думки;
- Фактичність;
- Практична цілеспрямованість;
- Ораторський стиль

Публіцистичним вважається твір, у якому присутня хоча б одна з перелічених ознак. Що більше таких ознак, тим менше твір є «собою»: оповіданням, картиною, театральною виставою тощо і більше нарисом, плакатом, репортажем.

Публіцистичний дискурс прирівнюється до публіцистичного тексту, а його характерні особливості визначаються властивостями газетнопубліцистичного стилю мовлення [20, с. 125].

Такий дискурс є дистантною формою комунікативної діяльності інституціонального та когнітивного характеру, основними учасниками якої є представники засобів масової інформації як соціального інституту та масова аудиторія. Саме публіцистичному дискурсу, у якому суб'єкту приписується найбільш еластична соціальна роль (виражати, тією чи іншою мірою, інтереси соціуму), належить домінантна роль у сучасному світі [30, с. 90].

Такий дискурс може розглядатись як ідеологічно структурована друкованими засобами масової інформації символічна система, яка відповідає інтересам домінуючої соціальної групи, зумовлює процес сприйняття соціального контексту, тому в межах цієї системи відбувається репрезентація та коригування соціального контексту.

Тексти публіцистичного дискурсу характеризуються комунікативно-прагматичною спрямованістю, яка виявляється в тому, щоб у процесі подачі інформації не тільки інформувати, скільки здійснювати соціально-психологічний вплив на аудиторію через переконання, навіювання. Типовими показниками прагматичної спрямованості публіцистичних текстів є лексичні маркери, серед яких вирізняються узуальні й оказіональні лексичні та фразеологічні одиниці, прислів'я, приказки. Лексичні та фразеологічні одиниці виконують експресивну й інформаційну функції у мовленні. Вони покликані пожвавити виклад, зацікавити читача, надати матеріалу емоційного заряду.

У публіцистичному дискурсі суб'єкту належить найбільш еластична соціальна роль, оскільки він тією чи іншою мірою виражає інтереси, проблеми та потреби соціуму [26, с. 174]. Цей різновид дискурсу можна тлумачити як символічну структуру відтворення влади, як підвид політичного дискурсу, як окремий вид дискурсу та корелят публіцистичного стилю.

На думку Тишакової Л. Т., газетний дискурс можна охарактеризувати за допомогою набору властивих йому постійних і факультативних ознак. Постійні ознаки дозволяють представити його як письмовий, дискантний з індивідуально-колективним суб'єктом і розсосердженим масовим адресатом. Серед факультативних найважливішою є ознака персуазивності [6]. Глобальною стратегією публіцистичного дискурсу можна вважати формування думки адресата.

Сучасний публіцистичний дискурс розглядається як галузь взаємодії мовних і немовних факторів. Сфера функціонування публіцистичного стилю є сферою різних відносин. В умовах масової комунікації дискурс об'єднується не на основі відображення ментальності та не тематичною спільністю, а метою комунікації – прагненням впливати на реципієнта, підготувати його до адекватної з позиції відправника інформації соціальної взаємодії.

У дискурсі відображається складана ієрархія знання, необхідна і для його створення, і для сприйняття. Тобто, як і будь-яке лінгвокультурне явище, дискурс, крім суто лінгвального, має зовнішній позалінгвальний та внутрішній лінгвокогнітивний виміри.

Екстралінгвальний план публіцистичного дискурсу охоплює інформацію про продуцента (статус, політичне спрямування, ідеологічна забарвленість видання, колективне авторство, оперативність створення й споживання тексту, періодичність) та інтерпретатора (орієнтація на масову, жіночу, чоловічу, молодіжну, дитячу тощо аудиторію).

Підбиваючи підсумки, лінгвокогнітивний план реалізується у когнітивних моделях, що репрезентують усю екстралінгвальну інформацію у мовній свідомості індивіда та впливають на породження та сприйняття дискурсу, обумовлюють, зокрема, й вибір мовних засобів.

1.3. Стильова гетерогенність публіцистичного дискурсу

Українська енциклопедія визначає публіцистичний стиль у двох аспектах. По-перше, це один із функціональних стилів літературної мови, що використовується у сфері масової інформації. По-друге, це – емоційно забарвлена, піднесена мова з ознаками вольової оцінності [31].

У публіцистичному стилі реалізується мовна функція впливу (агітації й пропаганди), з яким сполучається чисто інформативна функція (повідомлення новин). У публіцистичних творах досліджуються питання дуже широкої англomовному публіцистичному дискурсі українською мовою тематики, актуальні питання сучасності, що представляють інтерес для сучасного суспільства: політичні, економічні, моральні, філософські, питання культури, виховання, повсякденного побуту.

Публіцистичний стиль знаходить застосування в суспільно-політичній літературі. До його основних рис належать:

- економія мовних засобів, лаконічність викладу при інформативній насиченості;
- наявність суспільно-політичної лексики і фразеології, переосмислення лексики інших стилів (зокрема, термінологічної) для цілей публіцистики;
- використання характерних для певного стилю мовних стереотипів, кліше;
- жанрова розмаїтість і пов'язана з цим розмаїтість стилістичного використання багатозначності слова, ресурсів словотвору (авторські неологізми), емоційно-експресивної лексики;
- використання зображувально-виразних засобів мови, зокрема засобів стилістичного синтаксису (риторичні питання й вигуки, паралелізм побудови, повтори, інверсія тощо).

У філософському визначенні сучасними зарубіжними лінгвістами (Т. Ван Дейком, В. Кінчем та ін.) цілісністю публіцистичного стилю підкреслюється

внутрішня єдність об'єкта, його автономність і віддиференційованість від навколишнього середовища. Ці властивості варто розуміти не в абсолютному, а у відносному змісті, оскільки сам об'єкт має множину зв'язків із середовищем, існує лише в єдності з ним. Це визначення поняття цілісності повно й точно відповідає тому розумінню цілісності, що формулюють лінгвісти, виділяючи основні ознаки функціонального стилю.

В. Г. Костомаровим, специфічними рисами публіцистичних текстів є особлива виразність, експресивність і пов'язана з експресивністю наявність стандарту. При цьому якщо «широке залучення експресивних засобів зумовлено функціями публіцистики, то прагнення до стандартизації мовних засобів виражає інформативну функцію» [32, с. 34]. Функціонально-стилістичний підхід залишається домінуючим у вітчизняних дослідженнях публіцистичних текстів.

Необхідно підкреслити, що оцінка, яка виражається в публіцистичних текстах, на відміну від оцінки, яка розглядається традиційно як суспільно закріплене відношення носіїв мови до позамовного об'єкта [1], що більш-менш об'єктивно вказує на місце предмета або явища в картині світу, як правило, суб'єктивна, причому оцінна суб'єктивність у публіцистиці соціальна, а не індивідуальна, і неоднорідна по підставі оцінки.

Як відомо, публіцистичний дискурс звернений до різномірної аудиторії й повинен ураховувати її інтереси. Породження тексту продуцентом стимулюється й спрямовується установкою на щонайбільш повне доведення до реципієнта змісту тексту за допомогою його плану вираження. Наслідком цієї установки є вибір продуцентом такого змісту та структури прогнозованого тексту, а також таких засобів мови для їхньої передачі, які у своїй сукупності були б доступні розумінню реципієнта тексту. Тому при створенні публіцистичних текстів перевага продуцента віддається найбільш апробованим та типізованим мовним засобам, які можуть бути в цілому адекватно сприйняті максимально широким колом

реципієнтів. Що більша кількість реципієнтів втягується в процес комунікації, тим більш універсальним має бути план вираження тексту повідомлення [19].

Зазначена дискурсивна особливість публіцистичного мовлення призводить до певного обмеження використання в текстах цього типу різних художньо-образних засобів і прийомів (наприклад, метафор, алюзій та ін.) як у кількісному, так і в якісному плані. Припустиме число таких засобів є невеликим: мовлення, у якому спостерігається велика кількість поетико-стильових прийомів, нелегке для сприйняття й розуміння, отже, неприйнятне для сфери масової комунікації.

Через різноманітність потенційних реципієнтів публіцистичний дискурс також є явищем різнобічним. Важливою його особливістю є інтеграція ознакових рис різних функціональних стилів. Публіцистичне мовлення є гетерогенним утворенням: воно синтезує у собі диференційні ознаки різних стилів. Публіцистичні тексти несуть у собі риси наукового, офіційно-ділового, художнього й розмовного мовлення, «вбираючи в себе досягнення мовної культури всіх сфер мовної практики суспільства».

Такі характеристики публіцистичного мовлення, як фактологічність, аналітичність, зближають його з науковим функціональним стилем. При використанні прийомів логічної аргументації в публіцистичних текстах досягається ефект документальності в передачі інформації, ясності розміщенні значеннєвих акцентів. Зазначені риси наукового мовлення надають публіцистичним текстам інтелектуального характеру й актуалізують його.

Експресивність та емоційність пов'язують публіцистику із художнім стилем. Найпоширеніші засоби вираження експресивності в публіцистичних текстах для зручності вивчення умовно розподіляються за рівнями їх реалізації на графічні, фонетичні, лексичні та синтаксичні (за класифікацією Гальперіна І. Р.). Серед них до найчастіше вживаних відносяться [20]:

- на фонетичному рівні: алітерація, асонанс;

- на лексичному рівні: стилістично-маркована лексика (сленгізми, діалектизми, жаргонізми та інші) та лексичні стилістичні засоби (метафора, метонімія, іронія, зевгма, каламбури, епітети, оксиморон, гіпербола та інші)
- на синтаксичному рівні: інверсія, риторичні фігури.

Використання засобів вираження експресивності забезпечує реалізацію однієї з основних функцій публіцистичного тексту - функції впливу.

З прагматичної точки зору найбільш важливими лексичними елементами тексту є такі, які завдяки «своїй системній, мовній сутності здатні давати оцінку людям та їхній діяльності». Такими засобами в публіцистиці виступають фразеологічні одиниці. Широке використання фразеологізмів у засобах масової інформації зумовлене тим, що вони загострюють увагу читача на тих чи інших особливостях тексту, «виявляють ставлення автора до описуваного, допомагають читачеві логізувати думку» [1, с. 23].

Синергетику тексту можна охарактеризувати кількома пунктами. По-перше, текст представляє собою поєднання нелінійних різновеликих систем (речень), які пов'язуються між собою спільними зв'язками та тематикою та разом складають одне ціле - текст. По-друге, поєднання традиційних методик з синергетичними, з метою кращого аналізу тексту. По-третє, існує таке поняття як енергія тексту, вона включає в себе мовно-літературну традицію - енергія забезпечує тяглість, спадковість існування текстув просторі і в часі; лінгвокультурну пам'ять - енергія уможливорює збереження й відновлення / оновлення зв'язків між текстами вербальної невербальної культури; рецепцію й інтерпретацію - енергія сприяє адекватному прочитанню тексту й розкодуванню закладеної в ньому інформації, є чинником генерації та сприймання змісту [36].

Тексти ЗМІ становлять особливу сферу для функціонування мови, в якій відбуваються процеси, що не тільки відбивають мовленнєву ситуацію взагалі, а й впливають на структуру мовної системи. Обговорення останніх подій, промови, репортажі, що ведуться невимушеною, простою мовою, наближеною до простого

щоденного спілкування пересічної родини можуть показати розвиток або зменшення частотності вживання певних одиниць, а також впливають на мову, вкорінюючись глибше та витісняючи інші, до прикладу, застарілі форми. Саме публіцистичний дискурс виконує найбільш регуляторну роль, адже він найбільше наближений до мас [19].

Також серед основних функцій публіцистики виділяють уже зазначену інформативну функцію. Вона відображає намагання якнайточніше та найвлучніше передати певну важливу інформацію. До того ж, ця інформація має подаватися у доступних для будь-якого громадянина виразах та формах. Ця функція наближує публіцистику до наукового-популярного підстилю, в якому однаково важливими є як інформація, так і вміння її подати.

На закінчення, поліфункціональність преси вимагає від мови публіцистики гнучкості, масовість зумовлює універсалізацію, а постійна динаміка розвитку суспільства потребує її оновлення. Відмінною рисою новітньої публіцистики стала відмова від експліцитної пропаганди. На зміну пропаганді прийшло вміло завуальоване маніпулювання масовою свідомістю. Тексти публіцистичного дискурсу як частина масової комунікації, з одного боку, відображають стереотипи масової свідомості, а з іншого – формують їх, нав'язуючи індивіду певні смаки, життєві пріоритети, моделі поведінки, у тому числі мовленнєвої.

ВИСНОВКИ ЩОДО РОЗДІЛУ I

Для розуміння особливостей публіцистичного дискурсу та надання його загальної характеристики необхідно, на нашу думку, з'ясувати сутність самого поняття «дискурс». Незважаючи на всю історію його вивчення та численні

дослідження, здійснені мовознавцями у сфері дискурсивного аналізу, не можна говорити про однозначність його розуміння в лінгвістиці та інших сферах гуманітарного знання.

Отже, публіцистичний дискурс призначений для передавання певної суспільно значущої та повсякденної інформації, текстова організація та вибір мовних засобів якого визначається нормами та правилами інституційного спілкування. Тексти визначеного типу дискурсу виступають засобами безпосередньої реалізації публіцистичного стилю, ключовими функціями якого є функція здійснення впливу та функція інформування. Актуалізації вказаних функцій сприяють логічний виклад інформації поряд із її емотивним забарвленням. Саме тому особливістю мови публіцистики є поєднання інформативності та експресії, що виявляється у застосуванні значної кількості інформативно ємних одиниць, сталих і клішованих виразів, експресивних та оцінних одиниць, стилістичних засобів і прийомів. Жанрами публіцистичного дискурсу є інформативний, аналітичний і художньо-публіцистичний типи текстів, які реалізуються в різних піджанрах.

РОЗДІЛ ДРУГИЙ. СПЕЦИФІКА УЖИВАННЯ ЛІНГВАЛЬНИХ ЗАСОБІВ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТУ ОБ'ЄКТИВНОСТІ В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

2.1 Текст-новина та його характеристика

Термін новина по-різному визначається журналістами, соціологами, науковцями інших галузей та реципієнтами [47]. Незважаючи на різноманітність, спостерігається панівна тенденція. Новини впливають на повсякденне життя реципієнтів, формують їхні думки, ідеї та кодекси поведінки. Новини відіграють ключову роль у соціальній, політичній та культурній сферах. Це джерело знань, загальний досвід, який ми можемо інтерпретувати [47].

Академічних визначень тексту новин багато. Сара Ніблок починає пояснення етимології слова «новина» з латинської «nova», що означає «нові речі» [64]. Стислий Оксфордський словник англійської мови визначає новини як актуальну інформацію, на яку варто звернути увагу [65]. Вона (Сара Ніблок) зауважує, що «найпростішими новинами є запис останніх подій, інцидентів та подій, які певним чином зачіпають життя читачів газет та журналів» [64].

Всім нам потрібна інформація про поточні події. Деякі впливають на нас безпосередньо, інші ні, але вони все одно можуть бути цікавими, оскільки вони є значними внаслідок своєї цінності [49].

Ми використовуємо такі критерії новин: оригінальність, унікальність, цікавість чи значущість та написання про людей [48].

Критерії, за якими новини оцінюють:

- Це нове?
- Це незвично?
- Це цікаво чи суттєво?
- Це про людей?

Ці пункти відрізняють «цінність новин» інформації. Чим сильніші елементи, тим вище значення новини [49].

Текст новин використовується для інформування читачів про події дня, які вважаються вартими інформування чи важливими [50].

Новина повинна бути зосереджена на обставинах, а також слід використовувати ввідні дієслова, переважно минулий час, має бути заголовок та багато прислівників. Однією з особливостей є фокусування на обставинах. Це означає використання простої мови на письмі. Інша особливість - ввідні дієслова: «...», *She said, told, reported, informed* тощо. Непряма мова чи пряме цитування відомих людей часто використовуються в текстах новин. Наступною функцією є використання минулого часу для пояснення подій в новинах. Але якщо це факт дотепер, можна використовувати теперішній простий час. Ще один момент, на який варто звернути увагу, що в заголовку міститься коротка інформація, що впадає в око, про історію загалом. Більше того, широко застосовуються прислівники. Здебільшого це прислівники або прислівникові звороти часу, місця та способу [51].

На закінчення, незважаючи на варіації визначень текстів новин, загалом новина стосується новин, що мають значення для життя. Критеріями тексту новин є: оригінальність, унікальність, цікавість чи значущість та написання тексту про людей. Наступне, що важливо при визначенні тексту новин, - це врахування мети (яка має бути важливою для аудиторії читачів та необхідною). Є такі особливості, які характеризують статті новин: зосередження уваги на обставинах, вживання дієслів, минулих часів, заголовка та різних прислівників.

Журналісти можуть дуже добре знати мову, проте деякі їхні читачі можуть не так добре нею володіти. Отже, вони спрощують її для них. Під час написання текстів новин найскладніші питання та події перекладаються на ту мову, яку може зрозуміти кожен читач. В іншому випадку конкретні новини людей не зацікавлять [52].

Сьогодні англійська мова є основною мовою, що використовується в газетах або журналах, по радіо, на телебаченні чи в Інтернеті. Тим не менше, англійська як загальноприйнята мова не зовсім однакова у всьому світі. Існують відмінності між, наприклад, британською англійською та американською англійською. Часто існують також відмінності в способі написання або говорінні англійською мовою в окремих країнах. Мова постійно розвивається. Ось чому форма, яка сприймається як правильна найбільш грамотними освіченими людьми, використовується для створення новин. Перш за все, лексика та граматики, які легко зрозумілі для більшості читачів [52].

Короткі, гострі, чіткі речення. Під час написання тексту новин основною метою є слова та речення, які забезпечують максимальне розуміння з мінімальним ризиком плутанини. Зазвичай це означає, що слова та речення мають бути короткими та простими. Довгі слова можна використовувати, але переконавшись, що вони вжиті належним чином [53].

Правила про довжину речення в новинах не існують, однак рекомендується орієнтуватися на певну попередньо-заплановану кількість слів, яку слід використовувати. Деякі вчені припускають, що в реченні не слід використовувати більше 20 слів, крім особливих випадків. Якщо автор статті новин дотримується цього правила, речення будуть простішими, буде менше помилок, а використання слів буде більш ефективним [54].

Альтернативний спосіб оцінити найкращу довжину для конкретного речення - підрахувати кількість ідей або концепцій, які повинен зрозуміти пересічний читач чи слухач. Приклад цього наведено нижче:

A

Four aircraft passengers, the pilot and three people travelling in a car were killed when a twin-engined Beechcraft Baron aircraft hit an electric power line and crashed near Nadi airport this week [54].

B

Eight people died when an aircraft crashed near Nadi airport this week. The pilot and four passengers died when their twin-engined Beechcraft Baron hit a power line. The plane then crashed into a car on a road near the airport, killing three more people week [54].

Хоча історія В на 12 слів довша за історію А, вона розділена на три речення. Кожне речення в історії В довше 20 слів. Як видно з прикладу, в останньому легше спіймати суть [54].

Історія В довша, оскільки є всього десять ідей. Багато з представлених ідей не є окремими. Вони стосуються деталей попередніх речень. Пов'язування ідей допомагає їх зрозуміти. Крапка в кінці кожного речення дозволяє читачеві сприйняти один набір фактів, перш ніж переходити до нового [54].

Поширеною рекомендацією є те, що кожне речення повинно обмежуватися не більше, ніж трьома окремими ідеями. Іноді можна використовувати чотири ідеї в одному реченні, якщо ці ідеї не є складними [54].

Підводячи підсумок, є кілька способів виміряти ідеальну довжину речення в текстах новин. У таких реченнях використавно не більше 20 слів у реченні або підраховано кількість понять, які читач повинен зрозуміти одночасно. Їх повинно бути не більше трьох.

Недостатньо писати короткі речення, використовуючи прості слова. Речення також повинні бути побудовані так, щоб ідеї були легкими для розуміння. Найкращий спосіб досягти мети – використовувати активний спосіб.

Читачі запам'ятають, що речення «the man hit the table», оскільки тут використаний активний спосіб (де чоловік є нападаючим). Речення «the table was hit by the man» звучить пасивно. Про це можна забути. Більшість людей оперують активним способом. Вони говорять не «*the train was missed by me*», а «*I missed the train*» [60].

Однак бувають випадки, коли репортер не може уникнути пасивного способу. Це так, коли незрозуміло, хто відповідальний за вчинок або коли предмет речення неважливий. Наприклад:

Three children have been admitted to hospital with suspected food poisoning.
(Пасивний стан)

Було б некоректно використовувати будь-яку з наступних версій, перша, оскільки незрозуміло, хто їх прийняв (це був лікар чи медсестра?), друга, оскільки ми не впевнені, що це було харчове отруєння:

Someone admitted three children to hospital with suspected food poisoning.

або:

Food poisoning put three children in hospital [54].

Інші фактори, які можуть ускладнити речення для розуміння читачеві, включають: підрядні речення та парні заперечення. Речення не починають з підрядного речення. Підрядні речення зазвичай починаються такими словами, як: «*while...*», «*as...*», «*although...*», «*even though...*», «*because ...*» and «*despite...*». Вони є окремими фразами, які допомагають поставити основну частину речення в контекст [60].

У наступному прикладі конструкція речення неправильна.

Although there has been a 20 percent increase in murders this year, the Prime Minister has vowed not to bring back hanging.

Основний сенс речення полягає в тому, що прем'єр-міністр заявив, що не буде повертати такого виду покарання, коли винного вішають. У наведеному вище прикладі розміщення підрядного речення на початку речення може заплутати читачів чи слухачів. Вони розраховують спочатку почути головні факти. Краще переписати його таким чином: *The Prime Minister has vowed not to bring back hanging, despite a 20 percent increase in murders this year [54].*

Навіть такі прості єднальні слова, такі як *i* та *ale* можуть стати причиною плутанини, якщо їх не застосовувати розумно. Ці слова називаються сполучниками,

оскільки вони об'єднують речі. Це слово *i* є прийнятним, коли використовується для об'єднання двох слів або фраз:

The man *and* the woman had two daughters *and* a son [60].

Однак його не слід використовувати для об'єднання довгих списків ідей, які досить легко можна розділити на різні речення. У наступних прикладах першу версію плутає використання *i* та *але*. Розрізавши його на окремі речення, значення не змінюється, але так легше зрозуміти:

Right:

Import duty on meat and vegetables will be reduced by ten percent.

The special subsidy for rice exporters will be increased by five percent. These changes will come into effect after the next budget.

Wrong:

Duty on imported meat and vegetables will be reduced by ten percent and the special subsidy for rice exporters will be increased by five percent but these changes will not come into effect until after the next budget. [54]

Парні або подвійні заперечення в англійській мові - це не тільки погана граматики («*he has not got no pen*»), вони ставлять в тупик у розмовній мові. Незважаючи на те, що парні заперечення просто перекреслюють один одного, багатьох людей вони можуть спантеличити. Багато інших мов мають абсолютно різні правила щодо парних заперечень, і навіть деякі британські діалекти

використовують парне заперечення, щоб наголосити на негативній ідеї. Однак ми говоримо про новини, які повинні бути зрозумілі звичайному читачеві [54].

Наприклад, у реченні «*He was happy*» легко побачити суть, як і в «*He was unhappy*». Речення «*He was not unhappy*» навпаки важко зрозуміти. Має бути правилом уникати парних негативів [61].

Підбиваючи підсумки, речення повинні бути структуровані з використанням активного способу. Пасивний спосіб можливий, коли залишається незрозумілим, хто є виконавцем дії. Також підрядне речення краще вживати в кінці речення. Більше того, слова *і* та *але* повинні бути розміщені таким чином, щоб вони поєднували два слова або фрази, а не списки ідей. А парних заперечень слід уникати у якісних текстах новин. Основна ідея – писати якомога простіше, щоб читачі бачили сенс.

Мова новин повинна бути легкою для розуміння і яскравою для запам'ятовування водночас. Тому журналісти намагаються вживати живу мову та авторські слова-неологізми.

Слова, які ви використовуєте, допоможуть зробити вашу історію легко зрозумілою. Довгі слова непогані, якщо це єдині слова, що пояснюють певне значення.

Однак англійська мова багата і різноманітна, тому зазвичай є коротші варіанти, які можуть замінити їх на краще [52].

Багато молодих журналістів вважають, що їм доводиться використовувати весь свій словниковий запас для написання навіть найпростіших новин. Вони хочуть похвастатися своїм знанням мови. Однак не їх знання мають значення, а словниковий запас читача чи слухача важливіший [60].

Деякі журналісти вважають, що вони можуть додати драматизму в історію, лише додавши слова. Тоді з'являються такі речення:

The man ran swiftly across the street to help the defenseless boy who was being brutally beaten.

Якщо прикметники та прислівники вийняти, виявляється, що вони непотрібні. Слово *swiftly* не є обов'язковим, оскільки люди зазвичай не бігають повільно. Хлопчик очевидно *defenseless*, в іншому випадку його б не били. І слово *brutally* тут не потрібне, оскільки бійки в основному жорстокі. Речення тепер набагато живіше і чіткіше:

The man ran across the street to help the boy who was being beaten. [54]

Найефективніший спосіб додати драматизму до речення - це ретельно підбирати дієслова. Наприклад, дієслово «побіг» може бути змінено на «ходив», «гуляв», «гримів» або «летів». Вони змінюють ціле враження. Кожне слово має точно описувати те, що сталося. Але краще вибрати правильне дієслово, ніж додавати зайві прикметники та прислівники. Різноманітні дієслова є спільними для спортивних репортажів, де описуються дії гравців за допомогою ударів ногами, поштовхів та стрільби [54].

Багато недбалих письменників вводять нові слова, не замислюючись про те, як звичайні люди усвідомлять повідомлення. Іноді вони змінюють іменники на дієслова, щоб скоротити речення. Небезпека цього полягає в тому, що дієслово в результаті часто є менш точним, ніж оригінальна фраза, і є менш зрозумілим людям. Таких та подібних дієслів уникають у точних новинах: *to author* (краще *to write*), *to hospitalize* (кращий варіант - *to admit to hospital* or *to be in hospital*), *to parent* (*to be a parent* чи *to act like a parent* краще використовувати) [61].

Автори новин повинні бути дуже обережними щодо введення нових слів, яких читачі можуть не знати. Це особливо важливо, якщо вжите слово є з їхньої другої мови. Дуже потрібно дотримуватися вживання знайомих слів [60].

Однак, якщо уникнути використання нового слова неможливо, слід негайно додати пояснення. Наприклад, багато англійських газет вільно використовують російське слово *glasnost*, говорячи про зміни в Радянському Союзі. Коли вони

вперше почали ним користуватися, вони пояснили, що glasnost означала «відкриття суспільства, яке раніше жорстко контролювалося» [54].

На закінчення: визначення тексту новин включає два аспекти: текст новини стосується чогось нового і пов'язаний із життям читачів. Беручи до уваги обидва аспекти, висновок полягає в тому, що текст новини – це текст, що містить новини про останні події з життя, знайомий і необхідний для читачів. Існує величезна різноманітність тем новинних текстів: про здоров'я, про посадовців, про військові конфлікти тощо. Можливо, щоб мова йшла про найбільш конкретні речі, такі як нова версія iPhone, і більш загальні, як рівень бідності в країні. Вони можуть бути пов'язані з конкретною людиною або із суспільством загалом.

Критерії тексту новин: оригінальність, унікальність, цікавість чи значимість та написання про людей. Тексти новин використовуються для інформування читачів про події дня, які вважаються новими чи важливими.

Загальна думка, що в реченні повинно бути не більше 20 слів. Рекомендація полягає в тому, що кожне речення повинно обмежуватися не більше як трьома окремими ідеями.

Що стосується структури речень, то потрібно використовувати активний спосіб, щоб читачі могли їх запам'ятати. Краще не починати речення підрядним реченням.

Звичайно, жива мова є кращою, ніж кліше, оскільки мова читача важливіша за авторську.

Більше того, існують такі маніпуляції щодо створення ефекту об'єктивності, як використання іменників, що позначають групові поняття замість реальних людей, узагальнених прикметників, відсутність цитування, відсутність доказів або реального ресурсу інформації. Якщо згадані особливості англійських текстів новин зберігаються, то новини привертають увагу аудиторії та роблять їх цікавими та зручними для читання.

2.2 Мовні засоби створення ефекту об'єктивності

Ми поділяємо всі лінгвістичні засоби створення ефекту об'єктивності на 3 основні групи відповідно до того, наскільки вони здаються об'єктивними для читачів. Отже, у нас є такі групи, як лінгвістичні засоби, що позначають низький рівень ефекту об'єктивності, середній та високий.

Ми виявили такі підгрупи з низьким рівнем ефекту об'єктивності, які пов'язані з джерелом інформації, можливостями, відсутністю точного місця й часу та міркувань. Ми створюємо такі підгрупи через їх часте використання в текстах новин [27].

Говорячи про відсутність джерела, ми проаналізували, що посилення потрібне, але не спостерігається в таких темах новин про коронавірус, як: кількість померлих, вакцинованих, протестованих та виявлених позитивними та побічних ефектів лікування. Це найпопулярніші теми суперечок, і їх часто фальсифікують [37].

Що стосується можливостей і прогнозів, які широко поширені в новинах в епоху миттєвих глобальних змін, вони переважно представлені за допомогою модальних дієслів, що позначають можливість або можливість за певних обставин [27].

Для опису місць і часу використовуються прислівники або прислівникові звороти. Для створення ефекту об'єктивності у тих випадках, коли автор не може вказати точне місце чи час через відсутність знань або обмежений доступ, знаходять узагальнені замітники [27].

Ми класифікуємо середній рівень ефекту об'єктивності, оскільки існують деякі лінгвістичні засоби, які змушують читачів думати, ніби їм дають достовірну інформацію, але легко виявити, що справжнє джерело надається не в повній мірі. Отже, ми створюємо дві підгрупи, такі як повний та частковий пропуск мовця [37].

У першому випадку мовця повністю опускають, а замість прямої та точної назви використовують назви країни, організації чи іменників, що позначають групові поняття [37].

Щодо часткового упушення, стає зрозумілішим, хто подав інформацію, оскільки зазвичай згадується ім'я доповідача, хоча без згадування його посади на роботі чи компанії, в якій вони працюють. Інший спосіб - використання посад без імен для створення ефекту об'єктивності [37].

Читачі відчують себе безпечніше, коли читають слова в лапках. Таким чином читач може судити про об'єктивність очима цитованої особи [37]. Ось чому вони належать до високого рівня ефекту об'єктивності. У наступному прикладі різниця між двома реченнями, що описують той самий злочин. Можна помітити, як магістрат та обвинувачений бачать злочин протилежним чином:

The magistrate said: «These were mean and despicable thefts, carried out against a defenseless family for no good reason».

The accused said: «I never robbed anyone. I just took from the rich people and gave it back to the poor» [13].

Додатковою перевагою використання цитат є те, що використовується набагато живіша мова, тому люди читають слова, якими вони самі послуговуються [63].

Підсумовуючи, слова, що застосовуються в новинах, не повинні плутати чи вводити в оману. Вони повинні бути зрозумілими читачам різних соціальних статусів, рангів чи виховання. Далі, цитати є найбільш об'єктивними мовними засобами серед усіх. І журналістам доводиться використовувати їх такими, якими вони є, не виносячи жодного особистого судження.

У текстах новин на сайті ВВС ми виявили різні мовні засоби, що створюють ефект об'єктивності. Усі вони поділяються на три великі групи, що позначають: низький рівень об'єктивності (25%), середній рівень об'єктивності (19%) і високий рівень об'єктивності (56%).

Група лінгвальних засобів, що позначають низький рівень ефекту об'єктивності є однією з найчисленніших, і вона поділена на 4 підгрупи. Сюди належать ті випадки, коли немає доказів написаного або незрозуміло, занадто загально. Крім того, чийсь думки подаються у формі новин. Це не має нічого або дуже мало спільного з об'єктивністю. Отже, ці підгрупи: немає жодного згаданого джерела статистики - 42 приклади (39%), можливості - 24 приклади (22,2%), немає точного місця та часу - 7 прикладів (6,4%), міркування - 35 прикладів (32,4%).

Мовні засоби, що позначають статистику без джерела займають центральне місце в описі низького рівня об'єктивності в новинах про коронавірус і вони - численні. Беручи до уваги той факт, що цифри та відсотки можуть змусити людей довіряти автору, такий підхід є домінуючим.

Статистична інформація в новинах про коронавірус стосується кількості померлих людей - 9 прикладів (8,4%), людей, що здавали тест на коронавірус і виявилися позитивними - 17 прикладів (15,8%), кількості щеплених людей - 2 приклади (1,9%) та побічні ефекти лікування - 14 прикладів (12,9%).

Мовні засоби для опису статистики померлих від коронавірусу. У сучасних новинах це поширене явище вказувати кількість померлих людей від коронавірусу. Зазвичай ця статистика подається за допомогою цифр як графічних знаків або числівників «цифри», «десятки», «сотні» і навіть слово «підтверджено» вживається, коли немає посилання на підтверджуюче джерело. Також використовуються такі скаляри як: менше, більше.

Яскравим прикладом статистики, що не містить жодних додаткових посилань на її джерело, є: *One in 1000 of the entire UK population has already died after being infected with coronavirus during the pandemic* (12). Така статистика використовується переважно на початку статей, оскільки викликає інтерес до їх прочитання.

У деяких новинах ми можемо зіткнутися зі словом «кількість», замість того, щоб надати точну статистику та дати посилання на неї, як це видно з наступного прикладу: *However, these figures include only people who have died within 28 days of*

testing positive for coronavirus and other measures suggest the number of deaths is higher (13).

Мовні засоби, що позначають статистику щодо кількості людей, що здали тест на коронавірус і виявилися позитивними. Наступна широко розповсюджена статистика стосується кількості людей, які проходять обстеження та виявляються хворими. Як ми бачимо з наступного прикладу, ця статистика також не підтверджується в деяких новинах. *A surgeon at Merseyside hospital has tested positive for coronavirus.* (5) *A second member of staff at a Merseyside hospital has tested positive for coronavirus, after a surgeon was also diagnosed* (9). Обидва представлені приклади стосуються однакової лікарні та кількості хворих працівників. І в обох немає посилань на джерело. Другий приклад поданий лише через два дні після публікації першого. Залишається незрозумілим, чи автор навмисно не підтверджує слова, чи це випадковість.

У багатьох статтях є хитромудре слово "підтверджено", яке виглядає як таке, якому слід довіряти, як це видно на прикладі нижче: *Globally the number of confirmed cases of coronavirus have passed 200,000 and more than 8,000 people have died* (6). У цій статті інформація про автора цих цифр не пропонується.

Мовні засоби, що позначають кількість щеплених людей. Читачів сильно цікавить питання про вакцинацію. Отже, статистика кількості щеплених людей використовується в багатьох статтях новин як пусковий механізм. Її пишуть за допомогою чисел, до того ж округлених, які легко запам'ятати: «мільйон», «сотня», «тисяча» тощо. Приклад того, як обраховують вакцинованих людей у новинах: *The Sinopharm vaccine has already been given to one million Chinese citizens under an emergency programme* (3). Це вже тенденція, що жодної згадки джерела не використано. Читачі мусять довіряти без будь-яких доказів.

Мовні засоби, що позначають побічні ефекти лікування. Зараз обговорюється ще одне питання, чи безпечна вакцинація. Оскільки вакцини все ще розробляються, люди захоплені усіма новинами про їх вплив, особливо про побічні ефекти. І знову

числа заокруглюються, щоб читачі тримали їх в пам'яті. *The Pfizer vaccine cuts cases of Covid by about 95%, but it does have very common side-effects including pain from the injection, headache, chills and muscle pain. These could affect more than one in 10 people* (16). У статті немає інформації про те, хто відповідає за цю інформацію та за ствердження цього жахливого відсотка людей, які відчують побічні ефекти. І немає джерела, звідки це взято, що вакцина є настільки ефективною. Крім того, фраза «більше ніж одна» є дуже суб'єктивною, оскільки незрозуміло, чи постраждати можуть до 2 чи 8 людей.

На завершення, статистика в новинах про коронавірус повідомляє читачам про кількість померлих людей, тих, хто після здачі тесту, виявилися позитивними, кількість щеплених людей та побічні ефекти лікування. Однак ресурс не надається. Щоб переконати читача в достовірності інформації, існують цифри, іменники у множині, відсотки, слово «підтверджено» та скалярні слова такі як «більше», «менше». Більше того, числа, як правило, не точні та заокруглені.

Мовні засоби, що позначають можливості. Аналізуючи те, як журналісти схильні викликати сильні емоції у своїх читачів, ми виявили такий вид написання, який змушує читачів боятися. Автори пишуть про щось жахливе, і, оскільки у них немає даних, вони використовують слова як «подальша можливість», «може бути», «може також бути», «можливо буде» або «це може означати». Отже, є дві підгрупи відповідно до вжитих слів: з використанням модальних дієслів – 18 прикладів (16,6%) та слова «можливість» – 6 прикладів (5,6%).

Можливий сенс ситуації, що розвивається, полягає в наступному випадку: *Practically, it could mean an end to going to the pub or to the restaurants for the duration of the circuit breaker* (18). Тут ми можемо побачити думку автора, оскільки немає жодної офіційної заяви, що відповідала б цьому.

Деякі автори досить сміливі, щоб просувати свої погляди на ситуацію в лікарнях і на те, що може трапитися з пацієнтами: *A further possibility is that there could be a group of patients in hospital for long periods, not being discharged but also*

not succumbing to the virus (19). Хто підрахував, що так буде, незрозуміло. Однак зрозуміло, що після прочитання цього матеріалу багато хто з тих, хто його читає, насправді почнуть хвилюватися, не маючи для цього жодної підстави.

Говорячи, зокрема, про економіку та інфляцію, деякі журналісти майже напевно прогнозують, що може бути, якби вони були фінансистами: *Sterling almost certainly would depreciate sharply again if a major second wave of Covid-19 emerges or if the UK and EU fail to either sign a trade deal or to extend the transition period before the end of this year, he [Mr Tombs] said* (10). Тут це використано для написання про погану економічну ситуацію та посилення страху в суспільстві.

Незважаючи на ті випадки використання модальних слів здебільшого для демонстрації можливих негативних ситуацій, їх намагаються використовувати для більш позитивних мотивів, як це відбувається тут: *And these patients may be slightly less vulnerable and therefore less likely to die* (19). Хоча ті, хто читає ці рядки, хочуть у це повірити, немає підстав для цього. Той, хто написав його, не є ні лікарем, ні вченим, щоб передбачити, хто з меншою чи більшою ймовірністю помре. Крім того, такі слова, як «менше» і «трохи менше», є дуже суб'єктивними і не можуть використовуватися як надійні для читання в новинах.

Мовні засоби, що позначають неточне місце і час. Існує цілий ряд новин, що описують певні проблеми, які є актуальними для аудиторії. Проте, маючи недостатньо інформації про події, тексти публікуються з незрозумілими прислівниковими обставинами місця, як-от: *throughout, during the evening, in (some country)* або «*across*». Це займає 2,7% (7 прикладів) з цієї групи.

Щоб додати ефекту об'єктивності, має бути вказане місце. У 3,7% (4 приклади) проаналізованих статей немає певного місця. Якщо журналісти не мають такого матеріалу, вони використовують деякі замітники, як це видно з наступного прикладу: *The first Covid vaccinations have begun to take place across the UK* (12). Річ у тім, що Великобританія складається з декількох країн. Люди, які переглядають цю статтю, швидше за все, є громадянами цієї держави. І вони, швидше за все,

бажатимуть дізнатися, де саме роблять щеплення, і чи в їх регіоні є можливість зробити щеплення чи ні. Великобританія – це занадто загально в даному випадку.

Якщо в описаній події є неточний час, це доводить, що новини мають низький рівень об'єктивності. *Throughout the morning, patients and health workers at some 50 hospitals around the country have had the jab* (12). Хоча ми маємо інформацію про дату її появи на веб-сайті, не можна покладатися на час у даній новинній статті, оскільки немає точного часу, коли це відбулося, чи о 6, чи о 10 ранку. Єдине, що тут відомо, це вранці.

Чіткий контраст між низьким рівнем об'єктивності та високим добре видно у реченнях, які написані одне за одним: *Socially-distanced indoor spectators can return to sporting events from 28 August; Open air museums from late-August* (4). Зрозуміло, що автор має інформацію про глядачів і не має достатньо матеріалів про музеї, але все ж пише про них. Це робить цю частину новин низько-об'єктивною.

Слід сказати, що в новинах чітко простежується низький ефект об'єктивності, коли замість зазвичай наданих точних місця та часу використані узагальнені замітники. Зазвичай це виявляє брак знань або відсутність доступу автора до певної інформації.

Мовні засоби, що позначають міркування. У деяких статтях є буквально вжиті слова «*consider*», «*think*», «*suggest*». Сюди належать 35 прикладів (32,4%) із проаналізованих статей серед тих, що мають низький рівень ефекту об'єктивності. Якщо такі слова є в тексті, це означає, що це не є ні офіційною, ні раціональною думкою когось. Хоча чийсь думки, якщо вони публікуються, приймаються багатьма людьми, це лише думки. Часто немає пояснення, чому читач повинен вірити написаним словам.

Ці так звані міркування можуть торкнутися засобів лікування: *There are some drugs that have truly brutal consequences on the body, but are still approved because they are considered worth the risk* (16). Незрозуміло, хто вважає, що лікування насправді варте ризику смерті когось, і чому хтось повинен з цим погодитися.

Більше того, мова йде про людей та деякі показники: *A man in his 40s with motor neuron disease (MND) is thought to be the youngest person in the UK to have died having tested positive for coronavirus* (6). Це один з найбільш емоційно складних прикладів для аналізу, оскільки він викликає відчуття того, що життя не настільки цінне для підрахунку та для надання детальної статистики. Після прочитання такого вступу, як цей, здається, що вмираючі люди байдужі авторам. Хто думав, що 40 - це наймолодший вік смерті у Великобританії? Хіба не автор слів написав це?

Статистика в новинах про коронавірус часто пропонує читачам низьку об'єктивність. Незважаючи на те, що через статистику читачі поінформовані про кількість померлих людей, тих, хто здали тест і виявилися позитивними, кількість вакцинованих людей та побічні ефекти лікування, джерело не згадується. Щоб зробити вигляд, що інформація достовірна, застосовуються заокруглені числа, відсотки, і застосовується слово «підтверджено».

Крім того, особисті погляди поширюються в новинах модальними дієсловами: *can/could be, may/might be, certain/likely to be*. Їх використання робить новини найбільш суб'єктивними.

Також низький ефект об'єктивності чітко простежується в узагальнених заміниках, що використовуються для точних місць та часу. Це свідчить про відсутність знань або доступу автора до інформації.

Думки та міркування маскуються в новинах і пишуться так, ніби вони є звичайними даними, і читач може довіряти їм.

У будь-яких новинах є мовні одиниці, які певною мірою створюють ефект об'єктивності. Зазвичай для привернення уваги читачів використовується непряма мова. Оскільки написана думка не є особистою, легше піддатися їй або не помітити, наскільки добре створюється ефект об'єктивності, однак, не самої об'єктивності.

У непрямій мові є інформація типу *«he/she said that»*. Якщо це надійний інформаційний ресурс, хоча б коротко сказано, хто є доповідачем. Бажано, щоб були вказані його посада на роботі, де він працює, та його ім'я.

Є дві підгрупи. Перша - це повний пропуск мовця - 36 прикладів (55,4%), а друга - частковий - 29 прикладів (44,6%).

Повне упушення мовця. До цієї групи відносяться такі замітники, що застосовуються замість необхідних, як: назва країни - 1 приклад (0,4%), колективна назва або назва організації - 17 прикладів (26%) та узагальнені іменники, що позначають деякі групи людей без персоналізації - 19 прикладів (29%).

Назва країни створює ефект об'єктивності. Подається так, ніби хтось це говорить. Але хто --незрозуміло для вдумливого читача: *The United Arab Emirates is the first country to rate a front-running Chinese vaccine for Covid-19, saying it was 86% effective in a phase-three trial* (3). Це яскравий приклад того, як назва країни використовується замість справжнього оратора.

Назви організацій. Використання назв організацій замість посадовців, які несуть певну відповідальність за те, що вони говорять, чітко відстежується тут: *The Department of Health has said there could be 1,000 new coronavirus cases every day in Northern Ireland in a month's time, if the current trend continues* (4). Як правило, ми знаємо, що там повинна бути посадова особа або речник, але в цьому випадку він опущений.

Узагальнені іменники. В новинах можуть бути деякі узагальнення або назви груп людей. *Scientists advising the UK government say spending six seconds at a distance of 1m from someone is the same as spending one minute at a distance of 2m* (4). Неможливо зрозуміти, хто з науковців підтримують цей погляд, нічого про їх національність, галузь науки, організацію, в якій вони працюють і т. д. не сказано. *Regulators have advised that anyone with a history of significant allergic reactions should not have the Pfizer/BioNTech jab* (1). Невідомі з контексту регулятори вирішили, хто не повинен отримати вакцину.

Часткове упушення мовця. Існують такі вирази із згаданою особою, коли подається лише деяка частина інформації. У деяких випадках є лише імена, які

можуть бути не знайомі пересічному читачеві – 8 прикладів (12,3%), або лише назви професій без імені – 21 приклад (32,3%).

Відсутність імені. Прикладів без імен, а лише робочих посад багато. У наступному прикладі згадується позиція траста, але його імені немає: *У своїй заяві траст сказав: In a statement, the trust said: «This is something the trust has had to become accustomed to but it does add to the complexity of providing acute services during a pandemic and particularly during sustained surges»* (1). Це не є дуже об'єктивним, оскільки довірчі фонди можуть змінюватися (люди можуть звільнитися), і тоді ніхто не несе відповідальності за заяву, яку дають громадськості.

Посада без імені може ввести в оману, як у прикладі нижче. У цьому випадку, коли згадується декілька держав, ще не ясно, що ця особа належить до Великобританії: *The prime minister has told leaders of the devolved nations that he is committed to a UK-wide approach to tackling coronavirus «even if different parts of the UK begin to move at slightly different speeds», Downing Street said* (7). Для читачів Великобританії це може здатися нормальним, оскільки вони знають своїх міністрів, як передбачається. Однак представникам інших країн може знадобитися більше інформації, щоб прийняти це як об'єктивне.

Відсутність посади. Важливо вказати, хто ця людина, адже якщо ні, то його досягненням чи впливу можуть не надати необхідного значення: *Boris Johnson is due to announce plans for England's lockdown on Sunday, but ministers have insisted short term changes to measures will be «modest»* (7). З контексту немісцевий читач може здогадатися, що, можливо, Борис Джонсон – політик. Його позиція на момент публікації статті відома деяким людям, хоча і не всім. Хто знає, чи справді він збирається оголосити про блокування.

Краще назвати університет або компанію, поділившись словами людини: *Prof John Edmunds, who is advising the government, said earlier that it had actually risen slightly - to between 0.75 and one* (7). Звичайний читач не має жодного натяку, аби

знати, що професор – відомий британський епідеміолог, оскільки навіть немає жодного згаданого університету.

До лінгвальних засобів з високим рівнем об'єктивності відносяться, наприклад, інтерв'ю та прямі цитати. В журналістиці дуже часто спостерігаються інтерв'ю з перших вуст. Новини вказують справжнє ім'я людини, а потім цитують їх безпосередньо. Оскільки більшість авторитетних журналістів не можуть ризикувати своєю роботою, вигадуючи цитати, вони переважно надійні.

Якщо в сюжеті є пряма цитата, необхідно перевірити, чи є вона частиною більшого висловлювання. Деякі інформаційні видання виривають слова з контексту, а іноді сатиричні цитати передаються як справжні. *It comes after Scotland's lockdown was formally extended and the Northern Ireland Executive said there was «no headroom» yet to ease the lockdown* (7). Читачі все ще мають надію, що ці два цитовані слова були застосовані до локдауну промовцем.

Новина надійна, якщо легко дізнатись джерело цитати. Якщо це не так, існує вірогідність скопійованого та вставленого цитування в розділ виписки. Текст ставиться у лапки, тож в разі необхідності саме це словосполучення можна знайти.

Цитати досить легко верифікувати, тому їх використовують нечесні журналісти, оскільки цитати ідеально підходять для гри на упередженнях людей. Для дезінформації автори просто вибирають якусь громадську особу, улюблену або зненавиджену аудиторією, а потім поширюють фейкову або оманливу цитату, яка підтверджує стереотип і не завжди справді інформацію. *At the briefing, Mr Raab said any short term changes to restrictions would be "modest, small, incremental and very carefully monitored"* (7). У нас є цитата, хоча і не повна. Читачі повинні довіряти автору, що міністр закордонних справ Домінік Рааб характеризував зміни таким чином.

Хоча існує потреба у ширшому контексті, цитати здаються досить надійними.

Є також повні цитати. Наприклад, *The prime minister has told leaders of the devolved nations that he is committed to a UK-wide approach to tackling coronavirus*

«even if different parts of the UK begin to move at slightly different speeds», *Downing Street said* (7). Щоб створити ефект об'єктивності, є два посилання на те, хто це сказав, хоча насправді це завуальовано і важко помітити за звичайного читання новин, особливо швидкого, як це роблять сучасні люди.

Ефект високої об'єктивності присутній в наступному прикладі: *«Every effective medicine has unwanted effects» says Prof Stephen Evans, from the London School of Hygiene & Tropical Medicine* (16). Такі цитування створюють найвищий ефект об'єктивності, оскільки в такий спосіб вся базова необхідна інформація така як ім'я, заголовок і навіть місце розташування оратора подані.

«We urge residents to continue to support our plea not to visit other households - this will be the law from Tuesday,» he [council leader Ian Brookfield] said (11). Це звучить досить об'єктивно, оскільки існує звичайне цитування. Однак є нюанс, який торкається цитування загалом.

Цитати гарні самі по собі, але їх можна взяти з виступу чи іншої статті, тоді як далі в тій самій роботі може бути спростування вищезазначеного.

На закінчення, на веб-сайті ВВС знайдено численні приклади кожного з трьох рівнів об'єктивності: низького, середнього та високого. Низький рівень об'єктивності поділяється на 4 підгрупи: що означає відсутність джерела, можливості, неточні місце чи час та міркування.

Існує 42 приклади мовних засобів для позначення відсутності джерела. Усі вони розділені на 4 групи: статистика кількості померлих через Covid-19, статистика кількості вакцинованих людей, кількості людей, що здали тест та виявилися позитивними та відсутність джерела інформації про побічні ефекти проведеного лікування, аби перемогти коронавірусну хворобу.

Ще однією групою мовних засобів, що належать до низького рівня ефекту об'єктивності, є можливості. 24 приклади представлені в новинних статтях за допомогою модальних дієслів (вони переважають) або буквально словом «можливість». Вони передають прогнози, а не факти.

Неточне місце та час стосуються також низького рівня ефекту об'єктивності, оскільки існують загальні прислівники або використовуються прислівникові звороти. 7 прикладів свідчать про відсутність знань або доступу до матеріалу з боку автора.

Міркування - це четверта група, що стосується низького рівня ефекту об'єктивності, оскільки вони демонструють читачам чийсь думки, подані у формі надійного джерела. Їх є 35 прикладів.

Наступною великою групою є середній рівень ефекту об'єктивності. В аналізованих статтях налічується 66 прикладів мовних засобів, які можуть вразити читачів більше, ніж представники першої групи, і змусити їх вважати інформацію, подану в новинах, об'єктивною. Тут оратор опущений. Це може бути як повне, так і часткове опущення.

Говорячи про повний пропуск мовця, в новинах є назви країн, організацій або слова, що позначають групи людей, що використовуються замість конкретних.

При частковому пропуску доповідача вже згадується більше інформації про спікера. Ім'я доповідача дається без його посади на роботі або компанії, в якій вони працюють, в одних новинах, тоді як в інших є лише їх посади, а імен немає.

Останньою та найбільшою є група мовних засобів, що позначають високий рівень ефекту об'єктивності. Він характеризується широким застосуванням лапок. Вони складаються з реальних слів, про які раніше говорили оратори, і зазвичай не містять домішок. Це дозволяє читацькій аудиторії без будь-яких перешкод усвідомити суть поданих слів. Більше того, шановані та відомі письменники не будуть ризикувати своїми посадами на роботі та міняти слова, використовуючи цитати. Хоча цитати належать до високого рівня об'єктивності, вони також носять суб'єктивний характер. Цитати використовуються, щоб переконати читача покладатись на подану інформацію, але дуже часто трапляється, що слова подаються без контексту. Більше того, порядок думок мовця може бути змінений

або їхня думка щодо одного поняття чи події може бути застосована для опису іншого.

Багато авторів новинних текстів публікують такі новини, що описують ситуацію з Covid-19, і використовують різні мовні засоби, щоб створити ефект об'єктивності.

ВИСНОВКИ ЩОДО РОЗДІЛУ II

На сьогоднішній день у нас великий вибір новинних текстів про коронавірус та пов'язані з ним теми. Однак вони лише здаються об'єктивними. Насправді вони суб'єктивні, хоча для створення ефекту об'єктивності використовуються різні мовні засоби.

У сучасному світі текст новин включає два аспекти: текст новини стосується чогось нового і пов'язаний із життям читачів. Тому текст новин, що містить новини про недавню ситуацію з Covid-19, що знайомі та потрібні для читачів, так популярні.

До текстів новин застосовуються такі критерії новин, як оригінальність, унікальність, цікавість чи значимість та написання про людей. Вони використовуються для інформування читачів про події дня, які є новизною або важливими.

У реченні повинно бути не більше 20 слів за загальною рекомендацією. І кожне речення повинно складатися не більше ніж з трьох окремих ідей.

Що стосується структури речень, то активний спосіб є кращим у новинах, так читачі їх краще запам'ятовують. Рекомендується не починати речення з підрядного.

Більше того, живою мовою потрібно користуватися більше, ніж кліше. Мова новин повинна бути простою для розуміння пересічним читачем.

Що стосується створення ефекту об'єктивності, то замість реальних людей пишуться загальні іменники, узагальнені прикметники, відсутність цитування, відсутність доказів або реального джерела інформації тощо.

Численні приклади цього поділяються на три рівні об'єктивності: низький, середній та високий, що знайдені на веб-сайті BBC. Низький рівень ефекту об'єктивності (24,5%) ділиться на 4 підгрупи: що позначає відсутність джерела, можливості, неточні місце чи час та міркування.

39% аналізованих мовних засобів позначають відсутність джерела. Усі вони розділені на 4 групи: статистичні дані про кількість померлих людей в результаті інфікування Covid-19, статистичні дані про кількість щеплених людей, про кількість позитивних тестів та відсутність джерела інформації про побічні ефекти лікування, наданого, щоб перемогти коронавірусну хворобу.

Ще однією групою мовних засобів, що належать до низького рівня ефекту об'єктивності, є можливості (22,2%). Вони представлені в статтях новин за допомогою модальних дієслів (вони переважають) або буквально словом "можливість". Вони передають прогнози, а не факти.

Неточне місце та час стосуються також низького рівня ефекту об'єктивності, оскільки існують загальні прислівники або використовуються прислівникові звороти (6,4%). Вони свідчать про відсутність знань або доступу до матеріалу з боку автора.

Міркування - це четверта група, що стосується низького рівня ефекту об'єктивності, оскільки вони демонструють читачам чийсь думки, подані у формі достовірного джерела (32,4%).

Наступною великою групою є середній рівень ефекту об'єктивності (19, 4%). В аналізованих статтях налічується 66 прикладів мовних засобів, які можуть вразити читачів більше, ніж представники першої групи, і змусити їх вважати інформацію, подану в новинах, об'єктивною. Спікер часто пропущений. Це може бути як повне, так і часткове упущення.

Говорячи про повний пропуск мовця, в новинах є назви країн, організацій або слова, що позначають групи людей, що використовуються замість конкретних.

При частковому пропуску доповідача вже згадується більше інформації про спікера. Ім'я доповідача дається без його посади на роботі або компанії, в якій вони працюють, в одних новинах, тоді як в інших є лише їх посади, а імен немає.

Останньою та найбільшою є група мовних засобів, що позначають високий рівень об'єктивності (56%). Для цього використовують лапки. Вони складаються з реальних слів, які раніше говорили оратори, і зазвичай не містять домішок. Це дозволяє читацькій аудиторії без будь-яких перешкод усвідомити суть поданих слів. Більше того, шановані та відомі письменники не будуть ризикувати своїм положення, міняючи слова, коли використовують цитати.

Хоча цитати належать до високого рівня об'єктивності, вони також носять суб'єктивний характер. Цитати використовуються, щоб переконати читача покластись на подану інформацію, але дуже часто трапляється, що слова подаються поза контекстом. Більше того, зміна думок доповідача може мати місце або їхня думка щодо одного явища може бути застосована для опису іншого.

Вищезазначена інформація гарантує, що великий вибір мовних засобів допомагає журналістам зрощувати культуру страху, ділитися фейковими новинами та створювати ефект об'єктивності.

Перспективи подальшого дослідження даної теми полягають у необхідності поглибленого вивчення інших мовних засобів створення ефекту об'єктивності в новинах про коронавірус, які не включені в цю роботу через обмеження в обсязі, та в вивченні інших сфер створення ефекту об'єктивності в англійських текстах новин на інші теми.

РОЗДІЛ ТРЕТІЙ: ПЕРЕКЛАД НОВИНИХ СТАТЕЙ ПРО КОРОНАВІРУС З АНГЛІЙСЬКОЇ НА УКРАЇНСЬКУ

3.1 Методи дослідження прагматичного впливу в перекладі публіцистики на тему COVID-19

Як відомо, будь-які події світового масштабу знаходяться своє пряме віддзеркалення у мовах світу, зокрема в англійській мові, що має статус *lingua franca*. Таку тенденцію переконливо засвідчують процеси поповнення англомовного лексичного складу шляхом продуктивного словотворення. Враховуючи цей факт відзначимо, що сьогодні постала нагальна потреба в дослідженні лексичних новацій, появу яких зумовила світова пандемія, адже безумовно найбільш глобальною та актуальною подією 2020 року стала пандемія коронавірусної інфекції COVID-19, спричинена коронавірусом SARS-CoV-2. Отже, мета пропонованої публікації полягає у спробі здійснення всебічного аналізу шляхів збагачення лексики сучасної англійської мови коронавірусними мовними одиницями, стрімке збільшення яких уможливила пандемія. Сформульована мета передбачає розв'язання низки конкретних завдань, а саме [38]:

- відстежити методом суцільної вибірки та дослідити нові надходження до англомовної лексичної системи неологізмів, сталих словосполучень, okazіональних колокацій, номінацій, асоційованих із COVID-19;
- охарактеризувати продуктивні моделі словотворення, за допомогою яких продукується більшість коронавірусної лексики;
- сформулювати висновки та перспективи подальших досліджень у обраному напрямі. У статті використано комплекс загальнонаукових (аналіз, синтез, дедукція, індукція, систематизація, класифікація), а також суто лінгвістичних методів (метод суцільної вибірки з лексикографічних джерел та

онлайнних ресурсів і спостереження, лексико-семантичний аналіз, вивчення словникових дефініцій, контекстуальна інтерпретація) [40. с. 184].

Уже стало аксіоматичним твердження, що мова є дзеркалом культури та соціуму, відбиваючи соціальні, політичні, економічні, екологічні зміни та інші події глобального масштабу, отже пандемія коронавірусу COVID-19 як безпрецедентна за своїм розмахом подія знаходить своє вербальне втілення в англійській та інших мовах. Нині за даними найвідоміших англомовних лексикографічних ресурсів, на зразок Oxford English Dictionary, Longman English Dictionary, Collins Dictionary, Merriam-Webster Dictionary, а також словників сучасного сленгу Urban Dictionary та Wordspy, лексика, яка стосується коронавірусної тематики, увійшла до складу словників як частина лексичної системи англійської мови. Прикметно, що частина цієї лексики є складником англомовного узусу, однак інша – все ще має okazіональний статус [69].

Важливим для дослідників процесів урізноманітнення словникового складу є поняття неологізму, адже нині спостерігаємо виникнення чималої кількості лексичних одиниць, інноваційних колокацій та номінацій для характеристики нових понять, речей та явищ. Наголосимо, що неологізми можна умовно розділити на лексичні, фразеологічні, семантичні. До окремої категорії мовних новотворів належать словотвірні новації, які втілюються у нових словотвірних елементах або ж моделях словотворення. До прикладу, нещодавно у американських ЗМІ з'явилося повідомлення, що симптоми коронавірусу можуть підсилюватися симптомами сезонного грипу, створюючи так звану подвійну пандемію (*twindemic*), тому медики наголошують на необхідності вакцинації від грипу. У наведеному нижче прикладі телескопічне утворення *twindemic* від повної основи *twin* та усіченої *randemic*, вжито саме на позначення такої нової подвійної загрози людству, яку прогнозують учені із настанням сезону грипу та інших ГРВІ [42].

Як уже підкреслювалося вище, пандемія COVID-19 панує у інформаційному просторі сучасного світу, адже новинні повідомлення переповнені цифрами,

показниками, медичною термінологією тощо. Людство вперше переживає пандемію в умовах практично миттєвого поширення інформації, адже фото та відео з лікарень, охоплених захворюванням міст, дані наукових досліджень, швидко стають доступними, впливаючи таким чином на думки та поведінку людей. Нажаль сьогодні внаслідок поширення фейкової інформації в окремих ЗМІ та популярних соцмережах світова пандемія стала рушійною силою паніки й страху, які повільно охоплюють все більше і більше людей. Саме поступова ескалація панічних настроїв спричинила появу нових напрямів лінгвістичних досліджень на кшталт вивчення концепту СТРАХ та засобів його мовної експлікації, а також конструювання алармістського дискурсу у медіапросторі [43. с. 65-75].

Мова як динамічне утворення вербалізує соціальні зміни та процеси за допомогою різних її систем. Найбільш гнучкою та наочною для змін системою мови є лексична, отже головно лексика експлікує панічні настрої суспільства завдяки новим лексичним утворенням. Візьмемо до прикладу неологізм *infodemic* (*a proliferation of diverse, often unsubstantiated information relating to a crisis, controversy, or event, which disseminates rapidly and uncontrollably through news, online, and social media, and is regarded as intensifying public speculation or anxiety*), що виник унаслідок телескопічного словотворення від злиття твірних основ *information* та *pandemic*, та проілюструємо його ситуативне вживання: *«We're not just fighting an epidemic; we're fighting an infodemic» said Tedros Adhanom Ghebreyesus, Director-General of the World Health Organization at a gathering of foreign policy and security experts in Munich, Germany, in mid- February, referring to fake news that spreads faster and more easily than this virus.*

Уперше цей телескопічний новотвір було вжито для позначення інформаційного вибуху, пов'язаного з епідемією вірусу SARS у 2003 році. Однак сьогодні в умовах пандемії COVID-19 цей неологізм на позначення так званого інформаційного вірусу, який буквально охопив майже всі медіа, отримав повноцінне друге життя.

Сучасний стан інфодемії став можливим завдячуючи алармізму як стану підвищеної тривоги, що може супроводжуватися панічними атаками та є природньою реакцією людини на будь-яку негативну подію чи ситуацією [44, с. 102-116].

Цілком логічним видається думка, що ключовими лексичними одиницями сучасного коронавірусного вокабуляру є медичні терміни *covid* та *coronavirus*, які в наш час мають статус неологізмів. Принагідно зауважимо, що у сучасній лінгвістиці поняття «неологізм» отримало більш широке тлумачення, оскільки існує велика кількість лексичних новотворів, які раніше перебували на периферії або ж були обмежені у своєму функціонуванні. Перехід таких одиниць до рівня загальнолітературної мови робить їх інновативними й з точки зору розвитку словникового складу, що обумовлює їх сприйняття більшою кількістю носіїв, оскільки раніше вони були відомі лише незначній частині мовців. До таких лексем належать і вищезгадані медичні терміни. Шляхом аналізу мовного матеріалу ми дійшли висновку, що найпоширенішою моделлю для творення лексики пандемії, є складання основ за телескопічним способом. У цьому випадку слід розрізняти лексеми з усіченням чи без усічення твірних основ.

Окрім того, спостерігаємо частотне вживання різноманітних лексичних сполук, асоційованих із коронавірусною тематикою. Нижче подані роз'яснення та наведені приклади контекстуального вживання сучасного англомовного коронавірусного вокабуляру, що здебільшого має ситуативний характер:

Лексеми та лексичні сполуки із залученням твірної основи *coronavirus* (*corona*):

coronial (*coronavirus* + *millennial*) та *coronababy* – дитина, зачата та/або народжена під час пандемії COVID-19: (3) *Move over millennials, there is talk of new demographic cohort in town: the 'coronials' – a select group of young people whose education has been adversely affected at a particularly significant time by the health crisis, school closures and cancellation of examinations.*

coronapocalypse (coronavirus + apocalypse) та coronageddon (coronavirus + armageddon) – близькі за значенням телескопізми завдячуючи яким пандемію коронавірусу ототожнюють із кінцем світу: (4) *The coronapocalypse will end all of us* [46].

coronextra (coronavirus + extra) – людина-аларміст, яка відчуває настільки підвищену тривогу спричинену коронавірусом, що може виглядати комічно у деяких ситуаціях

coronaspeck (coronavirus + speck) – запозичення з німецької мови із відповідником в англійській мові coronavirus fat для позначення зайвої ваги, яку людина накопичила під час карантину: (6) *Weight gain during lockdown is so well documented that Germans have developed a word for it, «coronaspeck».*

macaronovirus (macaroni + coronavirus) – закупи товарів та продуктів про запас, наприклад туалетного паперу, макаронів, круп тощо під час епідемії: (7) *If you suddenly fell in love with vermicelli and spaghetti, then you have macaronavirus.* Лексеми та лексичні сполуки із залученням твірної основи covid:

a Covid – дитина, зачата та/або народжена під час пандемії COVID-19. Лексема позначена як зневажлива: (8) *Get over here, you little Covid.*

Лексеми та лексичні сполуки із залученням твірної основи quarantine:

self-quarantine – дотримання режиму самоізоляції під час пандемії: (16) *Travellers arriving in the Netherlands from certain countries and regions should self-quarantine for 10 days.*

quarantini (quarantine + martini) – алкогольний напій, який уживають під час вечірок на самоізоляції: (17) *The quarantini, unlike other, more popular cocktails, benefits from the advantage of not actually being a thing. It's made with vodka or gin (or whatever you happen to have on hand) and often is consumed in isolation, or via a virtual "happy hour" with similarly isolated friends.*

quaranteam (quarantine + team) – групування людей під час карантину: (18) *A quaranteam is a bubble of people who create their own tight-knit social circle that doesn't interact with others outside their group.*

elevatorantine (elevator + quarantine) – правила користування ліфтом під час пандемії:

Подальша вербальна фіксація коронавірусної пандемії 2020 року англійською мовою відбувається за допомогою також інших способів, наприклад, англійськомовний коронавірусний вокабуляр поповнився розмовними лексемами *quaz (for quarantine)*, *sanny (for sanitiser)*, утвореними внаслідок скорочення твірних основ. У такий самий спосіб знаходять свою вербальну оболонку номінації *armchair virologist, sanitation engineer, mask shaming, upperware, doomscrolling* тощо [55].

Безперечно, проблема вивчення узуальних та okazіональних новотворів у дотичній до COVID-19 сфері, перебуває у центрі уваги не лише англістів. Вона посідає чільне місце у дослідженнях, що проводяться на матеріалі української мови. Попри те, що аналіз україномовного коронавірусного вокабуляру не є об'єктом пропонованої лінгвістичної розвідки, однак слушним на наш погляд буде навести приклади деяких мовних одиниць. До таких, зокрема належать лексеми із твірною основою корона: коронакриза, коронапаніка, коронафейк, коронаскептик, коронаентузіаст та інші. Однак, можна з упевненістю стверджувати, що більш показовими з точки зору словотворення є такі okazіоналізми, як: ковідка, расхламінго, зумінар, зумитися, зумбі, карантикули, карантьє.

Отже, наведені вище приклади головню з англійської, а також деякі з української мов підтверджують тенденцію до збільшення питомої ваги неологічних лексичних одиниць, пов'язаних із пандемією COVID-19. Наголосимо, що проведене дослідження засвідчує тезу про мову як суспільне явище, що покликане втілювати всі процеси та зміни, які безперервно відбуваються у ньому. Очевидно, що на сучасному етапі розвитку світової цивілізації найбільш важливою та висвітленою у медіа подією стала пандемія коронавірусної інфекції COVID-19. Поряд із

блискавичним поширенням коронавірусу лінгвісти наголошують на зміні лінгвістичного ландшафту світу, появі нової мови пандемії, яка оформлюється та збагачується завдяки таким продуктивним у даний час моделям словотворення, як телескопія та аббревіація. Саме глобальна пандемія та викликаний нею світовий локдаун умотивували появу низки неологізмів та okazіональних новотворів, що ототожнюється із COVID-19 [56, с. 282-291].

Оскільки зараз пандемія розвивається надзвичайно стрімкими темпами, деякі реалії, пов'язані із нею та вербалізовані за допомогою слів і словосполучень, розглядаються у двох проекціях. Вони можуть набувати нових значень у коронавірусному контексті, або ж розширювати сферу свого вжитку від вузько фахової до повсякденної, що стосується передовсім термінологічного апарату медицини. Окрім того, деякі реалії, відомі задовго до появи коронавірусу, були переосмислені, що призвело до набуття ними нової актуальності. Перспективними у визначеному напрямі можна вважати компаративні дослідження коронавірусного вокабуляру у різних мовах світу.

3.2. Відтворення засобів прагматичного впливу в перекладі публіцистики на тему COVID-19

Матеріалом нашого дослідження виступає публіцистика на актуальну тему поширення вірусу COVID-19 (або ж коронавірусу). Пандемія коронавірусу поглинула шпальти й вебсторінки багатьох видань і мовників, і цей процес триває. Коронавірусна інфекція COVID-19 впливає на різні групи людей в різному ступені. У більшості інфікованих хвороба протікає в легкій або середній формі важкості, і їм не потрібна госпіталізація. Пандемія коронавірусу з неймовірною швидкістю руйнує транспортні та виробничі сфери, змушує держави закривати кордони і перебудовувати ключові суспільні інститути, університети стрімко переходять на

віддалене навчання [57]. Тисячі компаній по всьому світу переводять своїх співробітників на віддалену зайнятість. Тенденція на розширення роботи поза офісом, яка обговорювалася всі останні роки, в один момент стала реальністю для мільйонів працівників по всьому світу. Найімовірніше, цей вимушений глобальний експеримент виявиться вдалим, що неминуче призведе до радикального переформатування ринку праці і, отже, виникнення нових соціальних викликів. У новій реальності все буде жорсткіше. З'являться програшні працівники, які поганими не є, але які просто опинилися дещо гірше іншими таких же працівників. Явище стане дуже схожим на безробіття промислових робітників в першій половині ХХ століття, коли втрата роботи сприймалася як соціальний виклик. І в цей раз вона буде сприйматися так само. Тому що одна справа, коли людина добровільно вважає за краще не шукати роботу, і зовсім інша справа, коли обмежений попит на працівників підвищує для них ймовірність «невезіння». Паралельно в усьому світі, і в Україні також, триває аналіз найкращих (і найгірших) журналістських практик у висвітленні пандемії. Тому, важливо розглянути засоби прагматичного впливу, які використовують іноземні видання у статтях на цю актуальну тему, а також визначимо способи їх відтворення в перекладних українських статтях.

Як показав аналіз теоретичного матеріалу, для посилення прагматичного впливу публіцистичних текстів, існує необхідність підбирати таке лексичне вираження інтенції автора, яке буде створювати атмосферу того, що намагається сприйняти читач. Варто зауважити, враження від тексту в цілому складається з добору відповідних лексичних одиниць, які несуть певний прагматичний вплив на читача. Найперше, що привертає увагу читача публіцистики – це використання неологізмів та запозичень з іноземної мови. Досить часто у перекладених публіцистичних текстах, ми можемо зустріти іншомовні слова, наприклад:

«Now that she is well, she is wonderful, she wants to speak, to explain, to make her reflections, it is her again,» her daughter tweeted. – «Зараз з нею все добре, вона

почувається чудово й хоче розмовляти, пояснювати, ділитися враженнями», - написала її дочка [59, с. 142-173].

У наведеному прикладі використане дієслово, утворене від іменника, *to tweet* – розміщувати коротке повідомлення в соціальній мережі «Twitter». У перекладі цей неологізм відтворено за допомогою трансформації генералізації, автор перекладу не вважає за потрібне конкретизувати у якій соціальній мережі було розміщено цитату. Такий спосіб відтворення дещо зменшує прагматичний вплив сказаного, адже, як відомо, у сучасному світі соціальні мережі є провідниками інформаційного потоку, якими користується увесь світ, тому використання їх назв у публіцистичних текстах налаштовує читачів на достовірність інформації, яка була взята з тієї чи іншої сторінки цитованої людини.

Одна з головних особливостей публіцистики є експресивна функція. На лексичному рівні – це використання емоційно-оцінної лексики, а саме: розмовно-просторічної лексики, високих слів, архаїзмів, спеціальної лексики в переносному значенні та ін.. Експресія в публіцистичній мові носить підкреслено соціальний характер. Це, перш за все, експресія цілеспрямована, оцінна. Наведемо кілька прикладів:

A gradual lifting of borders has been proposed by the EU's executive in an attempt to kick-start a tourist industry hit hard by the coronavirus pandemic. – Європейська комісія пропонує поступове відкриття кордонів, щоб відновити роботу туристичної індустрії, яка сильно постраждала від пандемії корона вірусу.

У наведеному прикладі використано розмовну лексему *to kick-start*, яка означає розпочати щось різко та швидко. У перекладі її відтворено за допомогою модуляції, тобто смислового розвитку, що значно применшує емоційне забарвлення лексичної одиниці [58, с. 107-114].

Розглянемо ще один приклад:

The 36-year-old said: «It just blew my mind as I was told my heart was not functioning the way it should be». – «Я була приголомшена, коли мені сказали, що моє серце не працює як слід», – розповіла 36-річна пані Шлегель.

У вищенаведеному прикладі простежуємо використання сленгового виразу *blow someone's mind*, що має значення вражати, справляти враження. У перекладі його відтворено за допомогою смислового розвитку, використовуючи прикметник *приголомшена*, який передає емоційне навантаження виразу [62].

Підсумовуючи, прагматичний потенціал тексту розуміється як його можливість справити на реципієнта комунікативний ефект. При цьому в процесі перекладу повинні враховуватися як змістовні особливості перекладного тексту, так і особистісні характеристики реципієнта і перекладача. Поєднуючи в собі прагматичну та інформаційну функції, наведений стиль містить логічні факти і відкрито-оцінний характер. Публіцистичні тексти також виконують й інші функції: комунікативну, естетичну, експресивну.

3.3 Методика навчання перекладу новинних статей про коронавірус

Навчання студентів перекладу новинних статей (про коронавірус) вимагає попереднього ознайомлення з теоретичною частиною нашого дослідження, а саме з аналізом лінгвальних засобів та ефектом об'єктивності, який вони транслюють.

Загальні рекомендації щодо викладання складнощів перекладу також мають на меті розбір специфіки складнощів, з якими може стикнутися перекладач під час роботи з новинним текстом.

Знання англійської мови – основна умова для отримання доступу до світової наукової літератури, ведення бізнесу з іноземними партнерами та інтеграцію на світові ринки. У цьому контексті професія перекладача на сьогоднішній день отримала велике визнання. Попит на висококваліфікованих перекладачів за останні десятиліття значно зріс. Змінилися й вимоги до професійної кваліфікації та

компетенції перекладачів. Перекладачі повинні забезпечувати ефективний міжмовний зв'язок у будь-якій сфері та робити якісні письмові та усні переклади спеціалізованих англійських текстів, публікацій різних рівнів складності. У зв'язку з цим змінилася і концепція викладання перекладу у вищих навчальних закладах. Для того щоб навчити перекладати, педагоги почали розробку нових методик викладання, які можуть задовольнити попит у висококваліфікованих перекладачах. Проте сучасна наука ще може продемонструвати ретельне вивчення цієї теми.

Методика викладання перекладу мови – це складна система теорій, гіпотез, що постійно розвивається і змінюється, припущень про мову та навчання, а також методів та підходів до навчання. Методика викладання перекладу мови спрямована на оптимізацію процесу викладання; необхідно показати, як працює мова, як працює пам'ять, а також з'ясувати сутність, основні цілі та складові процесу викладання, засоби навчання, способи ефективного подання матеріалу, способи покращення якості навчання для виховання професійно підготовленого фахівця з перекладу. Ці питання досліджували багато вчених (І. С. Алексєєва, Л. С. Бархударов, В. Н. Комісарів, Р. К. Міньяр-Білоручєв, Л. К. Латишев, А. А. Леонтєв, В. В. Здобніков, Г. В. Чернов, А. Д. Швейцер, А. Ф. Ширяєв та ін.).

Так, В. Н. Комісаров пропонує наступну концепцію перекладацької компетенції: «У процесі створення професійної перекладацької компетенції формується своєрідна мовна особистість, яка має ряд відмінностей від «нормальної», не перекладацької особи. Ці відмінності виявляються у всіх головних аспектах мовної комунікації: мовному, текстотворчому, комунікативному, особистісному та професійно-технічному» [27, с. 243]. При цьому перекладач повинен мати мовну компетенцію відразу двома мовами – рідній та іноземній.

Крім того, на думку В. М. Комісарова, комунікативну компетенцію перекладача складає «здатність людини до інференції – формуванню правильних висновків з мовних висловлювань, про їх повний зміст на основі фонових знань» [3, с. 326]. Тобто перекладач повинен звертати увагу на те, чи правильно його переклад

сприймають через його володіння різним фоновим обсягом знань. У разі потреби перекладач може повідомити додаткову фонову інформацію з метою полегшення розуміння тексту перекладу [26].

Л. К. Латишев, визначаючи перекладацьку компетенцію як «...сукупність знань, умінь та навичок, що дозволяють перекладачеві успішно вирішувати свої професійні завдання..» [21], поділяє її на дві частини за принципом ступеня використання у перекладацькому процесі: базову та прагматичну частину перекладацької компетенції. Базова частина об'єднує елементи, що використовуються в процесі здійснення перекладу постійно, і є концептуальною та технологічною складовою.

Прагматична частина поєднує вміння та навички, необхідні перекладачеві при виконанні певних видів перекладу, та включає спеціальну та специфічну складові.

До основних етапів підготовки перекладачів відповідно до концепцією Сдобнікова В. В. ми відносимо: навчання технології перекладу, передперекладацький та перекладацький аналіз тексту, переклад спецтекстів, навчання усного перекладу, мовна підготовка, перекладацька практика студентів [59].

Аудіолінгвізм – це модифікація прямого підходу та руху за реформи, що також має характер усного підходу. Аудіолінгвізм розвинувся вже в ХХ столітті на заході і став домінуючим. Американські дослідники вказують на його основу у структуру лінгвістичної та поведінкової психології, яка заснована на обумовленні, формуванні та підкріпленні. Цей американський підхід, заснований на мовленні, підкреслює навички говоріння та аудіювання (усні та слухові), які були виключені з підходу до читання, якому він протиставлявся. Іншими словами, читання замінюється на користь аудіювання та розмовної мови. Тому вимова практикується із самого початку. Аудіолінгвізм підкреслює використання шаблонних вправ та розмовної діяльності. Сама комунікативна здатність, як останній комунікативний

підхід не є головною метою. Аудіолінгвальний підхід чітко поділяє рідну мову студентів та цільову мову. Це робиться для того, щоб подолати звички до рідної мови, тому що обидві мови мають окремі мовні системи, які можуть заважати одна одній.

Викладач аналізує та порівнює обидві мови та робить висновок про можливі труднощі, з якими можуть зіткнутися студенти через втручання у звички рідної мови студентів. Граматика викладається індуктивно без явного пояснення граматичних правил мови, що вивчається. А словниковий запас спочатку не відіграє важливу роль і тому обмежений. Мова викладається та вивчається через діалоги та імітацію, у яких необхідно максимально уникати помилок.

Згідно з вченими, при такому підході вивчення мови розглядається як формування звички. «Запам'ятовування діалогів та виконання вправ за шаблоном зводять до мінімуму ймовірність помилки. Мова сприймається як вербальна поведінка. Мовні навички засвоюються більш ефективно, якщо предмети, які потрібно вивчити на цільовому рівні, представлені в усній формі до того, як вони будуть видні в письмовій формі. Значення, яке слова мови мають для носія мови, можна засвоїти тільки в лінгвістичному та культурному контексті, а не ізольовано. Презентація, практика та виробництво, або процедура ППП, наголошують американські дослідники, є варіацією аудіолінгвізму.

ППП - це впорядкована послідовність технік, що виросла з аудіолінгвізму в новій модифікованій формі, яка містить вивчення мови у певних ситуаційних контекстах. Презентація, практика та виробнича процедура замінили модель аудіолінгвізму "Стимул-реакція-підкріплення".

Перший етап процедури ППП – це презентація аспекту досліджуваної мови у контексті, знайомому студентам. Аспект мови, що вивчається представлений у ситуаційному контексті. Це допомагає студентам асоціювати фрагмент мови з реальністю, фактичним значенням та використанням. Другий етап складається з практики мови, поки всі не стануть з ним знайомі. На цьому етапі використовується

низка заходів, які готує та контролює викладач. Третій етап процедури ППП спонукає вивчаючи мову використовувати нову мову, створюючи власні пропозиції та висловлювання без особливого втручання викладача.

Під час навчання перекладу новинних статей варто окремо зупинитися на перекладі і використанні неологізмів. На сьогоднішній день немає єдиного і універсального способу перекладу неологізмів, адже ті зразки, які зустрічаються у текстах ЗМІ, представляють собою зовсім нові лексеми. Відтворення цих лексичних одиниць засобами іншої мови відбувається за допомогою таких способів передачі неологізмів: транслітерація, калькування експлікація (описовий переклад), прийом прямого включення, модуляція, конкретизація, генералізація, лексичний відповідник. Прийом транслітерації базується на принципі використання українських букв для передачі букв, з яких складається іноземне слово. Суть прийому калькування — це заміна складових частин, морфем чи слів (у випадку стійких словосполучень) одиниці оригіналу їх лексичними відповідниками в мові перекладу. Цей засіб передачі неологізму особливий тим, що зберігає внутрішню форму лексичної одиниці незмінною. До переваг прийому калькування можна віднести стислість та простоту отриманого еквівалента, а також його однозначну співвіднесеність з вихідним словом.

Описовий переклад полягає в описі засобами іншої мови певного поняття. Ця лексико-граматична трансформація передбачає заміну лексичної одиниці мови оригіналу словосполученням, що експлікує її значення, тобто повністю пояснює це значення в більшій чи меншій мірі мовою перекладу.

Ряд неологізмів у сучасній англійській мові утворені шляхом аббревіації. Як відомо, аббревіацією називають спосіб словотворення, який є об'єднанням скорочених основ чи скорочених і повних основ, а також творення простого похідного слова шляхом довільного скорочення твірної одиниці. Для їх перекладу можуть застосовуватися усі вищезгадані методи.

Останнім часом при передачі неологізмів застосовується також прийом прямого включення, тобто використання оригінального написання англійського слова у тексті. Використання способу прямого включення може бути виправдано в тих випадках, коли неологізм неможливо передати ні одним з розглянутих способів перекладу у зв'язку зі специфічністю його звучання або написання.

Часто на сторінках вітчизняної періодичної преси можна зустріти слова, що складаються з двох частин: англійської, зі збереженням оригінального написання, і української. У сучасній англійській мові нерідко доводиться поєднувати описовий переклад з іншими способами передачі неолексики. Це дає можливість поєднувати стислість та економність засобів вираження, притаманних транскрипції чи транслітерації, або ж калькуванню, з розкриттям семантики даної одиниці, яка досягається шляхом описового перекладу.

Один раз пояснивши значення певної лексичної одиниці, викладач надалі може застосовувати транскрипцію або кальку, зміст яких вже зрозумілий студентам.

Для того щоб навчити студентів розпізнати іронію в новинних статтях, необхідно вивчити особливості цього феномена. Іронія як особливий мовний прийом має ряд взаємопов'язаних і взаємообумовлених особливостей.

Першою і найважливішою особливістю іронії є двозначність. Студентам потрібно пояснити, під двозначністю ми маємо на увазі те, що іронічне висловлювання включає в себе два різних «шари», сенси. Ці два сенси протиставляються один одному по параметру «істинності / хибності», який є ключовим у побудові іронічних висловлювань, і мають експліцитне й імпліцитне вираження. Відомо, що кожна мовна одиниця має план вираження, тобто певну матеріальну форму, і план. В іронічних висловлюваннях «справжнє» виражено імпліцитно, а «хибне» - експліцитно. Чим більше протиріччя між вираженим і тим, що мається на увазі, тим сильніша іронія. Слід зазначити, що зазвичай автор хоче,

щоб іронія була сприйнята і виявлена, тому він навмисно представляє один шар висловлювання, який відповідає дійсності.

Наступною особливістю іронії є її оцінність. Іронія може бути компонентом світоглядної позиції автора. Це означає, що іронія володіє оцінним значенням і передає особливе, як правило, критичне ставлення автора до дійсності, фактів і подій. Ця особливість пов'язана з іншою особливістю феномена іронії, її діалогічним характером, тобто відношенням між автором і адресатом. Журналісти вдаються до іронії, в основу якої закладають різноманітну палітру оцінок і емоцій, з метою певним чином впливати на читача і викликати певну реакцію. Таким чином, в самій суті іронічного спілкування закладена необхідність активного інтелектуального контакту його учасників.

Викладачу варто наголосити на тому, що іронія розділяється на ситуативну і асоціативну. Ситуативна іронія - поняття більш просте, при ній контраст між контекстом і прямим значенням одиниці висловлювання призводить до одномоментного породження значення, протилежного буквальному. Ситуативна іронія спирається на текстові пресупозиції, в той час як системоутворюючими факторами асоціативної іронії є глобальні текстові, екстралінгвістичні і інтертекстуальні пресупозиції. Асоціативна іронія не дозволяє відразу автоматично змінити значення висловлювання на протилежне, а змушує читача звертатися до відомих йому прецедентних феноменів, встановлювати інтелектуальні зв'язки між зображуваним і реальністю, створює зв'язок між незалежними один від одного текстами і т.д. Якщо ситуативний тип іронії можна спрощено назвати антифраз, то асоціативна іронія - це комплекс інтелектуально-психологічних побудов, що формуються у читача на основі поєднання його фонових знань та ідейно-емоційних критеріїв і мовного посилу автора.

Методи, що використовуються в навчанні англійської, як другої та іноземної мови, настільки ж численні та різноманітні, як і підходи. Розвиток різних методів поряд з новими напрямками навчання мови відрізняється тим, як вони зачіпають

фундаментальні концепції навчання мови, такі як мета навчання мови, розуміння основної природи мови, вибір цільового мовного змісту, роль рідної мова відповідно до підходу, ролі викладача, принципів, що стосуються пам'яті, а також індивідуальними обставинами кожної цільової групи студентів.

Метод - це штучна система, яка включає в себе загальні принципи, які використовуються у мовних класах. Методи розрізняються в залежності від їх поглядів на навчальні матеріали з мови, змісту навчання, ролей викладача та студента, а також типу діяльності та задач. Методи можна розділити на категорії відповідно до орієнтації на методи, орієнтовані на студентів. Їх можна відрізнити за рівнем домінування викладача, який може бути високо контролюючим і домінуючим або ліберальним. Методи також дуже вибіркові, коли справа стосується змісту навчання, тому що жоден метод не може навчити мови цілком. Кожен метод повинен якимось чином вибрати частину цільової мови. І цей вибір мови, призначеної для навчання, є одним із аспектів диференціації методів. Кожен метод обмежений навчанням певної частини мови. Англійські вчені стверджують, що переважно мета навчання мови грає ключову роль при визначенні методу. Адже успіх чи невдача навчання часто залежить від вибору методу, їх знання необхідні кожному викладачеві мови. Метод визначає, як викладається та вивчається обраний фрагмент мови. Тому метод має вирішальне значення. Однак існують погляди, які суперечать попередній інтерпретації методу. Відповідно до цих поглядів, успіх визначається не методом, а студентом та його якостями.

Третя точка зору з цього приводу говорить, що викладач сам є єдиним важливим визначальним фактором і що методи хороші рівно настільки, наскільки хороші викладачі, які їх використовують. Методи просто вважаються інструментом у руках викладачів.

Для прикладу були взяті студенти, що навчаються в ВНЗ. Це саме студенти, які вивчають іноземні мови як другу мову. Чинник віку відіграє у прийнятті рішень велику роль саме у тому, що викладач може визначити, як викладати в групі, і, отже

визначається у виборі методів, процедур та технік навчання. Викладач повинен знати специфікацію цільової групи студентів та брати це до уваги. Студенти - перекладачі можуть оперувати абстрактними поняттями, що дуже важливо з погляду вивчення мови, наприклад, для розуміння правил граматики або розуміння абстрактних термінів. З погляду залучення студентів до навчання ключовими поняттями є актуальність, автентичність та значимість. Якщо викладач хоче, щоб їхні учні були зайняті, йому необхідно подати тему таким чином, щоб це було актуально для їхнього життя і було автентичним. Завжди розумно показувати, що теми, що вивчаються у вузах, пов'язані з їхнім життям поза групою, навіть краще, коли вони зачіпають їх хобі та інтереси, які призводять до позитивної мотиваційної віри.

Щодо мотивації студентів, викладачі не повинні залежати тільки від зовнішньої мотивації, як це зазвичай буває. Мотивація переходить від суто зовнішньої до внутрішньої мотивації, яка включає їхнє власне бажання робити щось без будь-яких зовнішніх впливів, таких як покарання або винагорода. На внутрішню мотивацію може позитивно вплинути те, як викладач подає мовний фрагмент, та його робота на заняттях. Завжди корисно ставити короткострокові цілі. Ці цілі досяжні, і коли студенти досягають їх, вони почуваються успішними та мотивовані прагнути іншої мети. Також корисно залучати студентів до обговорення цих цілей, щоб вони були залучені та почувалися відповідальними. Теми, які показані як корисні, цікаві та відповідні їхньому життю та їхнім власним бажанням, та належний зворотний зв'язок повинні підтримувати у студентів високу мотивацію та потенційно викликати бажання вчитися більше.

Студенти в університетах набагато більше незалежні, і тому їх корисно залучити до управління групою, зокрема, для створення правил роботи у групі разом із самими студентами. Головне - завжди дотримуватись цих правил, і вони повинні однаково працювати. Це має призвести до створення такої обстановки у

групі, де кожен почуватиметься захищеним та цінним, що дуже важливе для студентів.

Незважаючи на те, що група складається зі студентів приблизно одного віку, всі вони, як і раніше, є людьми з різними стратегіями навчання, різною мотивацією, особистостями, талантами, інтересами, перевагами в навчанні і іноді трохи різними рівнями володіння мовою. Таким чином, крім знання специфікацій вікових груп, викладач повинен розглядати кожного зі своїх студентів як особистість, хоч це, звичайно, зовсім непросто.

Техніка, стратегія та тактика, що використовуються, – це елементи, що містяться у процедурі певного методу. Техніки являють собою практичну реалізацію методу, яка включає в себе різні практики та дії всіх можливих видів методу. Якщо існує багато підходів, отже, існує величезна кількість методів, що використовуються у викладанні та вивченні мови. Є, наприклад, прийоми перегляду, прийоми прослуховування, змішані, які використовуються у процедурах певних методів.

Деякі американські вчені запропонували реформу концепції методу, у якій їхній метод більше відноситься до методології. На думку вчених, підхід, та процедура є підлеглими поняттями по відношенню до методу. Ці суперечливі уявлення про термінологію можуть викликати плутанину. Багато джерел, наприклад, називають переклад граматики підходом, інші - методом. Визначення підходу чи методу перекладу граматики однаково в обох випадках, але відрізняється загальне розуміння самих визначень підходу та методу.

Традиційні підходи, такі як переклад граматики, прямий підхід, когнітивний підхід, усно-ситуаційний підхід та підхід читання, відносяться до методології, яка використовувалася приблизно до ХХ століття. Вчені зазначають, що ці традиційні підходи пов'язані не тільки з моменту їх появи, але й використанням, здебільшого, структурної програми. Структурна програма навчання організовує навчання мови навколо системи мовних елементів, наприклад елементів граматики. Підходи та

навчальні матеріали, використовують цей тип навчальної програми, тому приділяється першочергова увага до вивчення граматики або структури досліджуваної мови. Студенти зазвичай знайомляться з однією частиною його системи за раз, при цьому аудіолінгвізм в тій же мірі фокусується на вимові. Однак підхід до читання заснований на текстах та словниковому запасі без особливої уваги до граматики. Проте традиційні підходи не залишилися без змін.

Не важливо, який метод буде використаний перекладачем, цілі його при перекладі традиційного друковано-газетного тексту – доносити точність тексту, давати конкретні визначення співвідношення повідомлення та впливу у вихідному тексті та розкрити його в тексті перекладу, адаптувати переклад для більш повного сприйняття адресатом. До того ж необхідно завоювати інтерес одержувача, щоб він захопився статтею, публікацією в газеті, зацікавився веб-сторінкою, не тільки приділив свій час на прочитання статті або публікації, але й повернувся в майбутньому до неї.

Для перекладача переклад новинного тексту є непростим завданням, тому що є важливою роль впливу на споживача та спонукання його інтересу до певних дій. Створення новинної статті вимагає від перекладача високого рівня володіння словом, актуальною розмовною лексикою, таланту залучити інтерес читача, створити необхідну атмосферу, перекладач орієнтується на цільову аудиторію з урахуванням прагматичного потенціал тексту. Такі переклади іншою мовою слід виконувати лінгвісту, який має достатній досвід володіння усною та письмовою мовою мови оригіналу та транслятора.

Перекладач під час перекладу новинних текстів у багатьох ситуаціях зустрічається з лінгвістичними проблемами змісту тексту оригіналу, які пов'язані з відмінностями в семантичній будові та особливостями вживання морфологічних одиниць у мові оригіналу та в мові перекладу. Досконалий переклад публікації, окрім фактично точного донесення змісту, змісту публікації, має донести до читача також і емоційну складову тексту оригіналу. Власне, можна сказати, що «переклад

відбувся, якщо його рецепієнти відносяться до нього так, як поставилися б до оригіналу, якби знали його мову» [21].

По факту професійному перекладачеві слід не просто розуміти співвідношення в кожному тексті, що перекладається ним, але і вміти повноцінно донести його у перекладі.

Займаючись прагматичною адаптацією, покращуючи текст доступним або експресивним для споживача, перекладач зазвичай не лише передає інформацію, а й адекватно її інтерпретує. Дуже часто виникає такий момент, коли як в інформації немає необхідних даних, що пояснюються. Одне із завдань перекладача полягає в тому, щоб знайти ресурси, які роблять повним текст тими чи іншими необхідними матеріалами, або іншими словами «закрити дірку» на журналістський жаргон.

До однієї з форм прагматичної адаптації належать і ті випадки, тоді як потрібно «змістити акценти», позбутися непомірно суб'єктивної оцінки автора. Вигідне повідомлення даних видобувається пошуком «правильного кута» - виведенням на передній план (наприклад, використання як підзаголовок) матеріал, який залучив би інтерес реципієнта.

Методика викладання перекладу як галузь науки ще перебуває в стадії становлення, тому організація навчання перекладу вимагає розроблення дієвих методичних прийомів з урахуванням високих вимог до професійної перекладацької компетенції. Викладання перекладу відрізняється від викладання іноземних мов у принципі, переклад має бути не тільки навчальним.

Студент повинен вміти проводити аналіз тексту - оригіналу, визначати всі існуючі еквіваленти перекладу, вибрати правильний варіант та провести аналіз тексту-транслятора. При цьому він має вміти не лише користуватися словниками, але використовувати всі сучасні технічні засоби, удосконалюючи навички перекладу та набуваючи знань в інших галузях, що робить досвід перекладача незамінним. Навчити студентів основним прийомів та методів перекладу, навчити мистецтву вибору та вживання різних перекладацьких трансформацій, а також

сформувати у майбутніх перекладачів практичні навички та вміння – все це вимагає від викладача самого завжди бути «у формі» та ділитися досвідом перекладацької діяльності зі своїми студентами.

Отже, під час навчання перекладу новинних статей варто окремо зупинитися на перекладі і використанні неологізмів (коронавірусний вокабуляр), визначенні есенції автора, застосуванні різних методик (аудіолінгвізм, транслітерація, ППП), враховувати семантику та прагматизм у новинних текстах.

Нижче ми пропонуємо план заняття для студентів факультету іноземних мов. Це орієнтовний план, який може стати опірним для розробки наступних та розширення поданого нижче (Додаток 1).

Перспективи подальшого дослідження даної теми полягають у необхідності поглибленого вивчення інших мовних засобів створення ефекту об'єктивності в новинах про коронавірус, які не включені в цю роботу через обмеження в обсязі, та в вивченні інших сфер створення ефекту об'єктивності в англійських текстах новин на інші теми. Також у детальному розгляді інших можливих складнощів перекладу, пов'язаних з іще нерозкритими в роботі лінгвальними засобами та особливостями тексту.

ВИСНОВКИ ЩОДО РОЗДІЛУ III

Лексика сучасної англійської мови є надзвичайно динамічною системою. Упродовж усієї своєї історії під впливом екстра- та інтралінгвістичних факторів англійськомовний лексичний склад активно видозмінювався та адаптувався до мовних потреб носіїв. Завдяки тенденції до неологізації, англійськомовна лексика здатна відображати актуальні питання сьогодення та поточні настрої у суспільстві.

Окрім екстралінгвістичних чинників, зокрема дії закону мовної економії, каталізатором неологічних процесів виступають суспільні зміни, що відбуваються у певний проміжок часу. Коронакриза, що триває нині, є центральним фактором впливу на лексикографічну систему англійської мови, оскільки актуалізувала проблему номінації інновативних реалій.

У роботі подано аналіз засобів прагматичного впливу публіцистичних текстів на тему COVID-19 та їх відтворення українською мовою.

Дослідження дало змогу дійти таких висновків:

1. Прагматика серед інших лінгвістичних напрямків пов'язана з проблемами вживання мови, так як використання мови людиною становить основний об'єкт дослідження прагматики. Поняття прагматики застосовується для опису досить широкого і неоднорідного спектра явищ. Це означає, що важко визначити межі прагматики, але абсолютно ясно, що прагматика пов'язана з областями науки, що займаються проблемами комунікації. Першим етапом на шляху створення прагматики тексту є виникнення у автора спонукань створити певний текст, тобто поява задуму. Задум поступово переходить в інтенцію, яка належить до явища довербального й отримує своє вербальне втілення у тексті через його прагматичну настанову.

2. Під прагматичним потенціалом тексту розуміється його можливість справити на реципієнта комунікативний ефект. При цьому в процесі перекладу повинні враховуватися як змістовні особливості перекладного тексту, так і

особистісні характеристики реципієнта і перекладача. Публіцистичні тексти виконують прагматичну та інформативну функції. Взаємодія цих функцій знаходить своє конкретне вираження у стилі та використанні мовних засобів, синтаксисі та структурі публіцистичних текстів. Поєднуючи в собі ці функції, наведений стиль має риси фактологічності і відкрито-оцінний характер. Крім інформаційної та прагматичної функції публіцистичні тексти виконують й інші функції: комунікативну, естетичну, експресивну.

3. Засоби прагматичного впливу тексту можна простежити на стилістичному, лексичному та синтаксичному рівнях. Лексичний склад є найважливішим рівнем прагматичного змісту будь-якого тексту. Окрім емоційно-експресивно забарвленої лексики, розмовних і просторічних елементів використовуються неологізми та слова з негативним забарвленням. У публіцистичних текстах, також, використовуються певні стилістичні засоби, а саме епітети, метафори, метонімії, гіперболи, перифрази, алюзії, синекдоха та ін. На синтаксичному рівні вживається парцеляція, сегментована конструкція, питальні конструкції, паралелізм, градаційні інші компоненти динамічного синтаксису. В процесі перекладу публіцистичних текстів, перекладач повинен передати співвідношення повідомлення і впливу, донести до читача весь емоційний зміст тексту оригіналу, адаптувати і відредагувати текст ЗМІ під конкретну аудиторію. Важливо до початку роботи з текстом виділити проблеми в перекладі і знайти найбільш оптимальні варіанти їх вирішення.

Методичні рекомендації щодо навчання перекладу новинних текстів, у тому числі про коронавірус, необхідно фокусуватися на перекладі і застосуванні неологізмів (коронавірусний вокабуляр), визначенні есенції автора, застосуванні різних методик (аудіолінгвізм, транслітерація, ППП), враховувати семантику та прагматизм у новинних текстах.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Для поняття властивостей публіцистичного дискурсу та надання його загальної характеристики слід, ми вважаємо, висвітлювати сенс поняття «дискурс». Попри всю історію його вивчення та численні дослідження, здійснені мовознавцями у галузі дискурсивного аналізу, не можна висвітлювати про однозначність його поняття в лінгвістиці та інших сферах гуманітарних наук.

Таким чином, публіцистичний дискурс розрахований для передавання деякого суспільно значущого та повсякденної інформації, текстової організації та вибору мовних засобів для визначення норм та правил інституційного мовлення. Тексти обраного виду дискурсу виступають способами безпосередньої реалізації публіцистичного стилю, вирішальними призначеннями якого є функція здійснення впливу та функція інформування. Актуалізації вказаних функцій сприяють логічний виклад інформації поряд із її емотивним забарвленням. Якраз особливістю мови публіцистики є поєднання інформативності та експресії, що виявляється у застосуванні значної кількості інформативно ємних одиниць, сталих і клішованих виразів, експресивних та оцінних одиниць, стилістичних засобів і прийомів. Жанрами публіцистичного дискурсу є інформативний, аналітичний і художньо-публіцистичний типи текстів, які реалізуються в різних типах.

Нині у нас великий вибір новинних текстів про коронавірусну пандемію та пов'язані з нею поняття. Однак вони лише здаються дійсними. Фактично вони суб'єктивні, хоча для створення ефекту об'єктивності використовуються різні мовні засоби.

У нинішньому світі текст новин охоплює два аспекти: текст новини стосується чогось нового і пов'язаний із життям читачів. Через те, текст новин, що містить новини про недавню ситуацію з Covid-19, що знайомі та потрібні для читачів, так популярні.

До текстів новин застосовуються такі критерії новин, як оригінальність, унікальність, цікавість чи значимість та написання про людей. Вони використовуються для інформування читачів про події дня, які є новими або важливими.

У реченні має бути не більше 20 слів за загальною рекомендацією. І кожне речення повинно складатися не більше ніж з трьох окремих ідей.

Щодо структури речень, то активний спосіб є кращим у новинах, так читачі їх краще запам'ятовують. Радять не починати речення з підрядного.

До того ж, живою мовою потрібно користуватися більше, ніж кліше. Мова новин має бути простою для розуміння пересічним читачем.

Коли справа доходить до створення ефекту об'єктивності, то натомість реальних людей пишуться загальні іменники, узагальнені прикметники, відсутність цитування, відсутність доказів або реального джерела інформації і таке інше.

Численні приклади цього поділяються на три рівні об'єктивності: низький, середній та високий, що знайдені на веб-сайті BBC. Низький рівень ефекту об'єктивності (24,5%) ділиться на 4 підгрупи: що позначає відсутність джерела, можливості, неточні місце чи час та міркування.

39% аналізованих мовних засобів зазначають відсутність джерела. Усі вони розділені на 4 групи: статистичні дані про кількість померлих людей в результаті інфікування Covid-19, статистичні дані про кількість щеплених людей, про кількість позитивних тестів та відсутність джерела інформації про побічні ефекти лікування, наданого, щоб перемогти коронавірусну хворобу.

Ще однією групою мовних засобів, що належать до низького рівня ефекту об'єктивності, є можливості (22,2%). Вони зазначені в статтях новин за допомогою модальних дієслів (вони переважають) або дослівно словом «можливість». Можливість дає прогнози, а не факти.

Неточне місце та час відноситься також до низького рівня ефекту об'єктивності, через те, що існують загальні прислівники або використовуються

прислівникові звороти (6,4%). Вони підтверджують про відсутність знань або доступу до матеріалу з боку автора.

Міркування - це четверта група, що стосується низького рівня ефекту об'єктивності, оскільки вони демонструють читачам чийсь думки, подані у формі достовірного джерела (32,4%).

Наступною великою групою є середній рівень ефекту об'єктивності (19,4%). В проаналізованих статтях нараховують 66 прикладів мовних засобів, які можуть вразити людей більше, ніж представники першої групи, і змусити їх вважати інформацію, подану в новинах, об'єктивною. Оратор зазвичай пропущений. Це може бути як повне, так і часткове упущення.

Обговорюючи повний пропуск мовця, в новинах є назви країн, організацій або слова, що зазначають групи людей, що використовуються натомість конкретних.

Певною мірою при пропуску оратора вже згадується більше інформації про спікера. Ім'я промовця надається без його посади на роботі або компанії, в якій працюють, в одних новинах, тоді як в інших є лише їх посади, а імен немає.

Кінцевою та найбільшою є група мовних засобів, що помічають високий ступінь об'єктивності (56%). Для цього застосовують лапки. Складаються з звичайних слів, які колись говорили оратори, і зазвичай у них немає домішок. Це дозволяє читачам без будь-яких перешкод усвідомити сенс поданих слів. Більше того, шановані та відомі письменники не будуть ризикувати своїм положення, змінюючи слова, використовуючи цитати.

Хоча цитати належать до високого рівня об'єктивності, точні уривки також носять суб'єктивний характер. Вони застосовуються, щоб донести читачам покластись на зазначену інформацію, але неодноразово трапляється, що слова позначаються поза параметром. Крім того, переміна думок промовця може мати місце або їхня думка стосовно явища може стосуватися опису іншого.

Вищевказана інформація запевняє, що великий вибір мовних засобів сприяє журналістам пророщувати культуру страху, висвітлювати фейкові новинаи та створювати ефект об'єктивності.

Можливості наступного дослідження даної теми є у необхідності поглибленого вивчення інших мовних засобів, формування ефекту об'єктивності в новинах про коронавірус, які не висвітленні в цій роботі через ліміт у обсязі, та у опануванні наступних сфер створення ефекту об'єктивності в іноземних текстах новин на інші теми.

Лексика сучасної англійської мови є напрочуд діяльною системою. Протягом своєї історії під впливом екстра- та інтралінгвістичних факторів англійськомовний лексичний склад зайняв активну позицію стосовно видозмінювання та адаптування до мовних потреб представників. Завдячуючи, тенденції до неологізації, англійська лексика може зображувати активні питання сьогоднішнього часу та буденні настрої у спільноті.

Крім екстралінгвістичних чинників, зокрема дії закону мовної економії, каталізатором неологічних процесів є суспільні зміни, що змінюються у певний інтервал часу. Коронакриза, що триває до цього часу, є центральним фактором впливу на лексикографічну систему іноземної лексики, через те, що посилювати проблему номінації інновативних реалій.

Робота спрямована на аналіз засобів прагматичного впливу публіцистичних текстів на тему COVID-19 та їх відтворення українською мовою.

Дослідження допомогло зрозуміти і дійти певних висновків:

1. Прагматика посеред лінгвістичних напрямків відноситься до проблем вживання мови, таким способом використання мови особою уособлює головний об'єкт дослідження прагматики. Визначення прагматики використовується для опису досить широкого і неоднорідного спектра явищ. Означає це тільки те, що важко знайти межі прагматики, але абсолютно зрозуміло, що прагматика об'єднана з областями науки, що займаються проблемами комунікації. Першою стадією на

шляху утворення прагматики тексту є утворення у проектувальника спонукання створити певний текст, тобто поява задуму. Поступовий перехід в інтенцію, яка відноситься до явища довербального й набуває своє вербальне втілення у змісті через його прагматичну настанову це і має назву задум

2. Під прагматичним потенціалом тексту можна зрозуміти його можливість мати вплив на реципієнта комунікативний ефект. До цього ж в процесі перекладу зобов'язані враховуватися як змістовні особливості перекладного тексту, так і особистісні характеристики реципієнта і перекладача. Публіцистичні тексти реалізують прагматичну та інформативну функції. Співдія цих позицій знаходить своє основне вираження у стилі та використанні мовних засобів, синтаксисі та структурі публіцистичних текстів. Об'єднавши в собі ці функції, наведений стиль має риси фактологічності і відкрито-оцінний характер. Окрім інформаційної та прагматичної функції публіцистичні тексти використовують й інші функції: комунікативну, естетичну, експресивну.

3. Засоби прагматичного впливу тексту можна відстежити на стилістичному, лексичному та синтаксичному рівнях. Лексичний склад є головним рівнем прагматичного змісту будь-якого тексту. Крім емоційно-експресивно забарвленої лексики, розмовних і просторічних елементів використовуються неологізми та слова з негативним забарвленням. У публіцистичних текстах, також, можна зустріти певні стилістичні засоби, а саме епітети, метафори, метонімії, гіперболи, перифрази, алюзії, синекдоха. На синтаксичному рівні використовується парцеляція, сегментована конструкція, питальні конструкції, паралелізм, градаційні інші компоненти динамічного синтаксису. Протягом перекладу публіцистичних текстів, перекладач зобов'язаний передати співвідношення повідомлення і впливу, також викласти весь емоційний зміст тексту оригіналу, адаптувати і відредагувати текст ЗМІ під конкретну аудиторію. Найголовніше до початку роботи з текстом виділити проблеми в перекладі і знайти оптимальні варіанти їх вирішення, які найбільше підходять до змісту.

Методичні рекомендації щодо навчання перекладу новинних текстів, у тому числі про коронавірус, необхідно фокусуватися на перекладі і застосуванні неологізмів (коронавірусний вокабуляр), визначенні есенції автора, застосуванні різних методик (аудіолінгвізм, транслітерація, ППП), враховувати семантику та прагматизм у новинних текстах.

Я, Федірко Владислава Володимирівна, своїм підписом засвідчую, що моя кваліфікаційна робота «Специфіка перекладу лінгвальних засобів створення ефекту об'єктивності в публіцистичному дискурсі (на матеріалі текстів про коронавірус)» виконана з дотриманням усіх вимог до наукової етики та поваги до інтелектуальних надбань, самостійно та індивідуально. Під час написання роботи я дотримувалась принципів академічної доброчесності та несу відповідальність за порушення загальноприйнятих правил цитування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрусяк І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / І.В. Андрусяк. – Ужгород: Ужгородський нац. ун-т, 2003. – 268 с.
2. Бахтин М. М. Проблема тексту у лінгвістиці, філології та інших гуманітарних науках / М. М. Бахтин // Антологія світової літературнокритичної думки ХХ ст. – Львів: Літопис, 1996. – 318 с.
3. Бондаренко О.М., Черневич А.О. Англійські неологізми: нове у використанні способів утворення. Вісник Запорізького національного університету: Запорізький національний університет, 2010. № 1. С. 127–131.
4. Брухаль Я. Б. Підходи до трактування поняття “публіцистичний дискурс”/ Я. Б. Брухаль// Тези доповідей XIII наукової конференції з міжнародною участю. – Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2014.
5. Венгринюк М.І. Адресат у художньому тексті (на матеріалі української прози ХХ століття // Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01 / Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника / М.І. Венгринюк. – Івано-Франківськ, 2006. – 22 с.
6. Гальчак Т. В. Переклад як процес і результат аналітико-синтетичної діяльності майбутнього перекладача у процесі навчання у виші / Т. В. Гальчак. // Наукові записки. Серія “Філологічна”. – 2010. – №16. – С. 71
7. Глазова О.П. Вивчення в школі неологізмів. Київський університет імені Бориса Грінченка, 2013. 20 с.
8. Гудзь Н.О. Інтернет-дискурс як новий тип комунікації: структура, мовне оформлення, жанрові формати. Сучасні лінгвістичні студії : Навчальний посібник. Житомир: Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2015. С. 61–87.

9. Дзюбіна О.І. Скорочення як спосіб утворення неологізмів в сучасній англійській мові (на матеріалі англомовних Інтернет-видань та форумів в молодіжних соціальних мережах). Філологічні науки: Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2014. № 3. С. 309–312.

10. Ємчура Н.Р. Теоретичні засади визначення неологізмів у сучасному слов'янському мовознавстві. Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2010. Вип. Спец. вип.. С. 33–41.

11. Єнікеєва С.М. Система словотвору сучасної англійської мови: синергетичний аспект (на матеріалі новоутворень кінця ХХ–початку ХХІ століть): автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.04. «Германські мови». Київ, 2011. 32 с.

12. Журавель Т. В. Поняття перекладацьких трансформацій та проблема їх класифікації / Т. В. Журавель, Н. І. Хайдарі. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.. – 2015. – №19. – С. 148–150.

13. Засекін С. В. Психолінгвістичні аспекти перекладу: навчальний посібник / С. В. Засекін. – Луцьк: ВІЕМ, 2006. – 144 с.

14. Зацний Ю.А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу. Львів: ПАІС, 2007. 228 с.

15. Зацний Ю.А. Тенденції та процеси розвитку лексико-семантичної макросистеми сучасної англійської мови. Актуальні питання іноземної філології: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2016. № 4. С. 68–74.

16. Іщенко Н. Г., Криворотенко М.С. Наукова редакційна стаття – мовленнєвий жанр в контексті наукового стилю / Іщенко Н. Г., Криворотенко М.С. // Вісник Національного технічного університету України «КПІ». – 2014. – с. 27-30

17. Карпенко М. Словотвір англомовних сайтонімів. Наукові записки: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2017. № 1(27). С. 141–146.

18. Клименко А. В. Переклад. Ремесло перекладу Видавництво: Схід - Захід, 2007. 640 с.
19. Коваленко К.Г. Продуктивні способи утворення нових слів у сучасній англійській мові. Актуальні проблеми сучасної медицини: Українська медична стоматологічна академія, 2013. Т. 13, № 4. С.211–214.
20. Козуб Л. С. Специфіка використання гендерно-нейтральної лексики для реалізації прагматичного спрямування сучасних англомовних ЗМІ/ Козуб Л. С. // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2010. – с. 27-30
21. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение : учеб. пособие. М. : ЭТС, 2002. 424 с.
22. Коновець О. Сучасна періодика в системі наукової комунікації / О. Коновець, А. Бойко, Н. Зелінська, // Вісник української академії друкарства. – Л. – 2009.
23. Костюк Ю. Семантичні неологізми у суспільно-політичній лексиці української літературної мови. Магістерський науковий вісник: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2017. № 27. С. 16–18.
24. Косюк О. М. Гендерні та вікові виміри сучасного інформаційного простору України загалом та Волині зокрема (погляд крізь призму англомовному публіцистичному дискурсі українською мовою патогенних текстів) / О. М. Косюк // Гендерний аналіз Волинської області. – Луцьк : ПВД “Твердиня”, 2006. – 108 с. – С. 22–30.
25. Кухарчук І.О. Мовні особливості сучасного політичного дискурсу (на матеріалі публічних виступів Олега Ляшка). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету: Міжнародний гуманітарний університет, 2018. № 33(1). С. 45–47.

26. Латышева С. И., Романов С. В. Теория перевода и проблемы обучения переводу // Гуманитарные исследования. 2009. № 1. С. 61-66.
27. Латышев Л. К. Перевод: теория, практика и методика преподавания: учеб. пособие для студ. перевод. фак. высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2003. 192 с.
28. Лощенова І. Ф. Перекладацькі трансформації як ефективний засіб досягнення адекватності перекладу / І. Ф. Лощенова, В. В. Нікішина. // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. – 2014. – №3. – С. 102–105.
29. Михайлин І. Л. Історія української журналістики: Підручник для вищої школи. Вид. 3-тє, доповнене і поліпшене / І. Л. Михайлин. –Харків, 2005. – 320 с.
30. Мосейчук О. М. Публіцистичний дискурс як контекст реалізації комунікативного впливу на масового адресата/ О. М. Мосейчук // Вісник Житомирського державного університету ім. Івана Франка. – 2012. – №65
31. Набок А. І. Вербалізація ефектів об'єктивності та суб'єктивності в англomовному новинному інтернет-дискурсі: когнітивно-риторичний аспект: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Одеса, 2018. 9-11 с.
32. Омельченко Л.Ф. Телескопічні слова сучасної англійської мови та їх структурно-семантична характеристика. Збірник Львівського університету. 2003. Вип.15. С.49-57.
33. Приходько Г. І. Особливості стратегій мовленнєвої комунікації чоловіків і жінок / Г. І. Приходько. // Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство. – 2014. – №2. – С. 109–111.
34. Смоляна Т. А. Комунікативні стратегії й тактики, реалізовані максимами Й. В. Гете в публіцистичному дискурсі/ Т. А. Смоляна // Одеський лінгвістичний вісник. – 2015. – №6
35. Українська мова: Енциклопедія / Редкол.: В.М. Русанівський, О. О. Тараненко, М.П. Зяблюк та ін. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2004. – 824 с.

36. Худолій А.О. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХ століття: дис. ... канд. філол. наук / А. О. Худолій. – К., 2003. – 275 с.
37. Шинкарук В. Д. Дискурсивні висловлювання в сучасній українській мові// Мовознавство. – 1996. – №6
38. Щигло Л.В., Дорогокупля А.О., Руденко М.Д., Федірко В.В. Синергетичний погляд на лінгвістичні парадигми. The driving force of science and trends in its development: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the III International Scientific and Theoretical Conference, November 4, 2022. Coventry, United Kingdom: European Scientific Platform. С. 120-121
39. Юркова О. Маніпуляції, фейки, конспірологія, особисті дані людей — як українські медіа повідомляють про коронавірус. І як потрібно робити [online resource]/ О. Юркова. 2020. URL: <https://texty.org.ua/articles/100492/manipulyaciyi-fejky-konspirolohiya-osobysti-dani-lyudej-yak-ukrayinski-media-povidomlyayut-pro-koronavirus-i-yak-potribno-robyty/> (дата звернення: 14.12.2022).
40. Adams V. An Introduction to Modern English Word-formation. Routledge, 2013.
41. Alba-Juez, Laura. Evaluation in the Headlines of Tabloids and Broadsheets: A Comparative Study. Evaluation in Media Discourse: European Perspectives, no. November, 2017, pp. 81–119.
42. Chaiuk T., Dunaievskia O. Producing the Fear Culture in Media: An Examination on Coronavirus Discourse. Journal of History Culture and Art Research. 2020. 9(2), P. 184-194. <http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v9i2.2636>
43. Chaiuk, T. A., Dunaievskia, O. V. 2020. Producing the Fear Culture in Media: An Examination on Coronavirus Discourse. Journal of History Culture and Art Research, 9(2), 184-194.
44. Common Errors in English Usage. Washington State University. URL : <https://brians.wsu.edu/common-errors/#errors> (дата звернення: 15.12.2022).

45. Flood A. Oxford Dictionary Revised to Record Linguistic Impact of Covid-19. URL: <https://www.theguardian.com/books/2020/apr/15/oxford-dictionary-revised-to-record-linguistic-impact-of-covid-19>
46. Giyatmi G., Wijayava R., Arumi S. English Blends Found in Social Media. *Jurnal Arbitrer*. 2017. 4(2). P. 65-75. <https://doi.org/10.25077/ar.4.2.65-75.2017>
47. Hani K., Alwahaishi S. Study on Students' Experiences about Online Teaching during COVID-19 Outbreaks. *Technium Social Sciences Journal*. 2020. №8. P. 102-116.
48. Harrison, News, London–New York 2006.
49. Hoffman J. Fearing a 'Twindemic,' Health Experts Push Urgently for Fly Shots. URL: <https://www.nytimes.com/2020/08/16/health/coronavirus-flu-vaccine-twindemic.html> (дата звернення: 12.12.2022).
50. Journalism News Writing Skills: Grammar. *Universal Class*. URL : [Stylehttps://www.universalclass.com/articles/writing/news-writing-grammar-and-style-rules-in-journalism.htm](https://www.universalclass.com/articles/writing/news-writing-grammar-and-style-rules-in-journalism.htm) (дата звернення: 15.12.2022).
51. Language & style basics. Chapter 10: *The News Manual*. URL : http://www.thenewsmanual.net/Manuals%20Volume%201/volume1_10.htm#objectivity (дата звернення: 13.12.2022) .
52. News Items Text; Definition, Generic Structures, Purposes, Language Features. *BRITISH COURSE*. 2017, Dec. 12. URL : <http://britishcourse.com/news-items-text-definition-generic-structures-purposes-language-features.php>(дата звернення: 15.12.2022).

53. PALCZEWSKI M. The term news-its concept and definition in Anglo-Saxon tradition. A review and classification attempt. 2018, July. URL : https://www.researchgate.net/publication/326211686_MAREK_PALCZEWSKI_The_term_news-its_concept_and_definition_in_Anglo-Saxon_tradition_A_review_and_classification_attempt (дата звернення: 14.12.2022).
54. The reporter voice and objectivity in cross-linguistic reporting of controversial news in zimbabwean newspapers: an appraisal approach *Stellenbosch University*, 2013, March. URL : <http://scholar.sun.ac.za/handle/10019.1/79939> (дата звернення: 14.12.2022).
55. What is news? Chapter 1. *The News Manual*. URL : https://www.thenewsmanual.net/Manuals%20Volume%201/volume1_01.htm#summary (дата звернення: 11.12.2022).
56. WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19. *World Health Organisation*. 2020, November, 30. URL : <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---30-november-2020> (дата звернення: 11.12.2022).
57. Internet revolution revisited: comparative study of online news / J. Curran, S. Coen, T. Aalberg, K. Hayashi, P. Jones, S. Splendore, S. Papathanassopoulos, D. Rowe, R. Tiffen. - URL: <http://mcs.sagepub.com/content/35/7Z880> (дата звернення: 14.12.2022).
58. Ivaniuk I., Ovcharuk O.. The Response of Ukrainian Teachers to COVID-19: Challenges and Needs in the Use of Digital Tools for Distance Learning. *Information Technologies and Learning Tools*. 2020. 77(3). P. 282-291. <https://doi.org/10.33407/itlt.v77i3.3952>

59. Karpova K. Structural and Semantic Characteristics of Food-related Neologisms in Modern English. *Advanced Education*. 2019. №12, 206-211. <https://doi.org/10.20535/2410-8286.144208>
60. Katamba F. *English Words*. Routledge, 2005.
61. Khotimah H., Zainiyati H., Hamid A., Basit, A. E-learning Application Madrasah Online Learning Solution in the Middle of Pandemic COVID-19 in Ma Negeri InsanCendekia, Kendari. *Technium Social Sciences Journal*. 2020. №10. P. 107-114.
62. Kjellander D. Cognitive Constraints in English Lexical Blending. A data Collection Methodology and an Explanatory Model. *Pragmatics and Cognition*. 2018. 25(1). P. 142-173. <https://doi.org/10.1075/pc.18003.kje>.
63. M. Palczewski The term news-its concept and definition in Anglo-Saxon tradition. A review and classification attempt Article · July 2018.
64. M. Schudson, *The Sociology of News*, New York 2003, p. 13.
65. Price G. Oxford English Dictionary: Social Change and Linguistic Change: the Language of COVID-19. URL: <https://www.infodocket.com/2020/04/15/oxford-english-dictionary-social-change-and-linguistic-change-the-language-of-covid-19/> (дата звернення: 16.12.2022).
66. S. Niblock, *Practice and Theory: What Is News?*, [in:] *Print Journalism. A critical introduction*, ed. R. Keeble, New York 2005, p. 73–82.
67. *Speech Communication* Volume 51, Issue 2, February 2009, Pages 116-129
68. *The Concise Oxford English Dictionary* 2011, Pages 1696, Oxford University Press.
69. Yemelyanova O. Borrowings manipulative potential. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*. 2021. № 51(1). С. 34-37. DOI <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.51-1.8>.

Ілюстративні джерела

1. Connolly M. Coronavirus vaccine: Belfast care home residents receive Covid-19 jab [online resource]/ M. Connolly. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-55246895>
2. Coronavirus death at Watford General Hospital [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-beds-bucks-herts-51821442>
3. Coronavirus vaccine: China jab 86% effective, UAE says [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-55250560>
4. Coronavirus: 1m distancing is possible in NI from Monday [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-53154830>
5. Coronavirus: Aintree hospital surgeon tests positive [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-merseyside-51822307>
6. Coronavirus: Craig Ruston 'youngest UK death' [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-northamptonshire-51941732>
7. Coronavirus: Lockdown restrictions extended to Lanarkshire [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-scotland-politics-54117956>
8. Coronavirus: Second hospital worker tests positive [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-merseyside-51852743>
9. Coronavirus: UK economy hit by worst contraction in 41 years [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/business-53231851>
10. Coronavirus: urges 'caution' on lockdown easing [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-52568698>
11. Coronavirus: Wolverhampton to get further restrictions [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-birmingham-54204396>
12. Covid-19 vaccine: 'Hopefully next year we'll be living a normal life' [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-55230423>

13. Covid-19: Latest figures for Norfolk, Suffolk and Essex [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-norfolk-54452133>
14. Cuddy A. Covid: Students and retirees form longdistance friendships [online resource]/ A. Cuddy. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-55235378>
15. Fyfe W. Covid: Christmas fears sees parents pull children from school [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-wales-55240068>
16. Gallagher J. Covid vaccine: What you need to know about vaccine safety [online resource]/ J. Gallagher. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/health-55216047>
17. Margaret Keenan: T-shirt gives charity a boost [online resource]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-coventry-warwickshire-55243602>
18. McCormac J. Coronavirus Q&A: How would a circuit breaker work for NI? [online resource] / J. McCormac. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-54433182>
19. Schraer R. Coronavirus death rate falling in hospitals [online resource]/ R. Schraer. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/health-53192532>
20. Schraer R. Coronavirus: Does reopening schools risk spreading coronavirus? [online resource]/ R. Schraer. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/health-52003804>
21. Spring M. Covid: 'How a picture of my foot became anti-vaccine propaganda' [online resource] / M. Spring. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-55179300>
22. Thomas H. Coronavirus test workers 'making personal sacrifices' [online resource]/ H. Thomas. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-wales-52822563>
23. Tidy J. Coronavirus: Israel enables emergency spy powers [online resource]/ J. Tidy. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-51930681>
24. Trott F. Coronavirus: Middlesbrough mother speaks about pressures [online resource]/ F. Trott. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-tees-52667127>

25. Walker E. Coronavirus weddings: Couples share hopes for delayed big day [online resource] / E. Walker. 2020. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-53377139>

Summary

The master thesis focuses on the translation specificity of linguistic means of creating the objectivity effect in publicistic discourse (on the material of texts about coronavirus).

The purpose is to find out ways and motivations for the emergence of coronavirus vocabulary, interpretation of their system organization according to derivational, semantic and pragmatic principles, analysis of the main spheres and pragmatics of the functioning and translation of linguistic means of creating the objectivity effect.

The objectives of the study is the innovative lexical units (innovators) of the English language that form the pandemic (coronavirus) dictionary.

The research studies the difficulty of translating news articles about the coronavirus from English into Ukrainian.

The research material is the news about the coronavirus on the English news website, namely the BBC.

In the study there is a complex of general scientific (analysis, synthesis, deduction, induction, systematization, classification), as well as purely linguistic methods (the method of continuous sampling from lexicographic sources and online resources and observation, lexical-semantic analysis, study of dictionary definitions, contextual interpretation).

The work theoretically substantiates linguistic means representing the effects of objectivity, which allow to classify them according to the level of the effect of objectivity. Also, the article practically confirmed the widespread use of linguistic means representing a deliberately created effect of objectivity in the BBC news articles that we analyzed. Investigation of different types of constructions denoting objectivity effect in the news items contributes to theoretical grammar (in chapters Noun, Quantifiers, stylistics (in chapters Functional styles, Text stylistics), lexicology due to providing new constructions indicating an objectivity effect and media discourse thanks to analyzing news and linguistic means used by journalists; practice of translation (in chapters Translation difficulties, Translation media).

We proved that the effect of objectivity in news articles about the coronavirus is achieved through the use of certain linguistic devices according to the degree of objectivity effect: high, medium and low.

This study illustrates that news articles about the coronavirus are in fact highly subjective, but their subjectivity is masked through a variety of linguistic devices that create the objectivity effect.

In the process of translating journalistic texts, the translator must convey the ratio of message and influence, convey to the reader all the emotional content of the original text, adapt and edit the mass media text for a specific audience.

The present paper concentrates on analyzing numerous examples to each of three levels of objectivity: low, middle and the high one have been found on BBC website. The low objectivity level falls into 4 subgroups: denoting lack of source, possibilities, imprecise place or time and considerations.

There are 42 examples of linguistic means to denote lack of source. All of them are divided into 4 groups: statistics on the amount of the dead people due to Covid-19, statistics on the number of vaccinated people, on the amount of tested positive and lacking a source on the information of side effects of treatment given to beat the coronavirus disease.

Another group of linguistic means belonging to the low objectivity effect level is possibilities. 24 examples are presented in the news articles with the help of modal words (they are prevailing) or literally by the word “a possibility”. They transmit predictions, not facts.

Imprecise place and time is referring to the low objectivity effect level as well since there are general adverbs or adverbial modifiers are used. 7 examples show lack of knowledge or access to the material by the author.

Considerations is the fourth group relating to the low objectivity effect level as they show the readers someone`s thoughts that are presented in the form of a reliable source. There are 35 examples of them.

The next large group is the middle objectivity effect level. There belong 66 examples of linguistic means found in the analyzed articles that can impress readers more than those from the first group and make them think of information given in the news as of the objective one. Here the speaker is omitted. It can be either complete or partial omission.

Speaking about complete omission of the speaker, in the news there are names of countries, organizations or collaborative words denoting groups of people are used instead of concrete ones.

In partial omission of the speaker there is already more information of the speaker is mentioned. The speaker's name is given without his position at work, or a company they work for in some news items while in the others there are only their positions and no names.

The last and the largest is the group of linguistic means denoting a high objectivity effect level. It is created by the wide usage of quotes. They consist in real words the speakers had previously said and normally do not have any impurities. That allows the readership to acquire the essence of the given words without any obstruction. Moreover, respected and famous writers won't risk their positions at work and change words using quotes. Though quotes are belonging to the high level of objectivity, they are subjective in their nature as well. Quotations are used to persuade the reader to rely on the given information, but it happens very often that the words are provided out of context even with the contrary meaning as a consequence. Moreover, the change of speaker's thoughts may be changed or their opinion on one thing may be applied to describe another.

Many news writers publish news describing the situation with Covid-19 and employ different linguistic means to create the objectivity effect.

The possibilities of further research on this topic lie in the need for an in-depth study of other language means, the formation of the effect of objectivity in news about the coronavirus, which is not covered in this work due to the limit in volume, and in mastering

the following areas of creating the effect of objectivity in foreign news texts on other topics

The vocabulary of the modern English language is a surprisingly active system. Throughout its history, under the influence of extra- and intralinguistic factors, the English vocabulary took an active position in terms of modification and adaptation to the linguistic needs of its representatives. Thanks to the tendency towards neologization, the English vocabulary can depict the active issues of today's time and everyday moods in the community.

In addition to extralinguistic factors, in particular the effect of the law of linguistic economy, the catalyst of neological processes is social changes that occur in a certain period of time. The current corona crisis is a central factor affecting the lexicographic system of the English language, as it has actualized the problem of nomination of innovative realities.

The work presents an analysis of the means of pragmatic influence of journalistic texts on the topic of COVID-19 and their reproduction in the Ukrainian language.

The study made it possible to reach the following conclusions:

1. Pragmatics among linguistic directions refers to the problems of language use, in this way the use of language by a person represents the main object of pragmatics research. The definition of pragmatics is used to describe a rather wide and heterogeneous spectrum of phenomena. It only means that it is difficult to find the limits of pragmatics, but it is absolutely clear that pragmatics is combined with areas of science dealing with communication problems. The first stage on the way to creating the pragmatics of a text is the author's urge to create a certain text, that is, the emergence of an idea. The idea gradually turns into an intention, which belongs to the preverbal phenomenon and receives its verbal embodiment in the text through its pragmatic instruction.

2. The pragmatic potential of the text means its ability to have a communicative effect on the recipient. At the same time, the translation process must take into account both the substantive features of the translated text and the personal characteristics of the

recipient and the translator. Journalistic texts implement pragmatic and informative functions. The combination of these positions finds its main expression in the style and use of linguistic means, syntax and structure of journalistic texts. Combining these functions, the given style has features of factuality and open-evaluative nature. In addition to the informative and pragmatic function, journalistic texts also use other functions: communicative, aesthetic, expressive.

3. Means of pragmatic influence of the text can be traced at the stylistic, lexical and syntactic levels. Lexical composition is the most important level of pragmatic content of any text. In addition to emotionally and expressively colored vocabulary, colloquial and spatial elements, neologisms and words with a negative color are used. Journalistic texts also use certain stylistic devices, namely epithets, metaphors, metonymies, hyperboles, paraphrases, allusions, synecdoche, etc. At the syntactic level, parcellation, segmented construction, interrogative constructions, parallelism, gradation and other components of dynamic syntax are used. In the process of translating journalistic texts, the translator must convey the ratio of message and influence, convey to the reader all the emotional content of the original text, adapt and edit the mass media text for a specific audience. It is important to identify problems in translation and find the most optimal options for solving them before starting work with the text

Such criteria for the news item as originality, uniqueness, interest or significance, and writing about people are applied to news texts. They are used to inform readers about events of the day that are newsworthy or important.

There must be not more than 20 words in a sentence is the common suggestion. And each sentence must consist in no more than three separate ideas.

As for the sentence structure the active voice is preferable in news, so the readers remember them better. It is advised not to start a sentence with a subordinate clause.

Moreover, lively language must be used more than clichés. The language in news has to be easy for understanding by an average reader.

As for creating the objectivity effect general nouns are written instead of real people, generalized adjectives, absence of quotation, no proof or a real resource of information etc.

The paper deals with 39 % of the analyzed linguistic means that denote lack of source. All of them are divided into 4 groups: statistics on the amount the dead people due to Covid-19, statistics on the number of vaccinated people, on the amount of tested positive and lacking a source on the information of side effects of treatment given to beat the coronavirus disease.

Another group of linguistic means belonging to the low objectivity effect level is possibilities (22,2 %). They are presented in the news articles with the help of modal words (they are prevailing) or literally by the word “a possibility”. They transmit predictions, not facts.

Imprecise place and time is referring to the low objectivity effect level as well since there are general adverbs or adverbial modifiers are used (6,4 %). They show lack of knowledge or access to the material by the author.

Considerations is the fourth group relating to the low objectivity effect level as they show the readers someone`s thoughts that are presented in the form of a reliable source (32,4 %).

The next large group is the middle objectivity effect level (19, 4%). There belong 66 examples of linguistic means found in the analyzed articles that can impress readers more than those from the first group and make them think of information given in the news as of the objective one. Here is the speaker is omitted. It can be either complete or partial omission.

Speaking about complete omission of the speaker, in the news there are names of countries, organizations or collaborative words denoting groups of people are used instead of concrete ones.

In partial omission of the speaker there is already more information of the speaker is mentioned. The speaker`s name is given without his position at work, or a company

they work for in some news items while in the others there are only their positions and no names.

From the findings, the last and the largest is the group of linguistic means denoting a high objectivity level (56 %). It is created by the wide usage of quotes. They consist in real words the speakers had previously said and normally do not have any impurities. That allows the readership to acquire the essence of the given words without any obstruction. Moreover, respected and famous writers won't risk their positions at work and change words using quotes. Though quotes are belonging to the high level of objectivity, they are subjective in their nature as well. Quotations are used to persuade the reader to rely on the given information, but it happens very often that the words are provided out of context even with the contrary meaning as a consequence. Moreover, the change of speaker's thoughts may be changed or their opinion on one thing may be applied to describe another one.

Above-mentioned information ensures that a great choice of linguistic means help journalists to cultivate fear culture, share fake news and create objectivity effect.

In addition, there are some methodological recommendations on how to teach students to translate the coronavirus news texts in particular and news texts overall.

Further study may lead to profound studying of the other linguistic means of creating objectivity effect in news about coronavirus that are not included in this paper due to the limit of volume and in studying other spheres of creating objectivity effect in English news texts on other topics.

Key words: publicistic discourse, objectivity effect, lingual means, translation, subjectivity, pragmatics, coronavirus vocabulary.

Додаток 1

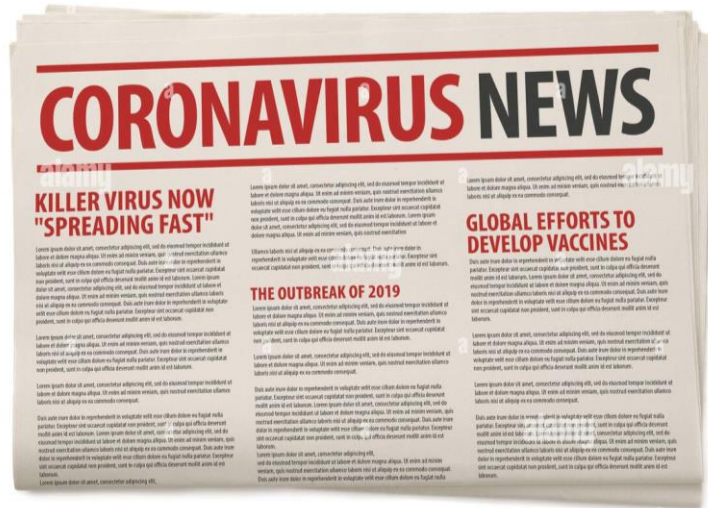
ПЛАН-КОНСПЕКТ УРОКУ

Тема: складнощі перекладу новинних статей про коронавірус

Мета: розбирати та проаналізувати приклади новинних статей про коронавірус та використані в них засоби створення ефекту об'єктивності.

1. Introduction

TEACHER'S WORDS “ Good morning everyone here today. So please look at the pictures and suggest your association with them. Try to guess the topic of our lesson.”



“Some of you were so close to our topic, but nevertheless our topic today is the complexities of translating news articles about the coronavirus”

2. The main part of the lesson (PRESENTATION STAGE)

Processing of new material using reading

TEACHER'S WORDS “In the news texts on the BBC website, we found various language devices that create the effect of objectivity. All of them are divided into three large groups, indicating:

- low level of objectivity (25%),
- medium level of objectivity (19%)

- high level of objectivity (56%).’’

So let’s start with the low level of objectivity:

TASK 1. Make up 4 groups, read the text and underline the main ideas. Be ready with presenting them the whole class

- The 1st group

https://docs.google.com/document/d/1GBcujvT8wL9T_CujpFCCrBTZSOFuLzkmjGTqKKiZRsk/edit?usp=sharing



- The 2nd group

<https://docs.google.com/document/d/1yUh4s3YQnnlYfgjm2uLqhpmxiez1QI3-CWkavRmHIns/edit?usp=sharing>



- The 3rd group

<https://docs.google.com/document/d/1PfsHAHRxojMZOz9pOIVo6jhyfylkZgeusxLb04mA-jM/edit?usp=sharing>



- The 4th group <https://docs.google.com/document/d/1OdtwlZS65s6WMJc-fCrtOEmuun2lzvK9YodZ1g24kNM/edit?usp=sharing>



**So hope now you are ready. That's why let's start our discussion. But at first
FILL IN THE MAIN IDEAS**

**For the 1st and 2nd groups
and 4th group**

For the 3rd

<https://www.menti.com/aldjj4sh4ogd>

<https://www.menti.com/al1mbkrnudq3>



Listen the presentation of your groupmates and make up 2-3 questions for them.

The Середній рівень об'єктивності

The teacher explains the main ideas.

TASK 2. Listen to me and write down the main points.

TASK 3. Now you will have a test. Choose the correct answers and where necessary, write down your opinion

1) The name of the country creates an effect

- a. **Objectivity**
- b. Truthfulness
- c. Affection
- d. Lies

2) Why do they use the names of organizations instead of officials?

- A) For PR of the company to promote it
- B) For the anonymity of the staff and their safety
- C) **To transfer the responsibility of management**
- D) To show truthfulness

3) How the generalization of nouns affects objectivity

- a) Positive
- b) **Negatively**
- c) Neutral
- d) As and when, depending on the situation

4) What language tools are used in news with an average level of objectivity?

Your answer: _____

(names of countries, names of organizations and generalized nouns)

5) How do you understand the term "high level of objectivity effect".

Your answer: _____

6) What linguistic means are inherent in a high level of objectivity effect?

Your answer: _____

(Interviews and direct quotes)

PRACTICE STAGE

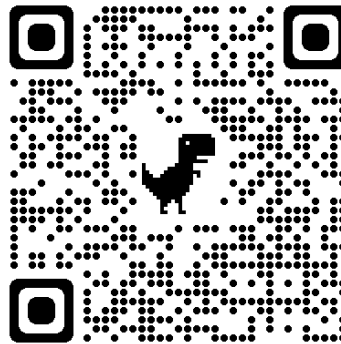
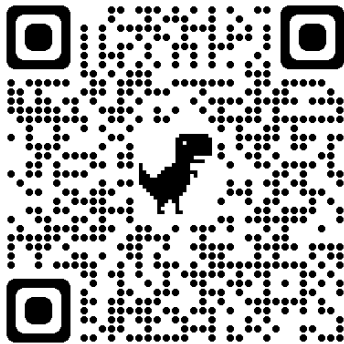
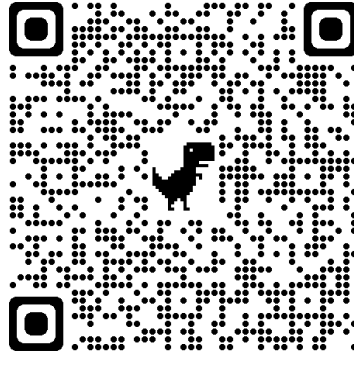
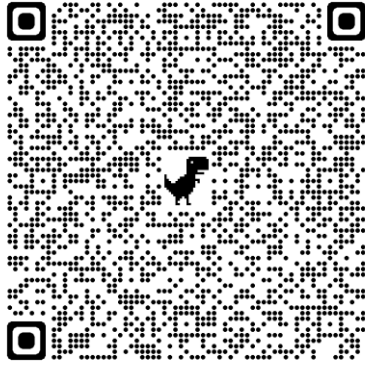
TASK4. Make up 5 groups. Analyze your article about the coronavirus.

Define:

- level of objectivity effect
- the means used to create this effect of objectivity.

Choose one person from the group to present your research

Listen carefully to the presentation of your colleagues' research and find the article they are talking about.



<https://www.nytimes.com/interactive/2020/us/covid-19-vaccine-doses.html?pageType=LegacyCollection&collectionName=Maps+and+Trackers&label=Maps+and+Trackers&module=hub+Band®ion=inline&template=storyline+band+recirc>

<https://www.news-medical.net/health/What-Role-has-Social-Media-Played-in-COVID-19.aspx>

<https://www.webmd.com/lung/news/20220328/back-to-the-office-blues>

<https://www.medscape.com/viewarticle/967888?faf=1>

https://www.medicinenet.com/covid-19_vs_flu_vs_cold/article.htm

Summary of the lesson:

Competition: Divide into 2 teams and make up 7 questions for each other.

Whoever gives more correct answers gets +5 points to today's grade for the lesson.

Homework: Find 3 articles on the Internet that correspond to low, medium, and high levels of objectivity. And also analyze these articles.

Assessment of students' work and feedback from them:

My dear students, you did the excellent work. Please share your thoughts

- What did you like most about the lesson and what did you like least?
- What needs further explanation?