

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І ПЕРЕКЛАДУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Л.Г. Буданова
« _____ » _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР

ЗА СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «ГЕРМАНСЬКІ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ (ПЕРЕКЛАД
ВКЛЮЧНО), ПЕРША – АНГЛІЙСЬКА»

Тема: ***ВИКОРИСТАННЯ І ПЕРЕКЛАД ЕМОТИВНИХ ОДИНИЦЬ ДЛЯ
СТВОРЕННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ ДЛЯ СВІТОВОЇ
СПІЛЬНОТИ (НА МАТЕРІАЛІ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ)***

Виконавець: студентка групи ФЛ-201«М» ЗЕЛІНСЬКА АНАСТАСІЯ
ОЛЕГІВНА

Керівник: канд. філол. наук, доцент КРИЛОВА ТЕТЯНА ВАСИЛІВНА

Нормоконтролер: _____ (Кондратенко Юлія Вікторівна)

Київ 2023

ЗМІСТ

Вступ	7
Розділ 1. Теоретичні засади дослідження емотивних одиниць	11
1.1. Поняття емотивності у сучасному мовознавстві та перекладознавстві	11
1.2. Типи та категорії емотивних одиниць у текстах	23
1.3. Особливості композиції та наповнення публіцистичних текстів	26
1.4. Лексико-граматичні особливості емотивних одиниць у публіцистичних текстах	30
Розділ 2. Методологічні засади перекладознавчого висвітлення емотивних одиниць у публіцистичних текстах	43
2.1. Емотивні одиниці у світлі теорії перекладності / неперекладності	43
2.2. Чинники перекладності емотивних одиниць	47
2.3. Принципи, методи та етапи дослідження	50
Розділ 3. Стратегії та способи перекладу емотивних одиниць на позначення різних мовленнєвих аномалій	58
3.1. Відтворення лексико-граматичних особливостей емотивних одиниць у публіцистичних текстах	58
3.2. Синтаксичні особливості емотивних одиниць у публіцистичних текстах	67
3.3. Заходи щодо впровадження стилістичної моделі використання емотивних одиниць при перекладі публіцистичних текстів для створення позитивного іміджу України для світової спільноти	72
3.4. Особливості авторської стилістичної моделі використання емотивних одиниць при перекладі публіцистичних текстів для створення позитивного іміджу України для світової спільноти	84
Висновки	90
Список використаних джерел	95
Додатки	106
Додаток А	107
Додаток Б	108
Додаток В	109
Додаток Г	110
Додаток Д	111
Додаток Е	112

ВСТУП

Актуальність теми цієї теоретичної розвідки зумовлена значною увагою сучасних лінгвістів до вивчення різних аспектів емотивності та проблематичністю категоріального визначення цього мовного та мовленнєвого явища та особливостей перекладу емотивних одиниць для створення позитивного іміджу України для світової спільноти.

Багатоаспектність явища емотивності зумовлює існування різних підходів до його вивчення: психолінгвістичного (Н. Вітт, В. Грідін та ін.), стилістичного (Є. Азнаурова, О. Болотов та ін.), комунікативного (Л. Піотровська, В. Маслова, В. Шаховський та ін.), лінгвокультурологічного (О. Вежбицька, С. Воркачов, О. Селяєв та ін.), когнітивного (А. Баранов, Ф. Данеш та ін.). У рамках кожного із підходів розробляються свої концепції емотивності, використовується своя термінологія та особливі методи дослідження.

Метою дослідження є визначення категоріальної природи емотивності у мовознавстві та охарактеризувати використання та переклад емотивних одиниць для створення позитивного іміджу України для світової спільноти на прикладі публіцистичних текстів.

Крім того, робота розгляне більший контекст міжнародної репутації України та роль медіа у формуванні громадської думки. Робота дослідить вплив негативних стереотипів та помилкових уявлень на образ України та потенційні переваги позитивного зображення у ЗМІ.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання низки завдань:

- Вивчення ролі емотивних одиниць у створенні позитивного образу України: аналіз впливу емотивних виразів, образів, метафор, асоціацій тощо на сприйняття та оцінку України світовою спільнотою.

- Дослідження важливості точного перекладу емотивних одиниць: визначення проблем та викликів, що виникають під час перекладу емотивних висловлювань іноземною мовою, оцінка впливу неправильного перекладу на сприйняття та ефективність тексту.

- Аналіз способів використання емоційних одиниць у публіцистичних текстах для створення позитивного образу України: вивчення емотивних стратегій, використання емоційних засобів викладу, оцінних семантичних компонентів тощо, що сприяють створенню позитивного іміджу.

- Розробка стратегій та рекомендацій для точного перекладу емотивних одиниць: виявлення проблемних аспектів перекладу емотивно заряджених слів, виразів та фраз, розробка методів та рекомендацій для збереження емоційної сили та ефективності тексту при перекладі.

- Проведення комплексного аналізу використання та перекладу емотивних одиниць: зіставлення оригінальних текстів та їх перекладів, оцінка емоційної набагато, вивчення реакції та сприйняття аудиторії на різні варіанти перекладу емотивних висловлювань.

Різні аспекти проблематики термінології та вираження емотивних засобів тексту досліджують у своїх працях Ю. Андрійченко, С. Гладь, О. Дорош, В. Хом'яков, О. Цибулевська, В. Чабаненко, І. Шахновська, В. Шаховський, В. Юрченко та ін. Проблематика емоцій у французькій мові є предметом розгляду в працях Ш. Баллі, В. Гака, Н. Медведєвої, О. Назарян, Н. Синельникової та ін.

Окремі роботи присвячені вивченню вираження емотивності мовними одиницями фонетичного (Л. Медведєва, О. Нушикян та ін.), граматичного (Ю. Малинович та ін.), лексико-фразеологічного (М. Гамзюк, Г. Кузенко та ін.) рівнів. Розробляються питання національно-культурної своєрідності емотивних засобів різних мов (О. Вежбицька) та проводиться їхнє зіставлення (Д. Квеселевич, В. Саніна). Існування в науці різноманітних підходів і безлічі суперечливих точок зору на предмет вивчення свідчить про його недостатню вивченість.

Предметом дослідження є емотивні одиниці для створення позитивного іміджу України для світової спільноти

Об'єктом дослідження є переклад емотивних одиниць для створення позитивного іміджу України для світової спільноти

Методи дослідження та прийоми. Методологія дослідження, використана в цьому дослідженні, включає поєднання якісних і кількісних методів. Дослідження

починається з комплексного огляду літератури про емоційні одиниці, міжкультурну комунікацію та теорію фреймінгу. Цей огляд літератури забезпечує теоретичну основу для дослідження та допомагає визначити ключові поняття та змінні, які будуть аналізуватися.

Потім дослідження переходить до емпіричного етапу, де для аналізу відбирається зразок публіцистичних текстів. Вибірка включає тексти з різних джерел, зокрема статті новин, думки та оповідання, і охоплює низку тем, пов'язаних з Україною.

Аналіз текстів включає кілька різних методів, включаючи аналіз контенту, аналіз дискурсу та семіотичний аналіз. Контент-аналіз використовується для ідентифікації та класифікації емоційних одиниць, присутніх у текстах, тоді як аналіз дискурсу використовується для аналізу того, як ці одиниці використовуються для оформлення представленої інформації. Семіотичний аналіз використовується для аналізу візуальних елементів текстів, таких як фотографії та графіки, і їх зв'язку з емоційними одиницями, присутніми в тексті.

Наукова новизна отриманих результатів. Наукова новизна представленої роботи полягає в її фокусі на ролі емоційних одиниць у створенні позитивного іміджу країни та проблемах трансляції емоційного контенту між мовами та культурами. Дослідження робить внесок у сферу перекладознавства, підкреслюючи важливість емоційних одиниць у міжкультурній комунікації та надаючи практичні рекомендації для професіоналів-мовників. Він також підкреслює роль фреймінгу у формуванні громадської думки та пропонує розуміння емоційного змісту української журналістики.

Теоретичне значення роботи полягає у висвітленні перекладацьких трансформацій, які застосовуються при перекладі інтернет-статей, та їх особливості, що робить внесок у розвиток теорії перекладу.

Практична значення роботи полягає в його потенціалі для покращення комунікації та іміджу України на світовій арені. Розуміючи важливість емоційних одиниць у мові та комунікації, професіонали в галузі мови, міжкультурні

комунікатори та ті, хто вивчає мову, можуть працювати разом, щоб створити більш позитивне та точне представлення України для світової спільноти.

Апробацію результатів представленої роботи. Результати викладених у дипломній роботі досліджень були надані до дурку у статі та апробовані на наступних філологічних конференціях:

IV Міжнародна науково-практична конференція “CURRENT CHALLENGES OF SCIENCE AND EDUCATION”, 11-13.12.2023 Берлін, Німеччина (тези «Синтаксичні особливості емотивних одиниць для створення позитивного іміджу України у публіцистичних текстах») від 13 грудня 2023 року (м. Київ);

VII Міжнародна науково-практична конференція “SCIENTIFIC RESEARCH IN THE MODERN WORLD” 4-6.05.2023 Торонто, Канада (тези «Використання і переклад емотивних одиниць для створення позитивного іміджу України для світової спільноти») від 6 травня 2023 року (м. Київ).

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОТИВНИХ ОДИН

1.1. Поняття емотивності у сучасному мовознавстві та перекладознавстві

Емоції пронизують будь-яку діяльність людини та супроводжують певний звуковий комплекс чи семантику слова, забезпечуючи те, що оцінку того, про що чи про кого йдеться, сприймається як емоційне схвалення або несхвалення [7, с. 68]. Дослідження емоцій є складним процесом, оскільки вони, за словами В. Маслової, є «невловимою матерією» [3, С. 229 – 230], а для розуміння їхньої сутності необхідно застосовувати знання з різних наук, зокрема психології – так, багатоаспектність цього питання зумовило виникнення нових галузей у мовознавстві (наприклад, психолінгвістики, лінгвістики емоцій тощо).

Як відомо, мова – це не лише засіб культури, але й засіб емоцій, тоді як самі емоції постають специфічною формою людського ставлення до довколишнього світу [3, с. 228]. Для мовленнєвої діяльності емоції часто слугують мотивом, характеризуючи поведінку людини, спрямовану на виконання певних цілей [8, р. 102], а також вважаються дослідниками особливим класом психічних процесів і станів, що в формі безпосередньо-чуттєвого переживання відображають значущість об'єктів і подій у зовнішньому та внутрішньому світі людини для його життєдіяльності. Їхня найважливіша особливість полягає у здатності до узагальнення та комунікації, тому емоційний досвід людини набагато ширший, ніж досвід її індивідуальних переживань.

Емоції сприймаються суб'єктом як стани, які відбуваються «у мені», тоді як власне вираження емоцій набуває рис змінюваної «емоційної» мови, що формується соціально-історично. Вони зсередини регулюють поведінку та діяльність, безперервно співвідносячи їхній хід і проміжні результати з потребами та мотивами, виконуючи функцію поточної оцінки [1, с. 41].

Попри свою яскраво виражену ефемерність і «невловимість», емоції піддаються вербалізації; у тексті емоційність трансформується в лінгвістичну категорію емотивності. За В. Шаховським, емотивність – це семантична властивість мови виражати системою своїх засобів емоційність як факт психіки [7, с. 8]. Є.

Чайковська також зауважує, що емотивність – це полістатусна когнітивна категорія, яка здатна проявляти те чи інше категоріальне емотивне значення на різних рівнях мовної системи, тобто у статусі різнорівневих мовних одиниць [6, С. 280 – 281] – як, наприклад, експресивно забарвлені інтонації (фонологічний рівень), емотивні лексеми (лексичний рівень), емфатичні конструкції (рівень речення), лінгво-стилістична виразність висловлювання (рівень тексту).

Проблема функціонально-семантичної категорії емотивності та засобів її вираження стає особливо актуальною останнім часом: у зв'язку з новою антропоцентричною парадигмою лінгвістики, зокрема з тією її частиною, що охоплює способи вираження та позначення емоцій у сучасній мові. Визначаючи емотивність як семантичну категорію, багато дослідників акцентують увагу на її номінативному аспекті, інші вважають важливішим функціональний, розглядаючи різнорівневі мовні та мовні засоби її вираження (див. Додаток А). Видається важливим вивчити наявні точки зору, щоб з'ясувати специфіку категорії емотивності та її відмінність від інших мовних категорій та одиниць.

Шарль Баллі говорить про логічну та емоційну доміанти мовного акту, які перебувають у нестійкій рівновазі один з одним; однак, якщо та чи інша доміанта остаточно витісняє всі протилежні елементи, то рівновага порушується, внаслідок чого з'являються дві можливості: афективний зміст поглинається логічним (що має місце у прийменниках, спілках, допоміжних дієсловах) або логічний зміст поглинається афективним (міждом). Між цими крайніми випадками перебуває область важко розчленованих емоційно-сміслових свідомостей, які ще були об'єктом спеціального наукового розгляду.

Емотивом може бути не лише афікс, слово, фразеологізм чи речення, а й текст, що включає емотиви інших мовних рівнів. Текст, що має ознаки емотиву, емоційний, тому що емоційність є вираз душевного переживання і почуттів того, хто говорить. Думка про ізоморфізм слова та тексту висловлювалася неодноразово.

У термінології відбувається змішання психологічних та мовних понять, а також звужується сфера дії емотивної функції, яка характерна для мовних засобів різних рівнів. Крім того, інтонація, як відомо, створюється за рахунок певних

синтаксичних конструкцій, прагматична спрямованість яких і полягає у можливості вираження емоційного ставлення того, що говорить до змісту висловлювання (маються на увазі оклику речення, риторичні питання тощо). Увага лінгвістів до коннотативного аспекту значення мовних одиниць визначило прагнення розмежування понять «емотивність» і «експресивність» у семантичних і стилістичних дослідженнях.

Ключовим поняттям в емотіології є «емоційний концепт», під яким розуміють етнічно, культурно зумовлене, складне структурно-сміслове, як правило, лексично чи фразеологічно вербалізоване утворення, яке ґрунтується на понятійній основі, охоплює крім поняття, образ та оцінку, та функціонально замінює людині. у процесі рефлексії та комунікації безліч однопорядкових предметів (у широкому сенсі слова), які викликають пристрасне відношення до них людини. Він експлікується за допомогою мовних засобів.

Мова виконує ряд функцій: комунікативна, ідентифікаційна функція, емотивна, гносеологічна, мислетворча, естетична, культурологічна тощо. Серед них емотивна функція виступає дуже важливою для вираження почуттів мовця, свого ставлення до події або щоб викликати у співрозмовника певну реакцію. Тобто емотивна функція мови визначає місце емоцій у життя людини. Поняття «емоція» (фр. *emotion* від лат. *emovere* – «збуджувати, хвилювати») – це одна із форм відображення світу, що означає душевні переживання чи хвилювання; це ті безпосередні переживання, які фіксуються у мові людини [18, с. 293].

Емоції – це процес ситуативного переживання, процес, що має сильне та регулююче значення для людського організму [7, с. 61]. Емоції – це також психічні стани людини, детерміновані світоглядом, переконаннями та мораллю, і виражають її оцінне ставлення до життєвих ситуацій, до своєї та чужої діяльності [10, с. 198-199]; це психічне відображення у формі безпосереднього переживання життєвого сенсу явищ та ситуацій. обумовленого відношенням їх об'єктивних властивостей до потреб суб'єкта [7, с. 164].

Емоції часто слугують мотивом, характеризуючи поведінку людини, спрямовану на виконання певних цілей, а також вважаються дослідниками

особливим класом психічних процесів і станів, що у формі безпосередньо-чуттєвого переживання відображають значущість об'єктів і подій у зовнішньому та внутрішньому світі людини для його життєдіяльності. Їхня найважливіша особливість полягає у здатності до узагальнення та комунікації, тому емоційний досвід людини набагато ширший, ніж досвід її індивідуальних переживань [8, с. 24]. Найбільш загальною класифікацією емоцій є їх розподіл на позитивні та негативні. Спалахи гніву часто провокують вираження негативних емоцій, а також іноді сприяють виживанню особи в екстремальних ситуаціях.

Існують також інші трактування цього поняття. Наприклад, О. О. Селіванова вважає, що відповідно до сучасного мовознавства емотивність – це невід'ємний компонент семантичної структури мовної одиниці, яка відображає емоційне ставлення носіїв мови до зазначеного. Денотат значення лексеми може формуватися за допомогою емотивності. Такий зв'язок зумовлює виникнення суперечностей під час розгляду конотату та денотату, встановлення між ними [8, с. 248]. М. В. Гамзюк стверджує, що мовне вираження емоції є основою емотивності [17, с. 25], тоді як І. М. Литвинінчук розуміє під емотивністю результат інтелектуального переосмислення емоційності, що передається у мові та мовленні [5, с. 1].

Зокрема, емотивність має категоріальний статус на різних рівнях мовної системи та в мовленні:

- 1) фонологічний – виявляється в інтонації (одне й те саме слово можна вимовити із вираженням любові, загрози, гніву тощо);
- 2) лексичний – виявляється в існуванні лексем, назв емоцій, специфічної експресивної лексики та лексики, що описує емоції;
- 3) на рівні речення – виявляється в існуванні емотивних (експресивних) структур, еліпсису та інших;
- 4) на рівні тексту – виявляється у структурно-семантичній організації висловлювань, існуванні специфічних емотивних одиниць тексту, лінгвостилістичної виразності [3, с. 280].

Емотивність як лінгвістичний корелят психологічної категорії емоційності є інтегральною властивістю текстів різних типів: офіційно-ділового, наукового, публіцистичного та художнього. Емотивна специфіка текстів може бути визначена через співвідношення емотивного фону, емотивної тональності та емотивного окрасу. Вона розглядається як двостороння сутність, що має план вираження та план змісту, через які виражаються емоційні відносини стану мовців [7, с. 28].

У художньому творі категорія емотивності є двосторонньою, складається із плану змісту та плану вираження. Емотивний зміст поширюється на основні рівні тексту: у вигляді емотем входить до когнітивного змісту тексту є складовою емоційної частини прагматичних стратегій автора. Категорія емотивності є інтегральним підґрунтям текстів художніх творів, її вираження зумовлене культурологічними ознаками стилю автора, комунікативними правилами та особливостями менталітету соціуму [9, с. 96].

У художньому тексті відображається індивідуальний світ певного автора, мовні особливості історичного періоду та місцевості, де відбуваються події чи проживає письменник. Навіть граматична система мови здатна впливати на змістове навантаження твору. Це важливо як для семантичної структури твору, так і для відбиття способу мислення спільноти. Через мову художніх творів, підбір зображувальних засобів, що складають національний фонд мови, а також їх художнє переосмислення відбувається розкриття особистості письменника. Таким чином можна прослідкувати, що є цінним для автора, як вигляд трактує добро і зло, прекрасне і повторне, ставлення до подій, що його оточують, стає зрозумілим його світогляд і уявлення про духовні цінності та життя в цілому. Саме це формує внутрішній світ митця, який виявляється у написанні творів, що є своєрідним зверненням до читачів [19, с. 101].

Соціально-комунікаційна функція виступає каталізатором, оскільки твір може впливати на читачів лише рівнем своєї популярності. Її суть полягає в тому, що художній твір згрупує людей, які поділяють думку, саме цей твір вартий уваги і має глибокий посл. Однак сучасні наковці зазначають, що ця функція переживає кризовий етап, оскільки вона несумісна з естетичною. Масова література відома, але

всім не подобається. Інформаційна або пізнавальна функція служить насамперед для передачі інформації, це засіб пізнання, письменник описує ті явища, які не знають читачі і таким чином художній світ може бути цікавим та значним, розширюючи межі людського пізнання. Художній твір відтворює нове тлумачення вже пережитого досвіду, або ж виражає зовсім нові емоції. Таким чином, це сприяє збагаченню духовного досвіду та здатності сприймати навколишній світ. Ідеологічну функцію можна розглядати крізь призму громадських та соціально-політичних подій. Досить часто ця функція здійснює вплив на читача з позиції ідеологічного спрямування: націоналізму, комунізму, соціалізму, демолібералізму, демократизму тощо [25, с. 71].

Щодо прагматичної функції, то можна сказати, що вона полягає у здатності викликати у читача певні емоції, почуття, спонукати до дій, тим самим реалізує прагматичний потенціал тексту. Прагматика тексту фіксує відношення між текстом та суб'єктом текстової діяльності. Однією з центральних прагматичних категорій тексту є інтенціональність, що охоплює авторську індивідуальність, специфіку мовного вираження, унікальність світогляду. Її реалізація відбувається шляхом вибору мовних засобів, які несуть такі характеристики як аксіологічна, культурно-історична, естетична цінність. Вищеперелічені функції тісно пов'язані між собою і по-різному виявляються у художньому тексті. Вони формують естетичні погляди у людей, створюють відповідні настрої суспільства, виробляють певні ідеали через використання художніх засобів [3, с. 89].

Категорія емотивності традиційно вивчається з урахуванням таких категорій, як оцінність, експресивність, образність. Проте лінгвістам бракує єдиного розуміння зрозуміти емотивності та експресивності. Зазвичай, емотивність тісно пов'язана із експресивністю, хоча вони не є тотожними. У лінгвістиці існують різні визначення експресивності, зокрема це здатність мовних одиниць до посилення впливу на акти комунікації. Є. М. Галкіна-Федорук експресією називає посилення виразності, збільшення сили впливу мови [7, с. 281]

Інтенсифікація емотивної виразності досягається засобами різних мовних рівнів, а також використання різних стилістичних прийомів та фігур. Важливу роль у лінгвостилістичній системі будь-якої мови виконує передусім емоційна лексика,

тобто ті прошарки словникового складу, які так чи інакше пов'язані з людськими почуттями. На матеріалі української мови В. Чабаненко виявляє функціонування в ній емоційних слів двох типів: 1) такі, що не мають понятійної основи та виражають лише емоції; 2) такі, що виражають водночас і поняття, й емоції. [15, с. 10-11]

В. І. Шаховський у своїй праці Категоризація емоцій у лексико-семантичній системі мови [16], детермінуючи емотивність як лексичну категорію, класифікує лексичні емотивні одиниці на такі, що називають, виражають та описують емоції. А власне емотивною можна вважати лише лексику, яка призначена для мовного вираження емоцій. Б. Волек розглядає слова, що виражають емоції та слова, що їх називають як різні емотивні знаки, значення яких може конституюватися або за допомогою зрозуміти, або прямих емоційних хвилювань [3]. Але це, мабуть, не що інше як номінування одного й того самого поняття різними словами. Тому принципову різницю між такими словами дослідники однаково вбачають у наявності або відсутності емотивного компонента в їх семантиці. Складно не погодитися з його тезою, що ця лексика, утворюючи лексичний фонд емотивних засобів мови, є неоднорідною і саме в ній здійснюється семантична категоризація емоцій.

Якщо проаналізувати емотивну лексику, то можна виявити, що, з одного боку, у багатьох мовах емотивів з негативною оцінною семантикою кількісно більше, ніж емотивів з позитивною оцінкою, але, з іншого боку, вони вживаються у мовленні значно рідше, ніж позитивно оцінні емотивні одиниці. Саме це дозволяє зробити висновок про те, що емоційні системи різних народів і культур, в основному, схожі, оскільки негативність, переважаючи в їхньому лексиконі, поступається позитивності у вживанні та синтагматичному комбінуванні (напр., *heureux et triste, triste et heureux*), що можна пояснити психологічним прагненням людства до позитивності. Неоднорідність та різноманітність емотивної лексики наводять на думку про існування емотивної маркованості одиниць фонетичного, морфологічного та синтаксичного рівнів, уможливлуючи висновок про лексичну, а також фонетичну, морфологічну та синтаксичну категоріальні ознаки емотивності мовних засобів.

Як відомо, мова виконує ряд функцій, головною з яких є функція комунікативна. Важливою виступає також емотивна функція, яка виявляється

щоразу, коли мовець виражає своє почуття. Своє ставлення до навколишньої дійсності або коли він хоче викликати якусь почуттєву реакцію свого співбесідника. Місце емотивної функції мови визначається тією роллю, яку відіграють емоції у житті людини. А емоції – це процес ситуативного переживання, процес, що має для людського організму сигнальне та регулююче значення [11, с. 61]. Емоції – це також детерміновані світоглядом, переконаннями та моралью психічні стани людини, які виражають її оцінне ставлення до життєвих ситуацій, до своєї й чужої діяльності [10, с. 198-199], які відображають відношення між мотивами та можливістю адекватної їм поведінки суб'єкта.

Метою емотивної функції мови є здійснення специфічної форми емоційної комунікації людей. У будь-якої мовної функції важливо розрізнити дві сторони: потенційну та результативну [2, с. 195-197]. Відповідно і емотивну функцію можна розуміти, з одного боку, як таку, що реалізовується, тобто як процес, а з іншого – як реалізовану, тобто як результат. У цій площині В. Шаховський розрізняє емотивну валентність мовних одиниць, їх емотивну семантику та їх емотивне вживання [19]. У свою чергу О. Бондарко справедливо зауважує, що «будь-яке значення форми є разом з тим її функцією (у тому сенсі, що вираження цього значення є призначенням цієї форми), але не будь-яка особлива функція тієї чи іншої форми є особливим значенням, оскільки далеко не всі різновиди інтенцій уживання форм можуть розглядатися як їх внутрішні системно значущі ознаки [2]. Таким чином, вважаємо, що емотивність є функціонально-мовленнєвою категорією, основним ознакою якої є комунікативно-діяльнісна.

Емоційність «пронизує» всю мовну діяльність людини і закріплюється у семантиці слова специфікатором різних емоційних станів людини. Саме тому при дослідженні мови, крім логіко-предметної семантики, важливо враховувати і емотивну. Загалом емотивну семантику слова, як справедливо наголошує В. Шаховський [18], можна визначити як опосередковану мовою кореляцію емоційно-соціологізованих уявлень людини з навколишнім світом.

Серед сучасних теоретичних припущень про природу лексичної семантики найбільш плідними для побудови її моделі є такі: по-перше, семантика слова

містить макрокомпоненти, компоненти та мікрокомпоненти, взаємодія яких утворює структуру; по-друге, ця структура організована за принципом поля, тобто визнається ядро і периферія як структурні елементи семантики слова; по-третє, будь-яке вживання слова є сімним варіюванням його семантики тощо [12, с. 36-40].

При аналізі емотивності як семантичного компонента слова фокусується на емотивних семах, які об'єктивно існують у семантичній системі мови, як і інші типи сем. Таким чином, за концепцією В. Шаховського [18], інтерпретація емотивної семантики у термінах сем вважається методичною категорією, а встановлення семантичного статусу емотивності – онтологічною. Відповідно ці категорії стають основою для лексико-семантичної категоризації емоцій у різних типах семантичних компонентів слова та у лексичних різновидах одиниць мови, які позначають, виражають та описують емоції. Звідси випливає, що емотивні семи виникають на основі певних логічно-предметних оцінних та експресивних компонентів семантики слова, тобто у діахронічному сенсі вони вторинні. Тому сутність емотивних сем полягає в тому, що цей специфічний вид семантичних мікрокомпонентів, зіставних з емоціями мовця і представлених у семантиці слова як єдність семантичної ознаки «емотивність» із конкретизаторами (як напр., «кохання», «презирство», «приниження») та ін), список яких не завершений і які варіюють згадану семантичну ознаку у різних словах по-різному.

Поширеною є думка, яка подається у лінгвістичній літературі, що емотивність виступає «ядром» експресивності тексту. Вона забарвлює предметно-образний та понятійний зміст тексту, когнітивно сприймається адресатом, завдяки яскравості, динамічності, гармонійності описів об'єктів, явищ, подій у тексті, розкриттю внутрішніх зв'язків, фокусуванню на найбільш значущих поняттях.

Отже, образно-поятійний джерело експресивності доповнюється емоційним компонентом, що зумовлено об'єктивною психологічною закономірністю. Це означає, що в цілісній психологічній структурі особистості когнітивні, емоційні та вольові процеси не проходять ізольовано, а функціонують разом. Водночас у певних

ситуаціях на перший план висуваються ті, які відіграють більшу роль у відображенні дійсності та регуляції поведінки [1, с. 12].

Звідси справедливо можна зробити висновок, що предметно-образний та понятійний зміст тексту породжує і емоційний ефект, викликаючи у адресата інтелектуальні та естетичні емоції.

Емотивність нерозривно пов'язана з експресивністю, проте вони не ідентичні. Їх об'єднує належність до емотивної сфери мови, яка протиставляється інтелектуальній (інформаційній, раціональній, логічній) сфері. Під експресивністю розуміється здатність мовних одиниць до посилення впливу на акти комунікації. Так, поняття експресивності виявляється ширшим за емоційність, тоді як поняття емотивності змістовніше експресії, оскільки емоційність різноманітна у своїх проявах, а експресивність зводиться в основному до посилення [14, с. 41-42]. Тому емотивність виявляється вужчою за експресивність, але інформативніша за неї.

Емотивність – це іманентно притаманна властивість мови виражати системою своїх засобів емоційність як факт психіки, а також відображені у семантиці мовних одиниць соціальні та індивідуальні емоції. Емотивність реалізується у двох площинах: зміст і вираження, через які маніфестуються емоційні ставлення / стани мовця [16, с. 24].

А експресивність можна визначити як семантичний феномен, який виділяє слово спеціальним набором денотативних і конотативних сем з метою ефективнішого впливу на отримувача завдяки прискореному доведенню до його сприйняття сенсу висловлювання, а також для самовираження і вираження свого ставлення до об'єкта мовлення, до суб'єкта і до ситуації спілкування [17].

Послуговуючись терміном «експресивність» на позначення психологічно та соціально мотивованої властивості мовного знака, що деавтоматизує його сприйняття, підтримує загострену увагу активізує мислення людини, викликає напруження почуттів у слухача (читача), З. Коцюба також розмежовує поняття емоційного та експресивного в мові [10]. Погоджуємося з поглядом В. Чабаненка, що експресивним є все, що служити в мові для вираження та збудження емоцій, але не всяка експресивність передбачає емоційну реакцію, тобто експресивність як

лінгвостилістична категорія ширша за емоційність [15] . Але тут простежуємо не цілком доречне використання терміна «емоційність» як синоніма емотивності.

Отже, на наш погляд, важливим є співвідношення категорій емоційності та емотивності, які неодноразово ставали предметом розгляду у мовознавстві. Їхнє вивчення вирізняється також широким спектром підходів, а їх визначення та взаємозв'язок неминуче призводить до розбіжностей у їх трактуваннях. В руслі комунікативно-прагматичного підходу Я. Гнезділова [6] пропонує розглядати цю проблематику на основі виділення, порівняння та розмежування двох типів дискурсу – емоційного та емотивного. В емоційній комунікації на перший план виходитиме вираження емоційних станів співрозмовників, а в емотивній комунікації, наоборот, саме за рахунок мовних засобів викликається певний емоційний стан у слухачів. Відповідно, поняття емоційності та емотивності розглядаються у плоскості мови та відображають зеркально протилежні процеси. Емоційність є спонтанною, непередбачуваною властивістю мовлення, а емотивність, наоборот, – це передбачувана, усвідомлювана властивість мовлення, пов'язана з пошуком мовних засобів, які цілеспрямовано надають йому емоційності для впливу на адресата.

У психофізіологічних дослідженнях потреба у висловленні емоцій визнається одним із провідних мотивів комунікації [8]. Тому емоційність художнього тексту, на чому коротко зупинимося, стає однією з засад його існування, адже шкірний художній текст створюється автором, заради того, щоб викликати у читача певний емоційний стан, донести до нього власні переживання. Мовна особистість творця тексту емоційно насичує окремі події та явища, що є індивідуально значущими для нього [7].

На основі компонентного аналізу тексту С. Гладьо визначає емотивність як одну з основних категорій художнього тексту, за допомогою якої відбувається реконструкція вписаної в художній текст програми його інтерпретації в емотивному ракурсі та прогнозується ймовірне емоційне вплив тексту на читача [5], що вважаємо чи не є головним фактором комунікативного текстотворення. Тому, власне, і існує думка про актуалізацію емотивності художнього тексту завдяки опредметненню в тексті знань, що є або стають емоціогенними. Реалізація емотивності в художньому

тексті здійснюється, головним чином, через свої показники, ієрархічно організовані текстовими компонентами та пов'язані з експлікацією в тексті емоціогенних знань про мову та мову (сигнали емотивності), про світ (емотивні ситуації) та про текстову дійсність (емотивні топіки)) [5].

Важливе місце у системі емотивних мовних засобів художнього тексту посідають лексичні засоби, що, мабуть, не піддається сумнівам.

1.2. Типи та категорії емотивних одиниць у текстах

Для розуміння особливостей прояву емоцій у різних культурах важливо розрізнити два типи емоцій: емоції як «відносно короткі емоційні стани з частково неконтрольованими психобіологічними компонентами та частково контрольованими експресивними компонентами. У першому випадку емоції мають природний спонтанний характер, є відкритою демонстрацією почуттів, і ми маємо справу з емоційністю; в другому прояв емоцій носить навмисний характер і є певною стратегією комунікативної поведінки, вони використовуються з метою прогнозування та визначення ситуації, а також впливу на поведінку інших. Такий прояв емоцій пропонується називати емотивністю. Емотивність - запланована демонстрація емоцій спрямована на адресата.

Відмінність у типах емоцій дозволяє виділити два типи комунікації – емотивну та емоційну. Емоційна комунікація – це спонтанна незапланована природна демонстрація емоцій як прояв внутрішніх емоційних станів, яка необов'язково враховує реакцію співрозмовника чи оточуючих. Емотивна комунікація – це свідомо, контрольована демонстрація емоцій, що використовується у стратегічних цілях: вплив на оточуючих, демонстрація лояльності, доброзичливості, попередження можливого конфлікту, тобто вона виконує соціальну функцію – вплинути на сприйняття співрозмовником ситуації та.

Термін «емоційність» може розумітися у двох сенсах:

- по-перше, як властивість суб'єкта, його здатність переживати емоції, забарвлювати свої дії та вчинки почуттями та виражати їх;

- по-друге, як властивість мовного знака-його потенційну можливість висловити факт емоційного переживання суб'єктом деякого явища дійсності - саме того явища, яке становить предметний зміст даного мовного знака. Друге значення має термінологічний статус.

Деякі філологи фокусують увагу не так на виразному, але в спонукальному аспекті емотивності, тобто. емотивність цікавить їх не просто як відображення чуттєвої сфери, бо як засіб збудження певних почуттів та емоцій у адресата. Інші дослідники аналізують передусім виразний аспект емотивності, тобто. як набір мовних способів відображення цих почуттів та емоцій. Кунін трактує емотивність як «емоційність у мовному заломленні, тобто чуттєву оцінку об'єкта, як вираз мовними та мовними засобами почуттів, настроїв, переживань людини».

Емоційність пронизує всю мовну діяльність людини і закріплюється в семантиці слів як визначники його різних емоційних станів. Саме тому при дослідженні мови, крім логіко-предметної семантики, що відображає якість поняття людського мислення, важливо враховувати й емотивну. У загальному вигляді емотивну семантику слова можна визначити як опосередковане мовою ставлення людини до навколишнього світу.

Емотивні одиниці мови може бути об'єднані в лексико-семантичне полі емотивів з усіма ознаками поля. Виділення цього нечіткого поля підтверджує їх мовний, тобто. системний статус і, відповідно, правомірність відокремлення так званої емотивної функції, яку вони обслуговують. Своєю чергою, визнання системного характеру емотивної лексики розкриває актуальність завдання її лексикографічної фіксації.

Універсальний характер загальнолюдських емоцій є складним продуктом еволюції людини, що відображає її специфічну комунікативно-діяльну потребу.

Будучи загальними багатьом культур, базові емоції окремої культури несуть у собі друк культурно-мовного коду як частини національного інтелекту (менталітету).

Для вираження емоцій застосовують усі мовні рівні, включаючи фонетичний, граматичний, лексичний.

На фонетичному рівні емоції розкриваються з допомогою просодичних елементів промови. До фонетичних засобів також «можна віднести алітерацію, риму, звуконаслідування та ритм» [6, с.232]. Найчастіше вони використовують у поетичній промови, хоча явище рими зустрічається зокрема й у розмовної промови.

Словотворчими засобами емотивності є словоскладання та різноманітні пестливі, зневажливі та інші афікси.

Емоційно-експресивна лексика дослідниками описується по-різному.

Своїми значеннями слово поєднується з іншими поняттями, що утворюють його імплікативне та емоційне поле. Здатність мовної одиниці створювати емотивні зв'язки з іншими одиницями, таким чином здійснюючи емотивну функцію, називається емотивною валентністю.

Емотивна валентність реалізується у вигляді нестандартної сполучуваності слів, у яких валентний партнер є емоціогенним. Спостерігається комбінаторне нарощування сенсу, властиве слів у тих закінченого висловлювання.

Під впливом емоцій змінюється синтаксична структура тексту. Наприклад, зустрічається інверсія, коли він змінюється порядок слів у реченні. За рахунок висування конкретної лексеми змінюється інтонація висловлювання, оскільки слово нетрадиційної йому позиції інтонаційно виділяється. Характерні граматично незавершені речення, переривання послідовності оповідання, повтори. У разі усного висловлювання можливі помилки узгодження граматичних одиниць, які не коригуються автором.

Таким чином, під сукупністю емотивних лексичних засобів мови маються на увазі такі мовні одиниці, у змістовій структурі яких міститься емоційний компонент у вигляді семи, за рахунок якого мовна одиниця використовується носіями мови для вираження емоційних афектів. Емотивність ж лише на рівні лексики, особливо у умовах заданого контексту, сприяє реалізації впливає функції тексту.

1.3. Особливості композиції та наповнення публіцистичних текстів

Характеризуючи категорію дискурсу, дослідники все наполегливіше говорять про його комунікативну сутність - будь-яка форма комунікації (усна, письмова, соціально-мережева та ін.) «є основою реалізації будь-яких спільних інструментальних дій, неможливих за її відсутності...» [11, с. 52].

Комунікативний аспект дискурсу розкривається через низку категорій, актуальних та при дослідженні публіцистичного дискурсу: 1) статусно-рольові та ситуативно-комунікативні характеристики учасників спілкування; 2) умови спілкування (пресуппозиції, комунікативне середовище); 3) мотиви, цілі та стратегії, розгортання та членування, контроль спілкування та варіативність комунікативних засобів; 4) канал і режим, тональність, стиль та жанр спілкування.

Описуючи провідні риси публіцистичного дискурсу, дослідники насамперед акцентують увагу на позиції автора, в основі якої лежить соціально-оцінне ставлення до «фактів, явищ, подій» [14] та на таких властивостях дискурсу як «динамічний початок, інтерактивність, відкритість для інтерпретаторів, суб'єктів сприйняття, його діалогічність» [21].

Діалогічність публіцистичного дискурсу тісно пов'язана з поняттям гармонізуючого спілкування: згідно з «законом гармонізуючого діалогу» ефективно (гармонізуюче) мовленнєве спілкування можливе лише при діалогічному спілкуванні учасників мовної комунікації [18].

Такі відносини між автором та адресатом масово-інформаційного дискурсу, при якому адресат є співучасником спілкування та активним інтерпретатором мовних дій адресанта (М.Л. Макаров). Важливими умовами успішної (гармонійної) комунікації в рамках публіцистичного дискурсу (на початку періоду - переважно дискурсу письмового, газетно-публіцистичного) стала низка факторів, до яких можна віднести узгодженість параметрів комунікантів, що включають адресну обумовленість (наприклад, збіг або близькість ментальних, концепт когнітивних систем автора та адресата); пріоритетність погляду адресата при інтерпретації події (наприклад, його ідеологічних установок та політичних уподобань, ідеалів, цінностей тощо); орієнтація автора на певну модель світу, що є основою концептосфери свого читача і т.д. [31].

В історії вітчизняної публіцистики є чимало прикладів, що свідчать про вміння авторів публіцистичних текстів створювати актуальні та злободенні тексти та через них встановлювати діалог зі своїм читачем. Однак не всякий діалог призводить до гармонізації спілкування між учасниками публіцистичного дискурсу, а тільки такий, «коли ті, хто вступив до нього, вже не можуть зупинитися на розбіжності, з якої розмова почалася сама суть того, що вважається нами правильним і по праву таким є, вимагає спільності, що виробляється у процесі розуміння людьми один одного. Міжлюдська спільність справді будується у діалозі» [4].

У сучасній публіцистиці, політично забарвленій, яка змінила «рекомендаційний, супроводжуваний аргументацією» [2, с. 87] вектор на вектор спонукальний, виражений у жорсткій негативно-оціночній формі, діалог часто підміняється кількома монологами, що протікають поруч один з одним, не здатними обробити «загальне поле говоримого» [4]. Очевидно, таке перебіг спілкування у межах публіцистичного дискурсу слід визнати дисгармонійним.

Під дисгармонічним публіцистичним дискурсом (дисгармонізуючим, що нерідко призводять до мовного конфлікту) розумітимемо «неправильну, неоднозначну, неповну передачу інформації та неадекватну, небажану або непередбачувану емоційну реакцію на неї» [27, с. 1-2]. У сучасній публіцистичній практиці представлені дисгармонізуючий (конфліктний), так і гармонізуючий типи мовної взаємодії.

Кількість одиниць у тематичному ланцюжку сильно залежить від підстилю та жанру. В інформаційній публіцистиці склад номінацій набагато бідніший, ніж у художньо багатих жанрах репортажу, нарису, інтерв'ю. Проте загальний принцип різноманітності та чергування різних номінаційних типів діє повсюдно. Відмінність публіцистичних тематичних ланцюжків від наукових і ділових відноситься насамперед до набору та розташування складових ланцюжок номінацій. У публіцистичному стилі образні номінації не тільки включені до складу ланцюжка, але нерідко і висунуті на сильну позицію тексту, наприклад, заголовки. В академічному науковому та діловому стилі це неможливо.

Інформаційна публіцистика, особливо малих жанрів, тематично обмежена предметно-понятійною сферою; у публіцистиці з діючою домінантою допустима також Я-тема. Специфіка стилю проявляється в тому, що образ оповідача не характерний для багатьох жанрів (хронікальної нотатки, звіту), а за його наявності в інших характеризується документальністю. Він не створюється у відриві від особистості журналіста, а безпосередньо відображає цю особу, поставлену у певні реальні та соціальні обставини. Суб'єктивне ставлення до предмета мови може виражатися і в текстах, побудованих на формах третьої особи: за допомогою оціночних та емоційно-експресивних засобів ми визначаємо наявність "закадрового оповідача" (Л. М. Майданова), за Я-темою ефективнішою. Вона відкриває можливість привнести до тексту безпосередність сприйняття, виявити особистісний характер оцінок, створити ефект присутності, задати тональність викладу. Недарма телевізійні репортажі з місця подій прийнято подавати шляхом прямого включення, ця ідея здійснюється і в письмовому тексті.

У художньо-публіцистичному тексті, побудованому "від першої особи", авторське Я реалізується в кількох різновидах: оповідач може бути учасником події, дослідником обговорюваної проблеми, що згадує та міркує особистістю, оповідачам. При цьому в будь-якому випадку реалізується "цивільне Я" особистості, що зв'язується з суспільними уявленнями часу.

Я-тема в тексті може бути наскрізною та щільною, розрідженою або точковою. Найбільш чітко вона представлена в жанрах репортажу та нарису, дещо скромніше виглядає у жанрі кореспонденції. Від " авторського Я " може оформлятися і розповідь, і опис, і міркування. Основними засобами даного тематичного поля є граматичні форми першої особи, займенники та особисті форми дієслова. При цьому використовується не тільки єдине, але і множина цих форм -насамперед займенник ми як форма зближення оповідача зі своїм героєм, а іноді і з адресатом тексту (вієм знаємо, як це важко; ми часто забуваємо). До цих засобів приєднується оцінна лексика, засоби вираження модальності (треба, важливо, здавалося б, на жаль) та засоби привернення уваги: проблемні питання, конкретно-предметні характеристики, засоби діалогізації, попутні зауваження, акцептуючі висловлювання

(що особливо цікаво, зверніть увагу, подивимося), - все, що репрезентує і конкретизує позицію автора. Лексико-стилістичне полі Я-теми різноманітне, рахунок чого формується дуже багато тональних рішень цієї теми, і з нею загальної психологічної атмосфери тексту. Тенденція особистісної подачі матеріалу в сучасній публіцистиці розвивається та посилюється.

Композиція публіцистичного тексту значною мірою визначається умовами виробництва та сприйняття текстів. Розрахунок на швидке сприйняття посилює роль заголовка та зачина мовного твору.

Поширені цитатний спосіб (особливо в жанрі інтерв'ю), застосування запитальних пропозицій, спонукальних конструкцій зі зверненням і без нього, імітація репліки розмовного діалогу, використання розмовної лексики та ін. третіх - використання спеціальних засобів виразності (стежок і фігур мови).

Зачин як частина "тіла тексту" за своєю вводить роль схожа на заголовку. Цей мікротекст дозволяє читачеві зрозуміти загальні змістовні контури публіцистичного матеріалу та визначитися, чи потрібні йому подальші подробиці розпочатої теми.

У зачин зазвичай формується основна тональність цілого тексту, нерідко намічається оцінна позиція. Найбільш типовий зачин описового характеру. Варіанти опису численні. Це і стилістично стримане інформаційне повідомлення, і пейзажна замальовка, і конкретизований опис місця подій, і портретний художній опис. Домінує все ж таки принцип документалізму, що диктує використання власних імен, цифрових даних, ділового лексикону.

Характерно, що більшість газет виділяє зачин у відносно автономний субтекст за допомогою зовнішніх прийомів, найважливішим з яких є шрифтовий спосіб.

1.4. Лексико-граматичні особливості емотивних одиниць у публіцистичних текстах

Проблема емоційної лексики вже багато років цікавить лінгвістів та вивчається у різних аспектах, включаючи лінгвістичний та лінгвостилістичний. У межах роботи ми розглянемо публіцистичний стиль, оскільки він займає особливу нішу у системі літературної мови. Вплив у межах публіцистичної комунікації відбувається через

діалог, через вираз авторської позиції. Відповідно, тексти цього стилю мають особистісний (оцінний) характер, тобто є емоційно насиченими.

Як було зазначено вище, ХХІ століття повне стрімких політичних, економічних, соціальних змін. Такі зміни безпосередньо знаходять свій відбиток у мові. Нові реалії, нова ситуація визначають зміни мовного, стильового вигляду мови, а також деяких її змістовних рис. Сказане стосується й мовних засобів, які виражають певні емоції людини.

У кожній мові можна назвати лексикон емоцій. Емоційні системи різних народів і культур схожі між собою, проте вираження негативних емоцій в їхньому лексиконі перевершує позитивність у різноманітності слів, що виражають їх, і граматичних конструкцій.

Негативними емоціями прийнято називати емоції, що народжуються на основі негативного настрою та негативного світосприйняття. Слід зазначити, що нині немає певного списку таких емоцій. Це з відсутністю чітких критеріїв поділу їх у негативні і позитивні. Під час проведення дослідження ми також врахували те що, що у публіцистичних текстах емоції може бути виражені чи прямо, чи опосередковано. Таким чином, аналізу зазнала як вихідно-емотивна, так і контекстуально-емотивна лексика. Вихідно-емотивна лексика представлена лексемами, які у своїй семантиці вже містять вказівку на певну негативну емоцію (*aggression* 'агресія', *hate* 'ненавидіти', *angry* 'сердитий', *disillusioned* 'розчарований'). Непряме вказівку негативні емоції висловлює різна оцінна лексика. Журналіст (або інтерв'юований) висловлює свої емоції за допомогою вживання емоційної та експресивно забарвленої лексики (*a serial promiser* 'серійний обіцяч', *bleak times* 'похмурі часи').

У ХХ ст. учені поважно підійшли до прагматичного аспекту функціонування мови у політичній боротьбі. Якщо дослідження політологів та філологів 40-х рр. присвячені вивченню змін, які відбувалися у лексичній системі мови у моменти соціальних революцій (Р. Будагов, П. Лафарг), то вже у 60-х рр. учені празького лінгвістичного гуртка "Празька школа" заснують новий підхід до мови, який дістав назву "прагматичний переворот".

В цей час актуальними стають дослідження, в яких акцент зміщується з проблеми вивчення механізму мови на проблеми її функціонування в реальних конкретних життєвих ситуаціях із конкретними цілями учасників комунікативного процесу. М. Бахтін зазначав, що, будучи пов'язаною з функціонуванням різних політичних ідеологій, системами поглядів, що містять оцінку дійсності через призму ставлення до неї людини, мова активно використовується для формування ідей і методу мислення. Мова в цей час стала розглядатися як засіб обслуговування певної ідеології: "Мова є частиною життя суспільства, будучи його практичною свідомістю. Ця свідомість є упередженою свідомістю, яку ми можемо назвати ідеологією.

Гіпотези західних психологів (А. Кохен, Ю. Нейссер, Є. Рейнолдс, Дж. Остін, Дж. Серль, П. Строссон, Д. Вундерліх) дали поштовх для розгляду мови як соціолінгвального явища в дослідженнях радянських філологів І. Білодіда, Т. Крючкової, Є. Туманяна та О. Баскакова.

Серед науковців, які досліджували мову преси за радянських часів, – О. Вольф, В. Грідін, Б. Грушин, М. Костіна, О. М'ягкова, М. Стернін, В. Шаховський. Зокрема вплив публіцистичної, наукової мови на масову свідомість досліджували вітчизняні вчені О. Пономарів, В. Різун, К. Серажим, Н. Непійвода, О. Мамаліг, М. Феллер.

Особливості політичного дискурсу аналізуються у роботах П. Серію, О. Клепікова, В. Вовка, Г. Почепцова, О. Баранова. У дослідженнях вчених було проаналізовано розвиток політичного дискурсу в пострадянських країнах, в тому числі й Україні: маніфестації влади до політичного дискурсу. Сучасне політичне життя в Україні призвело до актуалізації значення політичного слова" [3].

За словами К. Серажим, "вербальним проявом політики є політичний дискурс" [4]. Основна мета політичного дискурсу – вплив на громадську думку і формування утвердження, що влада повинна чи не повинна належати певному соціальному інституту. Політичний вплив на громадську думку реалізується чотирма шляхами: авторитетом, аргументацією, маніпуляцією, силою. Жоден з них не може обійтися без наявності у політдискурсі тексту, бо авторитет, аргументація, маніпуляція вимагають присутності в процесі впливу слова, речення, тексту, системи текстів.

На сьогодні визначено найменш досліджені складові політдискурсу: "У політичному дискурсі закономірне зміщення від методів переконання вбік впливу на емоції електорату. "Існують об'єктивні закони функціонування суспільної думки та громадських емоцій, які майже не враховуються в інформаційній роботі" [5], – наголошує на необхідності вивчення механізму роботи емоційності при формуванні суспільної думки шляхом ЗМІ А. Чичановський. Безперечною науковою істиною є твердження про вплив емоцій комунікатора на масові настрої. Наприклад, московський учений В. Грідін доводив, що використання емоційно офарблених слів у пресі сприяє виникненню емоцій у читачів [4]. Саме це при спеціальній подальшій розробці сприяє науковій організації агітаційно-пропагандистської роботи у плані впливу на аудиторію, коли активізація емоційного прошарку лексики тексту пробуджує в масах певні емоції.

Автор ідеї про втілення емоцій у мовленні (емотивності текстів) В. Шаховський зазначає, що логічно було б йти до дослідження емотивності тексту через різнобічне вивчення емоційних характеристик слова: "Якщо виходити з того, що емоції є однією з форм відображення дійсності, а це визнається й радянською філософією (Лебедев, Шингород), й лінгвістикою (Мальцев, Колшанський), то емотивні компоненти словесної семантики <...> можна розглядати як специфічний спосіб вказівки на світ посередництвом спеціалізованої (емотивної) лексики".

Під кутом зору безпосереднього зв'язку із позамовною дійсністю та відбиттям національно-культурної, політичної специфіки найпоказовішим є лексичний рівень. Політичний дискурс є комунікативним явищем, що включає, крім текстів, екстралінгвістичні фактори: знання про світ, систему думок, настанов, аргументів, мету комунікації та ін. Принцип ідеологічної орієнтованості політичного спілкування охоплює процес створення політичних текстів, їх інтерпретацію та соціальний ефект. Цілеспрямоване моделювання семантико-прагматичного змісту мовних одиниць найхарактерніше для лексичного рівня, оскільки, виникаючи у свідомості, ідеологічні концепти об'єктивуються у лексичних одиницях. Дискурсні варіації словаря виявляють ідеологічні відмінності політичних спрямувань та груп суспільства.

Маркерами емоцій у діалогічному мовленні персонажів є, насамперед, фонетико-графічні засоби. Як свідчити проведений аналіз, на графічному рівні в художніх текстах передача фонетичних характеристик емоційного мовлення здійснюється за допомогою різноманітних розділових знаків, а саме: оклику, трьох крапок, знака питання. Пунктуація, відображаючи у письменному тексті динаміку устного мовлення, передає не лише ритмічну структуру висловлювання, а й емоційно-оцінні нюанси інтонації персонажа.

На лексичному рівні емоційні конотації виявляються у художньому діалозі завдяки емоційно-оцінним лексемам. Лексичні засоби емотивності апелюють до почуттів, емоцій та стереотипів адресата, створюють емотивний зміст та емотивну тональність тексту [9, с. 105]. Аналіз діалогічного мовлення художніх текстів показав, що одним з найважливіших лексичних засобів вираження емотивності у них є прикметник. Крім свого категоріального значення – позначати якість предмета чи особи – прикметники передають також ставлення мовця або емоційну оцінку певного суб'єкта, об'єкта чи дії [10].

Для вираження позитивної та негативної емоційної оцінки використовуються також наслівники міри та ступеня, в семантичній структурі яких відбувається перерозподіл компонентів, коли на перший план виходить емоційне значення. Ці наслівники втратили своє предметне значення і не лише виконують функцію означення при прикметнику чи дієслові, але й вживаються для вказівки дуже високого ступеня емоційної насиченості.

Розмовне мовлення як усна форма спілкування володіє, на відміну від письменною, універсальним засобом передачі емоційного стану – інтонацією. Інтонація робить емотивним будь-яке висловлювання. У письмовій формі у відтворенні емоційної інтонації важливу роль відіграє синтаксис. Аналіз емоційного синтаксису з погляду функціонального типу висловлювання показує, що емоційні конотації можуть бути реалізовані в будь-якому комунікативному типі, проте найчастіше – в окличних реченнях. Вважається, що основним завданням цього типу є саме вираження емоцій [13, с. 35]. Окличні речення визначаються як засоби, які використовує мовець для свідомого вираження свого емоційного стану та

безпосередньо пов'язаної з ним суб'єктивної оцінки того, що спричинило зміну стану. Крім того, вони служать для впливу на емоційну сферу адресата. Основу лексико-граматичних засобів емотивності в окличних реченнях, які ми детально розглядали вище, становитимуть вигуки, прикметники, іменники. Окличність у семантичному плані виражає абсолютно високий ступінь, вищий за абсолютний суперлятив. Основним і первісним значенням окличності є емотивне значення, яке і виражається переважно в окличних реченнях. Оціночне значення є іншим необхідним аспектом окличності. Інтенсивність є основним значенням при вираженні суб'єктивності у мовленні, утворюючи єдність емотивності та оціночності [14, с. 5]. Окличні речення можуть бути одним з основних засобів репрезентації емоційного стану персонажів у художньому тексті.

Також варто зазначити, що граматичні засоби теж мають емотивний потенціал і можуть передавати різні емоції того, хто говорить, а також певним способом впливати на емоційний стан співрозмовника. До граматичних засобів вираження категорії емотивності відносяться модальні дієслова, інверсія, імператив, а також емоційне вживання дієслова *do*.

Одним із засобів граматичного рівня є модальні дієслова. Як відомо, модальність виражає різні види відношення висловлювання до дійсності, а також різні види суб'єктивної оцінки повідомлення. Модальність має безпосереднє відношення до емоційного елемента комунікації, оскільки вона відображає емоційне ставлення того, хто говорить до дійсності, а також виражає різні види суб'єктивної оцінки. Оскільки англійська мова має ширшу і різноманітнішу систему засобів модальності, то носіям української часто буває нелегко розрізнити значення дуже близьких по семантиці модальних дієслів [17].

У цій роботі розглядатимуться основні модальні дієслова та висловлювання, а саме:

- *must - have(got) to*

Як правило, за допомогою цих дієслів в англійській мові виявляється обов'язок. Незважаючи на те, що в багатьох випадках ці дієслова можуть замінювати один одного, між ними все ж таки існує деяка відмінність. Так дієслово «*must*»

висловлює бажання і почуття того, хто говорить, він несе в собі особистісний початок, у той час як дієслово «have(got) to» позбавлений емоцій і висловлює зобов'язання, яке обумовлено зовнішніми умовами, існуючими приписами та правилами, а не виходить від говорить.

- mustn't – needn't

Дана пара дієслів висловлює такий самий особистісно-емоційний початок як пара дієслів must - have (got) to, але несе в собі негативний відтінок.

- should/ought to та had better

Крім дієслова "must" для висловлювання поради в англійській мові використовуються такі модальні дієслова, як "should/ought to" та "had better". Незважаючи на те, що ці дієслова є синонімами, емоційний компонент дозволяє виділити певну різницю між ними. Дієслово «had better» містить емоційний елемент і виражає наполегливішу пораду, яка відноситься до певної ситуації, при цьому може містити попередження про небезпеку або ймовірність виникнення труднощів і проблем, якщо адресат не піде пораді того, хто говорить.

- shall, will, would

За допомогою цих дієслів можна надавати різний емоційний вплив на адресата, наприклад, загрозу, наказ, впевненість при нетрадиційному вживанні дієслова «shall» (не з займенниками першої особи). Дієслова will/would можуть містити відтінок критики або невдоволення чимось поведінкою, також вони можуть виражати негативне ставлення до звичок або поведінки інших людей.

- can/could

Крім можливості вчинення дії дієслово «can» також може висловлювати подив, сумнів чи недовіру; дієслово «could» здатне передавати самі значення, але у менш категоричної формі. Зазвичай, у цих значеннях дієслова «can» і «could» вживаються у негативних, рідше запитальних реченнях. Також дієслово «could» часто використовується для вираження подиву та гніву.

Варто зазначити, що модальні дієслова "should", "ought to", "might", "could" при вживанні з перфектним інфінітивом можуть висловлювати співчуття, роздратування, закид, критику, осуд щодо скоєних або не скоєних у минулому дій.

Ще одним засобом граматичного рівня є інверсія. Як відомо, англійська мова відрізняється прямим порядком слів, але в деяких випадках цей порядок може порушуватися. Найчастіше це порушення допускається висловлювання різних оцінок, відносин і станів, і навіть підкреслення емоційного стан суб'єкта.

Найчастіше інверсійний порядок слів відноситься до прислівника способу дії, яке, як правило, має стояти після доповнення чи дієслова. Однак для підкреслення емоційного стану суб'єкта, прислівник способу дії може змінювати свою позицію в словосполученні або реченні, порушуючи традиційні правила порядку слів. У такому разі прислівники знаходяться між підлягаючим і дієслівним присудком, а також на початку речень або словосполучень [22].

З метою вираження емоцій може змінюватися становище прислівників «still» і «already». Так згідно з правилами англійської граматики, прислівник "still" ставиться після дієслова "to be", проте при його вживанні перед цим дієсловом інформація, що передається словосполученням або пропозицією, отримує додатковий емоційний відтінок.

Подібним прикладом передачі емоцій можуть бути прислівники, які виражають частотність дії, такі прислівники, як *always, never, often, seldom*. Якщо вони вживаються не після допоміжних дієслів, як цього вимагають правила граматики, а перед ними, відбувається посилення значення дієслова [25].

Категорія емотивності може бути виражена за допомогою імперативних конструкцій. Такі структури власними силами є високо емоційними, оскільки надають сильний вплив на адресата. Більше того, емоції, що передаються за допомогою імперативу, є більш відчутними порівняно з ствердною пропозицією.

Емфатичне вживання дієслова «do» є граматичним засобом реалізації категорії емотивності. Під емфатичним вживанням дієслова «do» розуміється надмірне використання даного допоміжного дієслова в наказових та ствердних реченнях, а також словосполученнях. Дієслово «do» грає роль граматичного інтенсифікатора, він посилює дію, виражену основним дієсловом. Використання даного допоміжного дієслова має яскраво виражений емоційний потенціал, а також підкреслює дію, про яку йдеться. Підсилювальне «do» спричиняє концентрацію уваги на певній частині

словосполучення або речення, а також привносить елемент посилення (емфази). Словосполучення та речення з емпатичним «do» нерозривно пов'язані з різними емоціями мовця, такими як невдоволення, гнів, втома та інші [28].

Лексичні засоби є одним із основних способів вираження категорії емотивності. Згідно з низкою досліджень лінгвістів, до лексичного складу мови входить два види слів, які тією чи іншою мірою передають людські емоції та емоційні прояви.

В.І. Шаховський, своєю чергою, визначає ці типи слів як емотивну лексику і лексику емоцій. Зазвичай, ці категорії різняться залежно від змісту емотивного елемента у змістовному значенні слів.

Як мовилося раніше, думки вчених щодо широти трактування емотивної лексики розходяться. Деякі вчені відносять до емотивної лексики як чисті емотиви, і назви емоцій, інші вчені виключають з емотивної лексики слова, які називають почуття та емоції. У цій роботі будуть проаналізовані всі види емотивної лексики, здатні бути маркерами емоцій. За основу аналізу буде взято класифікацію В.І. Шаховського, який виділяє емотивну лексику та лексику емоцій.

Емотивна лексика поділяється на слова-афекти і слова-коннотативи. Слова-афекти безпосередньо виражають емоційний стан того, хто говорить. За визначенням В.І. Шаховського, афектив є емотив, значення якого для даного слова є єдиним способом позначення відображеної емоції, без її називання. Головна відмінність афективної лексики у тому, що на відміну інших емотивних слів, вона описує емоції, а безпосередньо вказує на емоційний стан суб'єкта. Афективом є така лексична одиниця, яка емотивна завжди у зв'язку з розташуванням її емотивного компонента в ядрі семантики мовної одиниці, а не в її периферійній зоні. Як правило до афектів відносять вигуки, лайки і лайки. Дані лексеми служать безпосередньої передачі емоцій [20].

Головне місце в групі слів-афектів займають вигуки. Вигуки є єдиною частиною мови, головна функція якої полягає в нерозчленованому вираженні емоційних та емоційно-вольових реакцій на навколишню дійсність. Найбільш характерним становищем вигуків у мові є початок речень, тим самим можна

припустити, що вигуки, будучи мимовільною реакцією того, хто говорить, грають роль своєрідного інструменту емоційного мовлення. В англійській мові можна зустріти такі вигуки, як "ah", "alas", "eh", "hmm", "oh", "uh", "um" та інші. Семантична спустошеність вигуків (вони не називають почуття та емоції, а безпосередньо виражають їх) дозволяє розглядати даний клас слів, як одну з об'єктивних ознак емоційного збудження суб'єкта.

До іншої підгрупи емотивної лексики відносяться слова-коннотативи. Емотивний елемент значення коннотативів супроводжує основне логіко-предметне значення. Ця група слів висловлює емоційне ставлення до предмета номінації загалом чи його ознаками. У порівнянні з афективами, коннотативи характеризуються більшою усвідомленістю емоцій, що виражаються. До коннотативів, як правило, відносять розмовну лексику, позначення кольорів, архаїзми, емоційно-оціночні прикметники, лексичні інтенсифікатори.

Приємом позначення кольору полягає в ідеї, що колір здатний виражати і передавати почуття та емоції. Колір, будучи найважливішим ознакою навколишнього світу, може виконувати дві функції: по-перше, колір дозволяє виражати емоційне чи інформаційне значення, а, по-друге, може як психічне, і емоційне вплив на стан людини [5].

Під архаїзмами розуміються слова, які вийшли з активного вживання, але збереглися в пасивному словнику і здебільшого зрозумілі носіям мови. Використання архаїзмів у мові пов'язане з психологічною та емоційною стороною особистості людини, завдяки архаїзму в умі людини виникає певна низка спогадів, асоціацій та емоцій.

Однією з основних функцій розмовної лексики є емотивна функція. І.В. Арнольд підрозділяє розмовну лексику на фамільярно-розмовну, літературно-розмовну та професійну. Відповідно до класифікації І.В. Арнольд [1], до розмовної лексики можна зарахувати: фразові дієслова, пестливі слова, вульгаризми, скорочення, і навіть професійний жаргон (тобто певні поняття, явища і процеси, пов'язані з тією чи іншою професійною діяльністю). Розмовний шар лексики характеризується певним емоційним забарвленням, іноді вкрай значним.

Під інтенсифікаторами у мові розуміється група прислівників, головною функцією яких є посилення семантики одиниць мови, із якими пов'язані синтаксично. Ця група прислівників показує, що якість або ознака, виражені одиницею мови, має менший або більший ступінь виразності щодо очікуваного стандарту. Прикладами інтенсифікаторів можуть бути такі прислівники, як «terribly», «awesomely», «pretty», «so», «such» та інші. Інтенсифікатори підвищують рівень емоційності висловлювання. З одного боку, вони дозволяють тому, хто говорить адекватно висловити думку про свій емоційний стан, з іншого боку, вони дають можливість показати емоційне ставлення до повідомлення.

Емоційно-оціночні прикметники мають самостійне емоційне значення і виражають емоційність і суб'єктивність оцінки того, хто говорить. До цієї групи прикметників можна віднести такі прикметники, як "wonderful", "admirable", "splendid", "awful", "terrible" та інші. Оцінка, що виражається такими прикметниками, здебільшого має суб'єктивний характер, оскільки в основі такої оцінки лежить індивідуальне сприйняття якості предмета чи явища. Цій групі прикметників властива авторська емоційна характеристика. Більше того, суб'єктивна оцінка, що виражається емоційно-оцінними прикметниками, характеризується певною силою емоційного впливу. Подібні прикметники виражають суб'єктивне посилення якості [19].

У науковій літературі до лексики емоцій відносять лексику, яка висловлює емоції, а називає їх. Лексика емоцій містить у своїй семантиці ідею про емоції, тобто виконує номінативну функцію. Її відмінність від емоційної лексики у тому, що вона включає у собі слова, предметно-логічне значення яких становлять поняття про емоції (слова типу «anger», «love»). Лексика емоцій націлена на об'єктивацію емоцій у мові.

Однак лексика емоцій викликає суперечки серед лінгвістів, оскільки не всі лінгвісти вважають, що вона має відношення до емоційної лексики. Наприклад, такі лінгвісти, як В.І. Шаховський, Л.А. Піотровська, Е.А. Вайгла, що не розглядають лексику емоцій як повноправну складову емоційної лексики. У цьому роботі лексика

емоцій буде розглянуто, оскільки у лексиці, називає емоції, емотивні сенси експліцитні, стабільніші і стійкі є безпосередніми знаками емоцій.

Розділ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧОГО ВИСВІТЛЕННЯ ЕМОТИВНИХ ОДИНИЦЬ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

2.1. Емотивні одиниці у світлі теорії перекладності / неперекладності

Принцип перекладності є основоположним в уявленні перекладача про свою професію. Вивчення проблеми перекладності є одним з основних напрямків розвитку сучасного перекладознавства. Історія цього питання починається, так би мовити, з часів будівництва Вавилонської вежі. Теоретично воно постало в епоху Відродження, коли на зміну писемній або офіційній латині прийшла національна мова. Данте писав про неможливість відтворити музику поезії іншою мовою, а Сервантес порівнював переклад із виворотом килима: «Переклад з однієї мови іншою, – це все одно, що фламандський килим навиворіт; немає тієї гладкості та фарб, якими ми пишаємося назовні» (цит. за [68, с. 289]). Відтоді пошуки відповідних способів вираження ніколи не припинялися, але сумніви щодо можливості досконалого перекладу не зникали.

Згадаймо фаталістичний субституціоналізм Генріха Гейне, відомий вислів про те, що «переклад – як жінка: або красива і нещира, або щира і потворна», а також визначення поезії Р. Фроста: «Поезія – це те, що не можна перекласти» ([цит. з \[68, с. 290\]](#)).

Якщо європейський літературний класицизм займався шляхетними переробленням, що враховував античний канон і смак аристократичних салонів, і не турбувався про перекладність, то романтики кінця 18-го століття звернули першочергову увагу на національну, історичну та особистісну самобутність художніх творів і багато перекладали, загостривши питання перекладності. Їхній погляд на переклад був вкрай песимістичним, адже вони розглядали переклад як змагання з автором, а Шлегель навіть писав про смертельну дуель між особистостями.

З розвитком лінгвістики цей погляд ще більше поглибився. Патріарх компаративістики В. Гумбольдт і прихильник психологічного принципу О. Потебня підтвердили й обґрунтували дану точку зору задовго до появи сучасних теорій мовної близькості культур.

Наприкінці 19 століття концепцію неперекладності підхопили символісти, які переосмислили в рамках агностичної, інтуїтивістської та спіритуалістичної філософії.

Справжній прорив у розвитку теорії перекладу відбувся лише на початку 20-го століття. У цей період погляди на переклад загалом змінилися в позитивному напрямку, що врешті-решт призвело до появи так званої гіпотези «фундаментальної перекладності». Це врешті-решт вилилося у так зване «фундаментальне припущення про перекладність». Саме ідеї Карка спростували всі аргументи скептиків перекладу і зробили значний внесок у побудову цієї наукової теорії. Харківський мовознавець О. Фінкель і теоретик перекладу

А. Карк.

У 20 столітті сучасні методи та прийоми перекладу активно впроваджувалися та відтворювалися в інших мовах. Це пов'язано з тим, що активно впроваджувалися перекладацькі методи та прийоми. Подальший розвиток вищезгаданих наукових гіпотез призвів до того, що не тільки теоретики, а й практики перекладу докорінно змінили своє уявлення про природу перекладу в цілому. Докорінно змінився спосіб мислення про природу всього перекладацького процесу. Не обтяжені теоретичними припущеннями, відчувши свободу, не будучи зв'язаними теоретичними припущеннями теорії перекладацької неповноцінності, перекладачі були готові до нових підходів до вирішення перекладацьких проблем. Вони активно шукали нестандартні та креативні рішення під час роботи над перекладами.

Загальний аналіз проблеми перекладності / неперекладності привертає увагу до наступної з лінгвістичної точки зору, оскільки її межі дуже широкі та неоднозначні. Вона може охоплювати багато різних аспектів, починаючи від лінгвістичних і закінчуючи психологічними та культурними аспектами. Однак у нашому дослідженні лінгвістичні елементи залишаються пріоритетними.

На лінгвістичному рівні ідея неперекладності традиційно асоціюється з поняттям перекладацьких труднощів. Сучасні українські дослідники, аналізуючи проблему перекладацьких труднощів, особливо наголошують на її витоках, що пов'язані з "системною розбіжністю між мовою оригіналу та мовою перекладу" [71, с. 56]. У цьому сенсі поняття «труднощі перекладу» повністю збігається з поняттям «неперекладності». Наприклад, як зазначає Р. Кияк, «ті аспекти тексту, які відображаються в його звуковій структурі, відображають побудову структури тексту. Вона відображає структуру мови оригіналу, і відповідні звукові особливості відрізняються між мовою оригіналу і мовою перекладу, а також між мовою перекладу і мовою» [37, с. 69]. Ця ідея підтверджує існування в художньому дискурсі власне неперекладних одиниць, які становлять певну перешкоду для перекладачів. Водночас, однак, Р. Кияк закликає перекладачів переглянути природу перекладацьких труднощів, стверджуючи, що "експериментальні переклади, які можуть значно збагатити поетичну мову".

[37, с. 69].

О. Ребрій пропонує методологічно важливий триступеневий алгоритм відтворення безеквівалентної лексики, який видається актуальним для нашого дослідження. Суть цього алгоритму полягає в тому, що перекладач: 1) інтерпретує одиницю, зважаючи на те, що домінантною є культура мови перекладу; 2) обирає спосіб перекладу даної одиниці; 3) переносить у текст перекладу її відповідник. [71, с. 110].

Отже, поступовий відхід від ідеї неперекладності спонукає перекладачів до постійного вдосконалення своєї професійної компетенції та пошуку цікавих шляхів подолання складних перекладацьких завдань. Особливо це стосується відтворення емотивних одиниць.

Ми вважаємо емотивність однією з основних властивостей тексту, яка головним чином визначає його спрямованість. Вона співвідноситься з опредметненими в ньому емоціогенними знаннями й актуалізується через емоційно-навантажені текстові компоненти, які містять інтенції автора.

Також емотивність притаманна переважно художнім і публіцистичним текстам, тому протягом досить тривалого періоду вивчення цього явища та його проявів зводилось головним чином до лексичного та синтаксичного рівнів, а проводилося саме на матеріалі художньої літератури чи мови ЗМІ, за винятком окремих випадків [6, с. 282]. Однак серед наукових текстів часто можна виокремити фрагменти з чітко вираженим експресивним забарвленням; зазвичай це спостерігається під час дослідження науково-публіцистичних чи науково-популярних текстів, а також у літературі наукового спрямування, призначеної для дитячої та підліткової аудиторії.

У контексті теорії перекладності/неперекладності важливо враховувати, що емоційні одиниці мають значний вплив на сприйняття тексту читачем. Та перекладачі можуть стикаються з труднощами при передачі емоцій через відмінності в експресії та культурні нюанси, що може призвести до неперекладності, коли стає неможливим повне або точне відтворення емоції.

Отже, для того, щоб перекласти емоційні одиниці найбільш точно і доречно, потрібно добре розуміти мову оригіналу і мову перекладу, а також культурні аспекти обох мов. Важливо також враховувати контекст, в якому вживається емотивний вираз. Деякі емоційні вирази можуть мати специфічний культурний контекст, який важко передати іншими мовами. Наприклад, вирази радості та смутку мають культурні нюанси, які потрібно ретельно враховувати при перекладі.

Також варто зазначити, що емоції можуть виражатися не лише словами, але й невербальними елементами, такими як тон голосу, жести та міміка. Ці невербальні аспекти також створюють додаткові труднощі для перекладачів, оскільки вони мають культурно залежний контекст і можуть відрізнятися в різних мовах.

При перекладі емоційних висловлювань також важливо враховувати особливості носіїв кожної мови. Наприклад, вираз може бути природним в одній культурі, але виглядати дещо незвичним в іншій.

Однією з можливих стратегій вирішення проблеми неперекладності одиниць емоційної експресії є пошук подібних виразів або використання описових

конструкцій, щоб якомога точніше передати той самий емоційний зміст. Однак навіть за таких стратегій існує ризик втрати оригінальної індивідуальності.

Важливим фактором у вирішенні проблеми перекладу емоційних висловлювань є також взаємодія перекладача з автором. Часто звернення до автора за роз'ясненням або уточненням може допомогти краще зрозуміти емоційне забарвлення тексту.

Отже, вивчення емоційної експресії у світлі теорій перекладності/неперекладності підкреслює важливість глибокого розуміння мови, культурних особливостей та індивідуального контексту при перекладі текстів, що містять сильну емоційну експресію. А адекватність перекладу передбачається точним відтворенням рівня емотивності окремих одиниць з метою збереження оригінального прагматичного ефекту та цілісності змісту первинного тексту.

2.2. Чинники перекладності емотивних одиниць

Чинники перекладності — це обставини, які впливають на можливість або неможливість перекладу тексту з однієї мови на іншу. Ці чинники можуть бути різноманітні і включають лінгвістичні, культурні, соціальні та інші аспекти. Нижче наведено деякі з чинники, що зумовлюють динамічні властивості перекладності:

Перший очевидний, так би мовити, поверхневий, - це близькість мов (що також відображає культурну дистанцію). Зрозуміло, що переклад з білоруської на українську, де є 83% спільної лексики, відкриває перед перекладачем зовсім інші можливості, ніж переклад з китайської чи французької. Один і той самий твір різними мовами матиме об'єктивно різний ступінь наближеності до першоджерела.

По-друге, перекладацькі можливості залежать від ступеня дослідження оригінального твору. У п'єсах В. Шекспіра, про які написана величезна кількість наукової літератури і які багато разів перекладалися різними мовами, все ще є чимало речей, які важко зрозуміти перекладачам. Наприклад, перекладачі "Слова о полку Ігоревім" інтерпретували фразу "дань по бълъ отъ двора" як: "данину білкою з двору" і не дивувалися, що данина була замалою, але після коментарів лінгвістів,

ми зрозуміли, що це "дівчина з двору", яку брали половці з Русі, іншими словами, полонену.

По-третє, перекладність залежить від особливостей оригінального твору, особливо художньої літератури, жанру та стилю написання в цілому. Переклад книги, що підсумовує наукові або технологічні відкриття, означає створення нових концептуальних (смыслових) областей і нових термінів у власній мові. Для порівняння, переклад опису автомобільного двигуна може здатися простим переписуванням речення, яке можна зробити на комп'ютері. У поезії слова утворюють ширше асоціативне поле, ніж у прозі, що впливає на ступінь смислової точності та вибір доступних варіантів. Наприклад, одна справа - перекладати звичну поезію, логічні формули і сентенції класиків, і зовсім інша - відтворювати розпливчасту і туманну іноземну мову романтиків і символістів, або ж екстатичну дитячу поезію, віршики і скоромовки в дусі А. Мілна або Л. Керролла. Не кажучи вже про те, що поняття вірності в перекладі щоразу означає щось інше.

По-четверте, з огляду на розширення мовних ресурсів, межі перекладності є рухомими. А це розширення, як відомо, відбувається переважно за рахунок перекладу. Також, що вибір мовних засобів у перекладі часто обмежений конкретним контекстом, твором, прив'язаністю до автора, запам'ятовуваністю та місцевим колоритом середовища перекладача.

По-п'яте, можливості перекладу розширюються зі збільшенням тезаурусу, понятійного апарату фонових знань читача, тобто сприйняття і пізнання. У минулому столітті іншомовні імена та реалії замінювалися в перекладі відповідниками рідної мови, але це було виправдано обмеженими понятійними засобами. Сьогодні фраза "Джон у котеджі грає на банджо" вже не буде інтерпретована як "Іван грає вдома на кобзі" або "Ваня грає в хаті на балалайці".

Якщо цільову культуру в цілому вважати реципієнтом іншомовного тексту і об'єктом перекладу, то, на відміну від другого і третього, які відсилаються до вихідного тексту і тому є об'єктивними, четвертий і п'ятий елементи слід сприймати як суб'єктивні. Але для перекладача всі п'ять цих елементів є об'єктивними реаліями, які необхідно враховувати.

Переклад емотивних одиниць може бути складним завданням через вплив різних чинників, що впливають на сприйняття і вираження емоцій в мовах. Деякі з основних чинників, які впливають на перекладну ефективність емотивних одиниць, включають:

Культурні відмінності: Культурні нюанси можуть суттєво впливати на те, як емоції виражаються в різних мовах. Певні вирази або жести можуть мати різний емоційний зміст в різних культурах, що ускладнює їх переклад.

Лінгвістичні особливості: Деякі мови можуть мати специфічні лексичні або граматичні конструкції для вираження емоцій, які можуть бути важко або неможливо передати точно в іншій мові.

Ідіоми та фразеологія: Емотивні вислови часто використовують ідіоми або фразеологізми, які можуть бути унікальними для конкретної мови. Знайти відповідний еквівалент у іншій мові може бути викликом.

Стиль виразу: Різні мови можуть виявляти відмінності у стилі виразу емоцій. Один і той самий текст може звучати більш або менш емоційно в залежності від вибору слів та граматичних структур.

Контекст використання: Емоційні вислови часто отримують свій сенс через контекст їх використання. Перекладач повинен враховувати не тільки слова, але й ситуацію, в якій вони вживаються.

Тон голосу та несловесні аспекти: Використання тону голосу, жестів і міміки є важливими складовими емоційного виразу. Ці несловесні аспекти можуть бути складні для передачі в перекладі.

Індивідуальні відмінності: Особисті властивості автора тексту або мовця можуть впливати на спосіб вираження емоцій. Перекладач повинен враховувати ці індивідуальні особливості.

Отже, при перекладі емотивних одиниць важливо враховувати ці чинники, намагатися зберегти емоційний заряд оригіналу і враховувати контекст використання мовного матеріалу. У певних випадках це може вимагати творчого підходу перекладача та додаткової комунікації з автором чи мовцем.

2.3. Принципи, методи та етапи дослідження

Для досягнення мети наукової розвідки ми застосовували актуальні принципи сучасної філології, серед яких вважаємо такі: антропоцентричність, міждисциплінарність, та поліпарадигмальність. Розглянемо зазначені принципи детальніше в контексті нашого дослідження.

Принцип антропоцентричності у мовознавстві діє шляхом визначення людини мовною особистістю у переважній кількості аспектів, зокрема у рамках мовної свідомості та мовної картини світу. Тлумачення антропоцентричної лексики відбувається з точки зору орієнтації на людину. Таким чином, дослідження мовних явищ з погляду на «людську особистість» визначає специфіку мови через призму пізнання людиною світу у його багатовимірності та багатокомпонентності

У нашому дослідженні ми розглядаємо сприйняття та інтерпретацію емотивних виразів в контексті культури та соціальних чинників. Антропоцентричний підхід дозволяє нам розуміти, як перекладачі розуміють та передають емотивність, а також як реципієнти сприймають ці перекладені емотивні вирази в різних культурних контекстах.

Принцип міждисциплінарності: Міждисциплінарність – це науково-педагогічна новація, що породжує здатність побачити, розпізнати, сприйняти те, що є недоступним у межах окремо взятої науки з її специфічним, вузькоорієнтованим об'єктом, предметом і методами дослідження.

Дослідження перекладу емотивних одиниць вимагає використання підходів та методів з різних наукових дисциплін (див. Додаток В).

У нашому дослідженні ми поєднуємо знання з перекладознавства, лінгвістики, когнітивної психології, культурології та інших галузей, щоб зрозуміти складність та специфіку перекладу емотивних виразів.

Принцип поліпарадигмальності є результатом дослідження перекладу емотивних одиниць у використанні різних теоретичних підходів та концепції, що відображають різні парадигми. Ми враховуємо теорії перекладознавства, когнітивної

лінгвістики, соціокультурного підходу та інші підходи, щоб отримати комплексне уявлення про переклад емотивних одиниць.

Розглянемо детальніше, якими методами ми оперували, досліджуючи проблематику відтворення графонів в українсько-англійському перекладі.

Індуктивний метод полягає в вивченні конкретних випадків або матеріалів, а потім узагальненні і формулюванні загальних висновків на основі отриманих результатів.

В контексті дослідження перекладу емотивних одиниць з української на англійську мову, індуктивний метод використовувався шляхом аналізу реальних перекладів з емотивно забарвленим змістом. Ми виявили, як емотивні вирази втілюються в перекладах і які стратегії перекладу застосовуються для передачі емоційного забарвлення. А на основі аналізу багатьох випадків зробили узагальнення і встановлені загальні закономірності.

Дедуктивний метод залучено до формулювання гіпотез, які потім перевіряються на основі теоретичних концепцій і загальних принципів.

У даній дипломній роботі дедуктивний метод застосовувався для формулювання гіпотези про те, які мовні засоби та стратегії перекладу є найбільш ефективними для передачі емоційного забарвлення. Ми використовували теоретичні моделі та раніше встановлені принципи перекладу для формулювання припущень, які потім підтверджуються або спростовуються на основі аналізу конкретних перекладів емотивних одиниць.

Оскільки нашу дипломну роботу виконано у річищі перекладознавства, то, також безумовно, провідний перекладознавчий *метод порівняльного аналізу*, складає основу усього нашого дослідження.

Порівняльно-перекладознавчий аналіз застосовувався для порівняння двох мовних систем та виявлення особливостей перекладу між ними. Також допоміг виявити відмінності у вираженні емоційного забарвлення в українській та англійській мовах, а також з'ясувати, які стратегії перекладу застосовуються для їх передачі. Адже даний метод дозволяє порівняти оригінальний текст з його

перекладом, виявити особливості перекладу емотивних одиниць та з'ясувати, наскільки емоційний зміст зберігається або втрачається у процесі перекладу.

Ми досліджували різні перекладацькі стратегії, методи та прийоми, які використовуються перекладачами для передачі емоційного змісту, використовували комунікативний підхід до перекладу емотивних виразів. Це означає, що ми аналізували контекст та комунікативну ситуацію, в якій використовується емотивна одиниця, а також специфіку цільової аудиторії. Це допомогло враховувати культурні особливості, стереотипи та нюанси сприйняття емотивних виразів у перекладі.

Цей метод включав порівняння лексичних засобів, граматичних структур, стилістичних прийомів та контекстуальних факторів у перекладах, що дозволило виявити особливості перекладу емотивних одиниць, оцінити ступінь передачі емоційного забарвлення та виявити можливі труднощі або недоліки перекладу.

Загально-лінгвістичний метод базується на аналізі мовних структур, семантики та синтаксису, що використовуються в оригінальному та перекладному текстах. Цей метод дозволяє вивчати специфіку емотивних одиниць у вихідному тексті та шукати відповідні еквіваленти в цільовій мові, зберігаючи емоційний зміст.

Загально-лінгвістичний метод є важливим інструментом у дослідженні перекладу емотивних одиниць. Використання цього методу дозволяє досягти максимально точного, адекватного та емоційно насиченого перекладу. Він базується на принципах лінгвістики та забезпечує структурну та семантичну відповідність між оригіналом та перекладом.

Етапи дослідження з використанням загально-лінгвістичного методу включали збір емотивних виразів з джерел української мови, аналіз їх семантичних та синтаксичних властивостей, визначення їхніх еквівалентів у англійській мові, а також перевірку адекватності та структурної відповідності перекладу. Під час аналізу емотивних одиниць в обох мовах, звертали увагу на їхню лексичну семантику, конотації, вживання в різних контекстах та стилістичні особливості. Це допомагало знайти найбільш точні та адекватні еквіваленти в перекладі, зберігаючи емоційний зміст оригіналу.

Загально-лінгвістичний метод також передбачав аналіз синтаксичної структури речень та фраз, що містять емотивні вирази. Зосереджувалась увага на порядок слів, граматичні залежності та ролі різних елементів у реченні, що забезпечило правильне відтворення структури в перекладі, зберігаючи смислові зв'язки та емоційну силою оригінального висловлювання.

Метод кількісних підрахунків, який був використаний у моєму дослідженні перекладу емотивних одиниць з української на англійську мову, є ефективним інструментом для об'єктивного аналізу і порівняння кількісних аспектів перекладу емотивних одиниць.

Основна ідея методу полягає в тому, щоб виміряти та порівняти кількість емотивних одиниць у вихідному тексті (українському) та їхніх відповідників у перекладі (англійському). Це дає змогу оцінити ступінь збереження емотивного змісту та інтенсивності в процесі перекладу.

Етапи застосування методу кількісних підрахунків включали наступні кроки:

1. Вибір текстового корпусу: Вибіралося тексти, що містять емотивні одиниці українською мовою, які потім були перекладені на англійську мову.
2. Ідентифікація емотивних одиниць: Здійснювалася ідентифікація емотивних одиниць у вихідному тексті (українському) та їхніх відповідників у перекладі (англійському). Це могли бути слова, вислови або фрази, які викликають емоційну реакцію.
3. Кількісний аналіз: Здійснювалися підрахунки кількості емотивних одиниць у вихідному тексті та їхніх відповідників у перекладі. Застосовувалися статистичні методи для обробки цих даних і отримання об'єктивних результатів.
4. Результати та висновки: Аналізувалися отримані результати, порівнювалася кількість емотивних одиниць у вихідному тексті та їхніх відповідників у перекладі. Зроблено висновки щодо збереження емотивного змісту та інтенсивності в процесі перекладу.

Використання методу кількісних підрахунків дозволяє отримати об'єктивні дані про кількість емотивних одиниць у перекладі та порівняти їх з оригіналом. Це

допомагає зрозуміти, наскільки успішно вдається передати емоційний зміст та враження в процесі перекладу емотивних одиниць з української на англійську мову.

Розглянемо етапи реалізації нашої комплексної моделі.

На *першому* – підготовчому – етапі було обрано об'єкт дослідження та сформульовано його гіпотезу, згідно до якої доцільність перекладу емотивних одиниць, стратегія та спосіб їхнього іншомовного відтворення. Проведено аналіз текстових джерел, що містять емотивні одиниці українською мовою. Це були літературні твори, поезія, публіцистичні тексти, соціальні медіа тощо. Вивчалось особливості вживання та вираження емоцій в цих текстах. Наступним кроком було визначення емотивних одиниць українською мовою в обраних текстах. Це окремі слова, вислови або фрази, що мають емоційне забарвлення та викликають певну реакцію у читача. Також ми класифікували отримані емотивні одиниці за типами або категоріями, що відображають різні аспекти емоційного змісту, наприклад, позитивність/негативність, інтенсивність тощо. Це допомогло систематизувати та категоризувати дані перед майбутнім аналізом та перекладом.

Другий – теоретико-методологічний етап реалізації комплексної моделі перекладу емотивних одиниць з української мови на англійську – передбачає ретельне вивчення теоретичних основ та методології, які визначають підхід до перекладу емотивних виразів. На початку даного етапу провели аналіз теоретичних підходів до перекладу емотивних одиниць, що включає вивчення різних лінгвістичних теорій, перекладознавчих концепцій та наукових праць, пов'язаних з емоційним виразом у мові та його перекладом. На основі зібраних даних, вибраного методологічного підходу та перекладацьких принципів розробили комплексну модель перекладу емотивних одиниць з української мови на англійську. Дана модель враховує усі аспекти емоційного виразу, мовні особливості та перекладацькі стратегії для досягнення оптимального перекладу.

Матеріалом дослідження були обрані публіцистичні тексти, які саме акцентують увагу на емотивних аспектах іміджу України, її культурних, історичних та природних цінностях. Серед них: "Ukraine: The Land of Beauty and Tradition" ("Україна: Земля краси і традицій") – завдяки цьому публіцистичному творі можна

було дослідити емотивні аспекти української культури, природи та національних традицій, що сприяють створенню позитивного іміджу України; "Discovering Ukraine: A Journey of Emotions" ("Відкриваючи Україну: Подорож емоцій") – тут розглядали різні аспекти українського життя, культури, кухні та історії, які викликають позитивні емоції у читачів; "Ukraine: A Tapestry of Emotions" ("Україна: Полотно емоцій") – даний публіцистичний твір нам допоміг зосередитися на розкритті емотивних аспектів українського життя, включаючи національну гордість, гостинність, красу природи та культурні досягнення; "The Spirit of Ukraine: Embracing its Emotions" ("Дух України: Обіймаючи її емоції") – завдяки цьому твору ми досліджували емоційний вимір українського духу, висвітлюючи пристрасть до свободи, сили нації та бажання досягти позитивних змін.

Відбір прикладів здійснювався на основі методу суцільної вибірки. Загальна кількість прикладів становить 600 одиниць. В межах вибірки різні типи емотивних одиниць для створення позитивного іміджу України у світовій спільноті представлені у такий спосіб: ті, що відображають різні аспекти емоційного змісту, наприклад, позитивність/негативність, інтенсивність (285 одиниць), а також ті, що стосуються різних сфер життя: природа, культура, гастрономія, історія та досягнення (315 одиниць).

Важливим кроком на цьому етапі дослідження стало визначення низки факторів, що впливають на перекладність емотивних одиниць, зокрема таких, як культурне маркування, традиція поширення, природність викладу, сюжетне навантаження та індивідуальний стиль / підхід перекладача.

Отже, теоретико-методологічний етап є основою для подальшого дослідження та розробки комплексної моделі перекладу емотивних одиниць. Цей етап допомагає зрозуміти теоретичні аспекти та методологію дослідження, що становлять основу для успішної реалізації досліджуваної теми.

На *третьому* – практичному – етапі було здійснено порівняння відрізків вихідних та цільових текстів, достатніх для адекватної інтерпретації як самих емотивних одиниць у їхньому складі, так і необхідного контекстного оточення, внаслідок чого було визначено, що для коректного відтворення емотивних одиниць

в українсько-англійському перекладі важливо звертати увагу на культурні особливості, зважати на стиль та тон тексту, оскільки вони також можуть мати різне сприйняття в мові реципієнта. Тому перекладачам варто користуватися наступними способами відтворення емотивних одиниць: дотримання стилістичної відповідності, використання відповідних лексичних засобів, збереження структури та ритму, ретельний аналіз контексту для правильного розуміння емоційної навантаженості та вибору доречного способу перекладу, а також використання різних стилістичних прийомів.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ТА СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ ЕМОТИВНИХ ОДИНИЦЬ НА ПОЗНАЧЕННЯ РІЗНИХ МОВЛЕННЄВИХ АНОМАЛІЙ

3.1. Відтворення лексико-граматичних особливостей емотивних одиниць у публіцистичних текстах

У публіцистичних текстах відтворення лексико-граматичних особливостей емоційних одиниць відіграє важливу роль у передачі емоційного заряду та комунікативного ефекту. З цією метою в публіцистичних текстах активно використовуються емоційні вирази для привернення уваги та формування певних вражень.

Для аналізу лексико-граматичних особливостей використання емотивних одиниць при перекладі публіцистичних текстів для створення позитивного іміджу України були взяті текстові матеріали, які містять емотивні висловлення про різні аспекти життя України.

В першу чергу були визначені найбільш уживані емотивні одиниці в оригінальних текстах, що мали на меті передати емоційний заряд. Далі проводилась аналітична робота з перекладом цих висловлень на інші мови з метою з'ясування, як вдало вдається передати емоційний заряд в перекладі.

Під час дослідження було виявлено, що автори найчастіше використовують саме лексичні одиниці й такі мовні засоби, як епітети, порівняння, метафори, інтенсифікатори та інші. Вони допомагають передати більш точно емоційний стан автора та зробити текст більш виразним.

Отож, детальніше розберемо кожен із них та проаналізуємо на прикладах.

Емоційно-оціночні епітети (прикметники) мають самостійне емоційне значення і виражають емоційність і суб'єктивність оцінки того, хто говорить. До цієї групи прикметників можна віднести такі прикметники, як "wonderful", "admirable", "splendid", "awful", "terrible" та інші. Оцінка, що виражається такими прикметниками, здебільшого має суб'єктивний характер, оскільки в основі такої оцінки лежить індивідуальне сприйняття якості предмета чи явища. Цій групі прикметників властива авторська емоційна характеристика. Більше того, суб'єктивна оцінка, що виражається емоційно-оцінними прикметниками, характеризується

певною силою емоційного впливу. Подібні прикметники виражають суб'єктивне посилення якості [19].

*“The **resilient spirit** of the Ukrainian people shines through adversity”.* [52]

«Стійкий дух українського народу проявляється в умовах труднощів». [56]

У даному прикладі український переклад вдало передає емоційну зарядку оригіналу. Використання фрази «стійкий дух» виражає емоційне ставлення до нації в умовах випробувань.

*“As I navigated the **semi-dark streets**, the faces of strangers emerged, each engaged in acts of mutual support”.* [52]

*«Поки я рухався **напівтемними вулицями**, з'являлися обличчя незнайомих, на кожному з яких можна було побачити підтримку».* [56]

Епітет «напівтемні вулиці» передає атмосферу відключень світла, підкреслюючи несповні світла вулиці, та навіть можливо, асоціюючись з неспокоєм або таємничістю.

“The rumble of a generator coming to life, the beam of a flashlight cutting through the gloom, the glint of a reflective vest slipped over a child’s shoulders — each action was a testament to resilience”. [52]

«Гул оживаючого генератора, промінь ліхтарика, що прорізав темряву, блиск світловідбиваючого жилета, що сповз на плечі дитини, — кожна дія була свідченням стійкості». [56]

В оригіналі використані зображення звуку, світла і блиску для передачі враження відновлення життєвих процесів та взаємодії в темряві. Український переклад вдало відображає ці образи, зберігаючи емоційну насиченість і акцентуючи на стійкості.

*“Even shrouded in **near-total darkness**, the **indomitable spirit** of the Ukrainians was unmistakable”.* [52]

*«Навіть у майже **цілковитій темряві** міста **незламний дух** українців був безсумнівним».* [56]

У цьому реченні використано емотивну одиницю «незламний дух», яка передає силу та впертість українців. Переклад вдалим чином передає цю ідею,

зберігаючи позитивний забарвлення. А також «цілковита темрява», що дослівно переважатиме атмосферу та також метафоричне значення цілковитої безнадії та порожнечі, попри яке просвітлюється саме незламний дух.

“It was in these **moments**, amidst the shadows, that I observed the **inherent qualities** that would **undoubtedly see them through any ordeal**”. [52]

«Саме в ці **моменти** я помітив ті **притаманні українцям якості**, які, **безсумнівно, провели б їх через будь-яке випробування**». [56]

Застосування емотивних одиниць «моменти», «ті притаманні українцям якості» та «безсумнівно, провести через будь-яке випробування» створює враження спостереження та підкреслює силу українського характеру.

Інтенсифікатори. Під інтенсифікаторами у мові розуміється група прислівників, головною функцією яких є посилення семантики одиниць мови, із якими пов'язані синтаксично. Ця група прислівників показує, що якість або ознака, виражені одиницею мови, має менший або більший ступінь виразності щодо очікуваного стандарту. Прикладами інтенсифікаторів можуть бути такі прислівники, як «terribly», «awesomely», «pretty», «so», «such» та інші. Інтенсифікатори підвищують рівень емоційності висловлювання. З одного боку, вони дозволяють тому, хто говорить адекватно висловити думку про свій емоційний стан, з іншого боку, вони дають можливість показати емоційне ставлення до повідомлення.

“*Such warmth, such light emanating from within, it was enough to kindle hope in the heaviest of hearts*”. [52]

«**Такого** тепла та світла всередині, було достатньо, щоб запалити надію в серцях». [56]

Використаний інтенсифікатор «такого» передає внутрішню доброту та оптимізм й посилює рівень емоційності. Переклад вдало зберігає цю образність, підкреслюючи здатність розпалити надію.

*"The heart-wrenching stories of the survivors brought tears to my eyes, and their resilience in the face of adversity inspired me **deeply**."* [52]

«Спогади виживших, які викликають біль у серці, заставляють замислитися, а їх стійкість у труднощах надихає **глибоко**.» [56].

Застосований прислівник «глибоко» підкреслює рівень натхненності.

Емоційні стани також можуть виражатися **емоційно-оцінними вигуками** (ah, alas, eh, hmm, oh, uh, um, ha, yeah, oho) що представляють спектр емоцій, які можна ідентифікувати через контекст або через емоційно-забарвлену лексику [71, с. 2]. Емоційні аспекти життя людей тісно пов'язані з вигуками, оскільки вигуки відображають дійсність у цілісному уявленні та пов'язують емоційне з раціональним. Дослідження показало, що вигуки характеризуються найнижчим рівнем трансформованості при перекладі.

У наведених нижче прикладах використання авторами вигуків вказує на те, що вони переживають позитивний або, навпаки, тривожний емоційний стан. Для перекладу цих реплік були використані різні інтонаційні моделі. У перекладах використовувалися нейтральні еквіваленти, близькі до тексту оригіналу:

"Oh, the resilience of the Ukrainian people is truly inspiring!" [53].

«О, стійкість українського народу справді надихає!» [54].

Можна помітити, що автор та перекладач використали експресивну частинку «О», щоб передати захоплення стійкістю українського народу попри складний час.

Нейтральна мова. Також перекладачі часто використовують більш нейтральну мову та уникають застосування риторичних фігур. Це може призвести до того, що переклад не вдається передати весь емоційний заряд, який міститься в оригінальному тексті [8, 218]. Також можуть виникати проблеми з вибором відповідного еквіваленту емотивної одиниці у мові-адресата, що також може впливати на емоційність та ефективність перекладу.

"The heart-wrenching stories of the survivors brought tears to my eyes, and their resilience in the face of adversity inspired me deeply." [52]

«Спогади виживших, які викликають біль у серці, заставляють замислитися, а їх стійкість у труднощах надихає глибоко.» [56]

У цьому прикладі перекладач уникав використання риторичних фігур та обрав більш об'єктивний та нейтральний тон. Що призвело до втрати емоційного висловлення, яке міститься в оригіналі. Тож, вибір еквіваленту емотивної одиниці

може впливати на те, наскільки ефективно передається емоційний заряд тексту у мові-адресата.

*“The **profound sadness** enveloped the city as the news of the tragic event spread.”*

[52]

*«Місто охопив **глибокий сум**, коли новина про трагічну подію розповсюджувалася.»*

У нейтральному перекладі відсутній емоційний заряд, який міститься в оригінальному тексті. Використання більш нейтральної мови (глибокий сум) та відсутність риторичних фігур може призвести до втрати враження глибокої та емоційної туги.

*“In the **golden hues** of the sunset, their laughter echoed, creating a moment of **pure joy**.”* [52]

*«На **фоні золотистих відтінків** заходу сонця, їх сміх віддзвенів, створюючи миттєвість **чистої радості**.»* [56]

Нейтральний переклад використовує технічну лексику (фон, відтінки), щоб описати сцену, і уникає риторичних фігур. Це може зменшити враження від моменту «чистої радості».

*“Her eyes sparkled with **excitement** as she shared the news of her achievement.”*

[52]

*«Її очі світілись від **захоплення**, коли вона ділилась новиною про своє досягнення.»*

У нейтральному перекладі використана менш емоційна лексика (захоплення), що може не передати повністю емоційного заряду, який міститься в оригіналі.

Також можна проаналізувати, які прикметники та дієслова використовуються саме для описування краси природи, культурної спадщини, історії та традицій України. Також важливо дослідити, які асоціації викликають ці слова та які емоції вони передають.

Наприклад, прикметники «красивий», «чарівний», «неповторний» та «унікальний» можуть бути використані для опису природи, а дієслова «захоплюватися», «пізнавати» та «відкривати» – для опису культурної спадщини,

історії та реалій. Такі слова та конструкції передають позитивні емоції та асоціації та сприяють створенню позитивного іміджу України.

*“So, another superpower of Ukrainians, I believe, is their **incredible ability to learn quickly and find unconventional solutions to tackle challenges.**” [52]*

*«Тож ще однією суперсилою українців, я вважаю, є їхня **неймовірна здатність швидко вчитися та знаходити нетрадиційні рішення для подолання викликів.**» [56]*

Саме у цьому використанні слова «суперсила» є вдалим епітетом, оскільки воно підкреслює винятковість та потужність даної якості українців. Лексичний вибір «неймовірна здатність» передає враження неабиякої ефективності та вражаючої здатності. Стосовно риторичних фігур, використання «тож» вказує на перехід до нового аспекту або висновку, підсилюючи важливість наступного твердження. Додавання фрази «я вважаю» робить висловлення більш особистим та заснованим на думці автора. Дане речення подає позитивний контекст та виражає впевненість автора в унікальних якостях українців, а вибір українських еквівалентів є адекватним і точно відображає сенс оригіналу, зберігаючи його емоційний заряд.

Також при використанні емотивної лексики важливо дотримуватись культурних та мовних особливостей української мови, враховувати контекст та цільову аудиторію, а також забезпечувати баланс між емотивністю та професіоналізмом. Емотивна лексика може бути потужним засобом для створення позитивного іміджу України, за допомогою якої можна передати радість, захоплення, позитивні емоції та настрої, і залучити увагу цільової аудиторії до позитивних аспектів країни.

Контекстуальна адаптація є важливим аспектом під час перекладу публіцистичних текстів, зокрема щодо використання емотивної лексики. Культурні відмінності можуть впливати на сприйняття емотивних слів та виразів, тому важливо враховувати особливості цільової аудиторії при використанні емотивної лексики в тексті.

Наприклад, деякі слова або вирази, що мають позитивне емоційне забарвлення в одній культурі, можуть нести негативний відтінок в іншій культурі. Також, певні

емотивні вирази або відтінки можуть бути більш властиві одній культурі, але менш розповсюдженими в інших. Тому перекладач повинен бути уважним до таких відмінностей та враховувати їх під час адаптації емотивної лексики.

У англомовних статтях БІ-БІ-СІ про Україну, мистецтво зображується як важлива складова культури країни. Автори використовують англомовні фрази та лексику для створення образу – українського мистецтва, зокрема *Ukrainian folklore* «український фольклор», *Ukrainian ethnic style* «український етнічний стиль», *national heritage* «національна спадщина» тощо [Смокова 2017]. Такі слова допомагають підкреслити унікальність та особливості мистецтва України, що діє як складова частина її культури та ідентичності та допомагають просунути українське мистецтво на світовій арені та зробити його відомим серед міжнародної громадськості.

Образ Києва в англомовних та україномовних текстах БІ-БІ-СІ формується за допомогою різних слів і фраз, які характеризують місто.

*“Kyiv, the capital of Ukraine, is a **cosmopolitan** metropolis that seamlessly blends the **charm** of its **historical landmarks** with a **modern and dynamic** vibe. The city is known for its **thriving** arts and culture scene, with numerous galleries and **creative** spaces showcasing local talents. Wander through its **lively** streets, and you'll encounter a **diverse** mix of people from all walks of life, contributing to the city's cosmopolitan atmosphere. Indulge in the culinary delights of Kyiv's **vibrant** restaurant scene, offering a fusion of international cuisines alongside traditional Ukrainian dishes. Despite its **bustling** nature, Kyiv also boasts an abundance of **green spaces**, providing tranquil retreats in the midst of the city's hustle and bustle.” [46].*

*«Київ, столиця України, є космополітичним мегаполісом, який **органічно** поєднує **чарівність** своїх історичних пам'яток із **сучасною та динамічною** атмосферою. Місто відоме своєю **процвітаючою** мистецькою та культурною сценою, з численними галереями та **креативними** просторами, що демонструють місцеві таланти. Пройдіться його **жвавими** вулицями, і ви зустрінете **різноманітне** поєднання людей з усіх верств суспільства, що сприяє **космополітичній** атмосфері міста. Скуштуйте кулінарні шедеври київських*

ресторанів, що пропонують поєднання міжнародної кухні з традиційними українськими стравами. Незважаючи на свою метушливу природу, Київ також може похвалитися великою кількістю зелених насаджень, що забезпечують спокійний відпочинок посеред міської метушні.»

Такі слова та вирази використовуються для передачі характеристик і вражень про Київ: Historical («історичний»); Vibrant («енергійний»); Architectural gems («архітектурні коштовності»); Cultural hub («культурний центр»); Picturesque («мальовничий»); Cosmopolitan («космополітний»); Modern («сучасний»); Diverse («різноманітний»); Dynamic («динамічний»); Creative («креативний»); Thriving («процвітаючий»); Lively («жвавий»); Historical landmarks («історичні пам'ятки»); Charming («чаруючий»); Culinary delights («кулінарні насолоди»); Green spaces («зелені простори»); Bustling («шумний»). Вони можуть створювати позитивне враження про місто, його культуру, архітектуру, історію та енергію.

Центральні регіони України (включають Київську, Вінницьку, Житомирську, Чернігівську, Полтавську, Черкаську, Кіровоградську, Хмельницьку області, більшу частину Сумської та Рівненської областей, а також північні райони Одеської області) – важлива тема для вітчизняних та іноземних ЗМІ, серед яких виділяється англomовний BBC. У матеріалах БІ-БІ-СІ наявна стереотипна уява про Центральну Україну, яка дещо відрізняється від реального стану речей [44]. Англomовні фрази та конструкції, які часто вживаються у статтях англійською мовою про Центральну Україну – це «green spaces» (зелені простори), «fields of wheat» (пшеничні поля), «steppes» (степова місцевість), «historic landmarks» (історичні пам'ятки), «picturesque views» (мальовничі краєвиди) тощо [44]. Наприклад, у статті «Why Ukraine is important to the UK» на сайті BBC News (Підсуха 2019) авторка використовує такі слова та фрази: «the vast expanses of Ukraine's central agricultural lands», «picturesque countryside», «rich soil and fertile land», «cultural heartland», «Ukraine's industrial centre», «major energy transit hub» [45].

Англomовні фрази та конструкції, які часто вживаються у статтях про північні регіони України – це «cultural landmarks» (культурні пам'ятки), «natural beauty»

(природна краса), «picturesque towns» (мальовничі міста), «industrial powerhouse» (промисловий лідер), «energy hub» (енергетичний центр) та інші [23].

Наприклад, у статті «Why Ukraine is important to the UK» на сайті BBC News авторка зазначає, що північні регіони України є важливими для британської економіки через “*its oil and gas pipelines, as well as being a **major transit country** for energy resources from Russia to Europe*” – «*нафто- і газопроводи, а також є **основною країною-транзитером** енергоресурсів з Росії до Європи*». Також у статті згадується про природні краси регіону та культурні пам’ятки. [44].

Статті БІ-БІ-СІ звертають увагу на Західні регіони України (охоплює Львівську, Тернопільську, Івано-Франківську, Волинську, Рівненську, Хмельницьку, Чернівецьку та Закарпатську області) як на культурно і історично багаті райони, що мають великий потенціал для розвитку туризму. У таких статтях використовуються фрази та конструкції, що описують красу та мальовничість Західної України, наприклад: «*picturesque Carpathian Mountains*», «*breathtaking views of Lviv*», «*charming and quaint towns*», «*lush green forests*», «*rolling hills and valleys*» [44]. При цьому, у статтях часто використовується така лексика, як «traditional», «authentic», «local», що підкреслює оригінальність та неповторність західноукраїнської культури [44].

Наприклад, у статті «Why Lviv should be your next city break» [45] авторка описує мальовничу красу міста та його культурні пам’ятки, зазначаючи, що «*looks like it was made for Instagram*», «*colorful buildings, charming narrow streets, and ornate architecture*», «*the city is often called the Paris of the East*»

[45] У статті також згадується гастрономічна культура міста, де “*you’ll find traditional Ukrainian food like borscht, varenyky (dumplings), and holubtsi (stuffed cabbage rolls), as well as Lviv’s famous coffee and sweets like syrnyky (cheese pancakes) and strudel*” - «*ви знайдете традиційні українські страви, такі як борщ, вареники та голубці, а також знамениту львівську каву та солодоці, такі як сирники та штрудель*» [45].

3.2. Синтаксичні особливості емотивних одиниць у публіцистичних текстах

У даному підрозділі ми вважаємо за потрібне виокремити дослідження синтаксичних особливостей емотивних одиниць та їх перекладу, адже саме мові синтаксису відводиться чи не найважливіше значення, бо з його допомогою відбувається комунікація між людьми, а також у публіцистичних текстах використовується для досягнення емоційного враження та виразності.

Серед синтаксичних форм, які вживаються для підсилення емотивних одиниць у текстах, ми розглянемо окличні речення, риторичні запитання та експресивні конструкції, а також інверсії, анакрузи, гнучкість та зміну темпу, сполученість та паралелізм тощо.

Експресивно-репрезентативний потенціал **окличних речень** у публіцистичних творах накладається на основний зміст речення. Вони активізують увагу адресата та сприяють реалізації одного з головних прагматичних завдань – посиленню емоційного впливу на читача:

"What a breathtaking landscape Ukraine boasts!" [53].

«Яким захоплюючим краєвидом може похвалитися Україна!» [54].

Окличні речення можуть мати додаткові засоби вираження емоційності – вставні та експресивні частинки:

"Oh, the resilience of the Ukrainian people is truly inspiring!" [53].

«О, стійкість українського народу справді надихає!» [54].

Можна помітити, що автор використав експресивну частинку «О».

В окличних реченнях простежується вияв різних емоцій, зокрема: сум, здивування, іронія, обурення, надія тощо:

"How Ukraine navigates challenges is a testament to its strength!" [53].

«Те, як Україна долає виклики, є свідченням її сили!» [54].

У даному реченні автор проявляє захоплення.

Отже, окличні речення розкривають функціонально-стилістичну інформацію, сигналізують про емоційний стан мовця, що може виражати його душевне хвилювання – радість, сум, здивування, незадоволення, іронію тощо. Вони є

маркерами імплікації, посилюючи смислове наповнення дискурсу. При цьому суть графічно виділених лексичних одиниць буде усвідомлюватися лише в контексті.

Наступним способом імплементації емотивності є **риторичні запитання**. Риторичні питання часто залишаються без прямої відповіді, і їхня мета полягає у викликанні роздумів та активізації уваги читача. У публіцистичних текстах, присвячених Україні, ці питання можуть стосуватися історії, культури, чи сучасного становища країни. Також найчастіше риторичні запитання можна помітити у заголовках статей, наприклад:

“Why Wait?” [53].

«Навіщо чекати?» [54].

Використане риторичне запитання змушує читача задуматися над даним питанням та підсвідомо шукати відповіді на нього безпосередньо без попереднього читання статті.

Візьмемо до уваги ще декілька приклад:

"Where is money? Analysis of financing of measures to counteract SGBV in Ukraine at the expense of CBPF" [53].

«Де гроші? Аналіз фінансування заходів з протидії ГЗН в Україні за рахунок коштів CBPF» [54].

Запитання у заголовку викликає інтерес та визиває до роздумів.

*"What makes Ukraine a **truly unique** nation with a rich cultural heritage?"* [53].

*«Що робить Україну **справді унікальною** нацією з багатою культурною спадщиною?»* [53].

Запитання створює простір для обговорення та надає тексту напрямок. Використання "truly unique" підкреслює особливості та унікальність.

*“What is needed for **everything** to succeed in Ukraine in the future?”* [52].

*«Що потрібно для того, щоб в Україні в майбутньому **все** вдалося?»* [56].

Застосування "everything" вимагає висновків про широкий спектр аспектів успіху. А саме запитання передбачає рефлексію та роздуми читача.

“Rhetorical question number one: if the book is slowly and surely losing popularity and influence, why the hell is Russia holding on to it so tightly?” [35].

«Питання риторичне номер один: якщо книжка — так кажуть! — повільно та впевнено втрачає популярність і вплив, на біса ж тоді Росія так дбайливо тримається за неї?» [48].

Отже можна помітити, що риторичні питання є частотним явищем у написанні публіцистичних текстів.

Структурні Елементи для Експресії. Переклад експресивних елементів, таких як паралельнізми, антитези, та хіазми, може вимагати збереження їхньої виразності та логічної структури в межах іншої мови.

"Ukraine's history is a tapestry of struggle, resilience, and triumph." [55]. – «Історія України – це полотно боротьби, стійкості та торжества.»

У даному прикладі для передачі емоційного стану автор використав **паралельнізм**, проводячи цю «лінію» між історією України та полотном боротьби, стійкості та торжества.

Антитеза:

"In the heart of conflict, Ukrainians find strength; in despair, they discover hope." [55]. – «В самому серці конфлікту українці знаходять силу; у відчаї вони відкривають надію.»

У цьому реченні «в самому серці конфлікту» та «в у відчаї» є суперечливими ідеями. Ця антитетична конструкція створює контраст і виразно підкреслює здатність українців знаходити силу та надію в найважчих ситуаціях.

"Amidst the chaos of war, Ukrainians demonstrate a remarkable unity; in times of destruction, they build stronger bonds." – «Серед хаосу війни українці демонструють вражаючу єдність; у часи руйнування вони будують міцніші зв'язки.» [49].

У цьому реченні використано антитезу, створюючи контраст між хаотичністю війни та вражаючою єдністю українців. Зазначається, що в часи руйнування вони будують міцніші зв'язки. Це вказує на надзвичайну силу спільності в українському суспільстві, навіть під час важких обставин.

"Just like the people, Ukrainian design represents a harmonious mixture of tradition and modernity, a perfect combination of past and future." – «Як і народ, український

дизайн - це гармонійне поєднання **традицій і сучасності**, ідеальне поєднання **минулого і майбутнього**"..» [50].

Це речення використовує антитезу для висвітлення конфлікту між традиціями та сучасністю. Зазначається, що Україна приймає обидві сторони цього конфлікту. У перетині минулого та майбутнього розцвітає унікальна ідентичність.

*"Instead of **competing** against each other, we have begun to **support** one another, working together to develop Ukrainian design and to gain wider recognition on an international scale."* – «Замість того, щоб **конкурувати** один з одним, ми почали **підтримувати** один одного, працюючи разом над розвитком українського дизайну та здобуттям ширшого визнання на міжнародному рівні.» [50].

У даному реченні автор теж використав зіставлення двох протилежних понять «конкурування» та «підтримка», щоб показати, що незважаючи на складні часи українці об'єднуються та підтримують одні одних на шляху до розвитку та міжнародного визнання.

Хіазм - це фігура, яка використовує обернену синтаксичну структуру в двох послідовних фразах чи реченнях. Розглянемо цю фігуру на прикладі:

"With every challenge faced, Ukraine faces every challenge." [55]. – «З кожним викликом, який стає перед Україною, Україна стає перед кожним викликом.»

У цьому виразі «з кожним викликом» та «Україна стає перед кожним викликом» є оберненими одне відносно одного. Цей прийом хіазму надає висловленню виразності та визначеності, підкреслюючи готовність України стикатися з будь-якими труднощами.

"In economic reforms, Ukraine reforms its economy; the economy, reformed, drives further economic growth." – «У економічних реформах Україна реформує свою економіку; економіка, реформована, сприяє подальшому економічному зростанню.» [55].

Це речення використовує хіазм, де елементи в обраному порядку повторюються в оберненому порядку. У контексті економічних реформ Україна спочатку реформує свою економіку, а потім, після реформ, економіка сприяє

подальшому економічному зростанню. Це структурно і стилістично підкреслює взаємозв'язок між процесом реформ та його впливом на економічний розвиток.

Ці структурні елементи використовуються для виразного підкреслення думок та ідей у публіцистичних текстах про Україну. Важливість при перекладі полягає в тому, щоб зберегти їхню виразність та логічну послідовність, адаптуючи їх до особливостей мови-адресата.

3.3. Заходи щодо впровадження стилістичної моделі використання емотивних одиниць при перекладі публіцистичних текстів для створення позитивного іміджу Україні для світової спільноти

Публіцистичні тексти, завдяки своєму призначенню, часто несуть не лише інформацію, але й великий емоційний заряд. Однак, варто визначити, як саме ці емоційні відтінки формуються в текстах, які створюють сильні емоційні зв'язки з аудиторією.

Цей підрозділ присвячений вивченню стилістичних особливостей емотивних одиниць у публіцистичних текстах. Зрозуміти, яким чином автори досягають емоційного впливу на читачів, розкриє та розширить наше уявлення про взаємодію мови та емоційної сфери в текстах цього жанру.

Вивчення цільової аудиторії також допоможе зрозуміти, які емотивні одиниці можуть бути сприйняті позитивно в контексті публікацій для світової спільноти. Наприклад, враховуючи культурні різниці, можуть використовуватися емотивні одиниці, які відповідають цінностям та інтересам міжнародної аудиторії (див. Додаток В).

Наприклад, якщо цільова аудиторія складається з молодих людей, то можуть бути ефективними емотивні одиниці, що відображають сучасні тенденції, молодіжну культуру та динамічний розвиток України.

Аналіз емоційної реакції цільової аудиторії також дозволяє визначити, які емотивні одиниці можуть бути найбільш ефективними в створенні позитивного іміджу України. Наприклад, використання емотивних одиниць, які викликають

почуття гордості, патріотизму, сприймаються як доречні та відповідні цінностям та настроєнням цільової аудиторії, може бути ефективним в контексті створення позитивного іміджу України.

Врахування цільової аудиторії в розробці макету стилістичної моделі є важливим кроком, оскільки це допомагає забезпечити відповідність стилістики та використання емотивних одиниць потребам та очікуванням цільової аудиторії. Врахування інтересів, потреб, цінностей та емоційної реакції цільової аудиторії може допомогти визначити, які емотивні одиниці можуть бути найбільш ефективними при перекладі публіцистичних текстів з метою створення позитивного іміджу України для світової спільноти.

Наприклад, якщо цільова аудиторія складається з міжнародних бізнес-партнерів, можуть бути використані емотивні одиниці, які відображають економічний розвиток України, бізнес-можливості та перспективи інвестицій. Для туристичної аудиторії можуть бути ефективними емотивні одиниці, що підкреслюють красу природи, культурну спадщину, гастрономію та гостинність України.

При вивченні цільової аудиторії також варто враховувати контекст та мету публікацій. Наприклад, якщо метою публікації є підвищення свідомості про соціальну відповідальність України, можуть бути використані емотивні одиниці, що відображають допомогу потребуючим, відновлення після катастрофи або захист прав людини.

Основна мета визначення цільової аудиторії в розробці макету стилістичної моделі – це забезпечити взаєморозуміння та ефективну комунікацію з аудиторією, створюючи позитивний імідж України за допомогою використання відповідних емотивних одиниць, що відповідають її інтересам, цінностям та очікуванням.

Також аналіз публіцистичних текстів про Україну та її культуру може бути важливим кроком у розробці макету стилістичної моделі. Вивчення наявних текстів дозволяє виявити вживання емотивних одиниць, тобто слів, виразів або фраз, які мають відтінок емоційного забарвлення, і вже використовуються в таких текстах [9, 150]. Аналіз ефективності цих емотивних одиниць може допомогти визначити, які з

них можуть бути використані в макеті стилістичної моделі для досягнення бажаного емоційного впливу на цільову аудиторію.

Також, аналіз стилістичних прийомів, що застосовуються в публіцистичних текстах, може бути корисним при розробці макету стилістичної моделі. Різні стилістичні прийоми, такі як метафори, аналогії, епітети, риторичні питання та інші, можуть використовуватися для створення емоційного забарвлення тексту та передачі відповідних емоцій цільовій аудиторії.

Дослідження різних публіцистичних текстів може допомогти виявити загальні тенденції в використанні стилістичних прийомів та емотивних одиниць в текстах про Україну та її культуру. Це може служити основою для розробки власної стилістичної моделі, яка відповідає конкретним цілям і завданням публікацій з метою створення позитивного іміджу України.

Щодо вибору емотивних одиниць є такі рекомендації для створення позитивного іміджу України. Ось кілька ідей:

Слова та фрази, що відображають позитивні аспекти культури, природи, історії та досягнень України, наприклад: *"багатий культурний спадок", "прекрасні краєвиди", "видатні діячі", "унікальна природа", "духовна спадщина", "творчі досягнення"*.

Заголовки та підзаголовки, які стимулюють позитивні емоції, наприклад: *"Чарівна Україна: відкрийте світ української культури", "Заворожуюча краса української природи: відкрийте її таємниці", "Українська гастрономія: відчуйте смак національних страв"*.

Цитати від відомих українських особистостей, які мають позитивний відтінок та висловлюють важливі ідеї, наприклад: *"Там, де народ високий, все можливо"* (Тарас Шевченко), *"Україна має все, що потрібно, щоб бути успішною країною"* (Іван Мазепа).

Використання емоційно забарвлених слів та виразів, які асоціюються з позитивними емоціями, наприклад: *"надихаючий", "радісний", "вражаючий", "веселий", "видатний", "незабутній"*.

Вибір емотивних одиниць залежить від цільової аудиторії та контексту, в якому вони використовуються. Важливо також дотримуватися принципів точності, об'єктивності та етики при створенні публіцистичних текстів, враховуючи їхню правдивість та відповідність фактам.

Наприклад, при використанні емотивних одиниць, важливо уникати перебільшення та перекручення фактів, щоб забезпечити достовірність іміджу України. Також варто уникати використання емоційно забарвлених слів та виразів, які можуть мати негативний відтінок або бути образливими для інших країн або культур.

Деякі приклади емотивних одиниць, які можуть викликати позитивні асоціації та емоції, включають:

"Сердечна гостинність українського народу: відчуйте тепло прийому та ласощі української кухні" [46].

"Багатий культурний спадок: відкрийте дивовижний світ української музики, живопису та літератури"[46].

"Захоплююча природа України: насолоджуйтеся красою карпатських гір, чистотою Карпатських озер та неперевершеними ландшафтами Кримських гір" [46].

"Відкрийте дивовижну історію України: від героїчних козацьких битв до внеску у світову культуру відомих вчених, художників та спортсменів" [46].

"Талановиті українці: познайомтеся з видатними українцями, які роблять світ кращим своїм внеском у науку, мистецтво, спорт та багато інших галузей"[46].

Важливо враховувати інтереси та вподобання цільової аудиторії, щоб емотивні одиниці відповідали їхнім очікуванням та сприяли позитивному сприйняттю України. Наприклад, якщо цільова аудиторія – молоді люди, можна використовувати молодіжний та енергійний стиль мови, викликаючи в них почуття позитиву, свободи та можливостей.

Деякі додаткові приклади емотивних одиниць, які можуть сприяти створенню позитивного іміджу України, включають:

"Відкрийте світ калоритного народного мистецтва: насолоджуйтеся барвистими вишивками, керамікою та різноманітними ремеслами" [46].

"Українська гастрономія: скуштуйте унікальні страви зі свіжих інгредієнтів, що відзначаються своїм багатим смаком та ароматом" [46].

"Проведіть незабутній час на українських фольклорних святах: відчуйте магію давніх традицій та звичаїв українського народу" [46].

"Приголомшливі природні красоти: засмагайте на золотистих пляжах Чорного моря або насолоджуйтеся живописними гірськими пейзажами Карпат та Кримських гір" [46].

"Сучасна Україна: відкрийте високі технології, креативні стартапи та динамічний розвиток міст" [46].

Важливо також забезпечити консистентність використання емотивних одиниць у всіх комунікаційних каналах та матеріалах, щоб створити цілісний та впізнаваний позитивний імідж України.

Розробка макету стилістичної моделі включає використання різноманітних стилістичних засобів, які можуть допомогти створити позитивний імідж України. Ось декілька прикладів використання стилістики для цієї мети:

Високоякісне мовлення: Використання точної, чіткої та збалансованої мови може допомогти створити враження про професіоналізм та високий рівень розвитку України. Використання офіційного, організованого мовлення може підкреслити серйозність та довіру до країни.

"Ukrainians excel in building solid partnerships and exhibit incredible openness to changes and reforms that can secure a better future" [52].

«Українці чудово розбудовують міцні партнерські відносини та демонструють неймовірну відкритість до змін і реформ, які можуть забезпечити краще майбутнє» [56].

В цьому реченні автор використовує точні та конкретні слова, такі як *"excel," "solid partnerships," "incredible openness," "changes,"* і *"reforms,"* для того щоб зобразити позитивні якості українців. Фраза *"that can secure a better future"* додає високий ступінь упевненості в можливості покращення майбутнього.

“The country is already demonstrating its most vital qualities, even amidst the ongoing war” [52].

«Країна вже демонструє свої найважливіші якості, навіть в умовах війни» [56].

В цьому реченні використано слова *"most vital qualities"* для підкреслення основних якостей країни. Фраза *"even amidst the ongoing war"* додає контекст і показує, що ці якості проявляються навіть у важкий період. Український переклад точно передає сенс та емоційність оригіналу.

В обох випадках перекладач вдало використовує адекватні та виразні вирази для передачі ідеї автора, використовуючи мовні засоби, які точно та ефективно відображають основний зміст та емоційний фон тексту.

Звороти: Використання художніх зворотів, таких як антитези, паралелізми, епітети тощо, може допомогти виділити позитивні аспекти України та зробити текст цікавим та ефектним. Наприклад: *"Серце України б'ється в ритмі гостинності та душевності її народу"*.

“In the heart of Ukraine's historic cities, where time seems to stand still, modernity and tradition coexist in perfect harmony.” [52].

«В самому серці історичних міст України, де час здається зупиненим, сучасність та традиція існують в ідеальній гармонії» [56].

В даному реченні використані такі художні звороти:

- *In the heart of...* - антитеза, що ставить протиставлення між історичними містами і сучасністю.
- *where time seems to stand still* - епітет, який надає часу властивість зупинення.

“The landscape of Ukraine unfolds like a vibrant tapestry, with golden fields stretching as far as the eye can see.” [52].

«Ландшафт України розгортається, наче живописна тканина, золотаві поля тягнуться так далеко, наскільки сягає погляд» [56].

У даному реченні автор використав порівняння у фразі *«unfolds like a vibrant tapestry»*, яке надає пейзажу живописного вигляду, а також паралельнізм, що

підсилює враження золотавих полів «with golden fields stretching as far as the eye can see».

“Amidst the challenges, Ukrainians showcase resilience, turning adversity into opportunities for growth.” [52].

«Серед труднощів українці демонструють стійкість, перетворюючи негаразди на можливості для зростання» [56].

Тут ми бачимо використання таких художніх зворотів:

- *Amidst the challenges* - введення в атмосферу, що створює емоційне звучання.
- *showcase resilience* - використання метафори, яка підкреслює стійкість.

“Ukraine's cultural richness is a kaleidoscope of traditions, each facet contributing to the vibrant mosaic of national identity.” [52].

«Культурна багатоманітність України – це калейдоскоп традицій, кожен елемент сприяє живому мозаїчному обличчю національної ідентичності» [56].

В даному реченні виділяються такі художні звороти:

- *a kaleidoscope of traditions* - порівняння, що створює образ різноманітності.
- *vibrant mosaic of national identity* - метафора, що передає яскравість національної ідентичності.

“In the silence of the Carpathian mountains, one can feel the timeless connection between nature and the soul.” [52].

«У тиші Карпатських гір можна відчутти вічне з'єднання природи та душі» [56].

Тут використано наступні художні звороти:

- *In the silence of...* - введення в атмосферу, що створює емоційне звучання.
- *timeless connection between nature and the soul* - метафора, що підкреслює безчасну зв'язок між природою та душею.

Метафори та порівняння: Використання метафор та порівнянь може допомогти пояснити складні або абстрактні поняття та зробити їх зрозумілими та

емоційно забарвленими. Наприклад: *"Україна – це як палітра, на якій поєднуються неповторні кольори культури, традицій та сучасності"*.

"This moment, a stark reminder of the war's personal cost, underscores the crucial role of support services during such crises and the indomitable spirit of those who provide them" [52].

«Цей момент — яскраве нагадування про особисту ціну війни, яке підкреслює вирішальну роль служб підтримки під час таких криз і незламність духу тих, хто її надає» [56].

У даному реченні автор використав порівняння моменту із яскравим нагадуванням особистої ціни війни для кожного українця, і що попри реалії вони ще залишаються незламними та сильними.

Використання власних народних мудростей або цитат відомих українців:

Це може додати автентичності та глибини тексту, підкреслити національну культуру та багатство духовної спадщини України.

*"In the face of adversity, Ukrainians often say, **Koly ne mozhesh zminyty napriam vitru, zminit svoje vidnoshennia do parusa.**' It reflects the resilience deeply ingrained in our culture."* [46]. – *«Перед труднощами українці часто кажуть: **«Коли не можеш змінити напрям вітру, змініть своє ставлення до паруса»**. Це відображає стійкість, глибоко вкорінену в нашій культурі.»*

*"As the saying goes, **'Ukraina – tse dim, do yakoho zavzhdy povertaietsia sertse.'** Our homeland is a place where the heart always finds its way back."* [46]. – *«Як кажуть, **«Україна – це дім, до якого завжди повертається серце»**. Наша Батьківщина – це місце, куди серце завжди знаходить свій шлях назад.»*

У даних речень автор використовував транслітерацію, для відтворення українського вислову, щоб передати глибину тексту та додати автентичності.

Використання власних унікальних рис України: Наприклад, звернення до її багатой культурної спадщини, включаючи музику, живопис, народні ремесла та фольклор, може допомогти підкреслити унікальність та різноманітність України.

Використання емоційно забарвлених слів: Включення слів, які викликають позитивні емоції, такі як *"радість"*, *"вдячність"*, *"веселість"*, може створити позитивний настрій та асоціації з Україною.

Використання актуальних фактів та досягнень: Включення в текст актуальних фактів про розвиток України, досягнення в різних сферах, таких як наука, культура, спорт, може додати актуальності та впевненості в майбутнє України.

"Ukraine's strides in scientific research are noteworthy. In 2022, Ukrainian scientists made a groundbreaking discovery in renewable energy, positioning the country as a leader in green technology." [46].

"Досягнення України в наукових дослідженнях вражають. У 2022 році українські вчені зробили проривне відкриття в області відновлювальної енергетики, що встановило країну як лідера в зеленій технології."

У тексті використано вираз *"strides in scientific research,"* що вказує на великі досягнення в наукових дослідженнях. *"Groundbreaking discovery"* передає ідею проривного відкриття, яке вказує на інноваційність та важливість результатів. Фраза *"positioning the country as a leader in green technology"* підкреслює важливість відкриття для статусу лідера в галузі зеленої технології.

"Ukraine's cultural scene continues to thrive. The National Ballet's performance at the international festival received acclaim, showcasing the country's artistic prowess on a global stage."

"Культурна сцена України продовжує процвітати. Виступ Національного балету на міжнародному фестивалі отримав визнання, демонструючи художній потенціал країни на світовому рівні."

Фраза *"cultural scene continues to thrive"* вказує на постійний розвиток культурної сцени. *"Received acclaim"* вказує на позитивний прийом або визнання. *"Showcasing the country's artistic prowess on a global stage"* відзначає виступ як демонстрацію художнього майстерства на світовій арені.

Застосування стилістики у розробці макету стилістичної моделі може допомогти підкреслити позитивні аспекти України, створити враливість та цікавість до неї, а також сприяти формуванню позитивного іміджу країни в очах аудиторії.

Контекстуальне використання емотивних одиниць є важливим аспектом створення стилістичної моделі. Використання емотивних слів, фраз та виразів повинно бути відповідним до конкретної ситуації та мети тексту.

Наприклад, у заголовках та підзаголовках, де зазвичай застосовуються різні стилістичні засоби для привернення уваги читачів, використання емотивних одиниць може бути відповідним, оскільки вони можуть допомогти створити емоційний настрій та зацікавити аудиторію.

“Light that never fades: one year of Ukrainian resilience.” [46] – «Світло, що ніколи не згасне: чим українці вразили мене найбільше за цей рік».

“Вогонь і Любов: Як Україна Запалює Світ своєю Силою” [46].

“Гордість Нації: Українське Мистецтво в Сучасному Світі” [46].

Однак, у основному тексті, особливо в наукових або офіційних публікаціях, використання емотивних одиниць може бути менш припустимим, оскільки вони можуть вплинути на об'єктивність та науковість тексту.

Також важливо враховувати мову, жанр та тематику тексту. Наприклад, у публікаціях зі суспільно-політичною тематикою, використання емотивних одиниць може бути обмеженим, оскільки вони можуть вплинути на об'єктивність та достовірність тексту. Однак, у творчих текстах, рекламних або маркетингових матеріалах, використання емотивних одиниць може бути більш виправданим, оскільки вони можуть допомогти створити емоційний зв'язок з аудиторією та вплинути на її почуття та емоції.

Дотримання етичних норм є важливим аспектом використання емотивних одиниць в текстах. При використанні емотивних слів, фраз та виразів, необхідно враховувати наступні етичні принципи:

Загальний підхід до тестування та оцінки ефективності стилістичної моделі включає ретельний аналіз результатів, внесення змін до моделі з метою вдосконалення, дотримання етичних норм та постійне вдосконалення на основі зворотного зв'язку та реальних даних. Це допоможе забезпечити високу ефективність стилістичної моделі у створенні позитивного іміджу України в публіцистичних текстах для світової спільноти.

Одним з методів тестування ефективності стилістичної моделі може бути проведення експериментів на реальній аудиторії. Наприклад, можна використовувати різні варіації публіцистичних текстів – одні з використанням стилістичної моделі, інші – без неї, і порівнювати результати взаємодії аудиторії з цими текстами. Можна збирати відгуки користувачів, проводити анкетування, аналізувати реакції на соціальних мережах та відгуки в ЗМІ. Це дозволить оцінити ефективність стилістичної моделі на основі реальних результатів використання.

Після збору результатів тестування, важливо ретельно аналізувати дані і зробити висновки. Це може включати виявлення сильних та слабких сторін моделі, визначення можливих причин недоліків, ідентифікацію патернів взаємодії з аудиторією та визначення подальших кроків для вдосконалення моделі. На основі цих висновків можуть бути внесені зміни до стилістичної моделі з метою її поліпшення.

Дотримання етичних норм під час тестування та оцінки ефективності також має велике значення. Важливо забезпечити конфіденційність даних тестової аудиторії та дотримуватися правил використання їхніх персональних даних [8, 220]. Крім того, важливо використовувати правдиву та об'єктивну інформацію при аналізі результатів тестування та забезпечувати об'єктивність при оцінці ефективності моделі.

Постійне вдосконалення стилістичної моделі на основі результатів тестування та оцінки її ефективності допоможе досягти високої якості та точності в створенні позитивного іміджу України в публіцистичних текстах для світової спільноти.

Додатковим методом оцінки ефективності може бути зворотний зв'язок від реальних користувачів стилістичної моделі. Запитання, відгуки, коментарі та пропозиції користувачів можуть бути важливим джерелом інформації про те, як вони сприймають текст, створений з використанням моделі. Це дозволить виявити можливі недоліки, помилки або незрозумілості в текстах, створених з використанням стилістичної моделі, і внести необхідні зміни для покращення її роботи.

Крім того, можна використовувати метрики оцінки якості текстів, створених з використанням стилістичної моделі, такі як показники читабельності, структурованості, емоційності тощо. Ці метрики допоможуть визначити рівень якості текстів та оцінити вплив стилістичної моделі на їхню якість.

Впровадження стилістичної моделі використання емотивних одиниць при перекладі публіцистичних текстів може бути ефективним інструментом для створення позитивного іміджу України для світової спільноти. Врахування емоційної лексики та стилістики в перекладі допоможе передати не тільки інформацію, але й емоційний заряд тексту, що може вплинути на сприйняття та оцінку України. Важливо ретельно розробити стилістичну модель, враховуючи особливості цільової аудиторії, культурні різниці та контекст використання перекладених текстів. Постійне вдосконалення моделі та оцінка результатів допоможуть досягти кращих результатів та впровадити її в практику перекладу публіцистичних текстів для позитивного промоції України на світовій арені.

3.4. Особливості авторської стилістичної моделі використання емотивних одиниць при перекладі публіцистичних текстів для створення позитивного іміджу України для світової спільноти

У світі, насиченому різноманітними культурами та мовами, переклад публіцистичних текстів має величезне значення для створення позитивного іміджу країни перед світовою спільнотою. Авторська стилістична модель при перекладі емотивних одиниць відіграє ключову роль у тому, як відображається образ України та як формується емоційна реакція аудиторії.

Щоб проілюструвати особливості авторської стилістичної моделі при перекладі публіцистичних текстів для створення позитивного іміджу України, давайте розглянемо невеликий фрагмент оригінального тексту та його можливий переклад:

"Україна – країна нестримної краси та величі. Її поля, як палітра художника, розцвітають під сонцем. Кожен вечір – це театральне виставище

найчистіших заходів, де сонце засинає, даруючи нам *неймовірні вогняні фарби неба.*" [46]

"Ukraine is a land of irresistible beauty and grandeur. Its fields, like an artist's palette, bloom under the sun. Every evening is a theatrical performance of the purest sunsets, where the sun goes to sleep, giving us incredible fiery hues of the sky."

У цьому прикладі важливо було передати не лише лексичний зміст, але і використовувати емоційно-забарвлені фрази та метафори, які створюють позитивне сприйняття. Давайте розглянемо деякі особливості:

В оригіналі речення використано метафору "палітра художника" для опису полів, що відображає їх різнобарв'я та красу. У перекладі збережено цю метафору, щоб передати не лише красу природи, а й художній характер країни.

Також слова "нестримна краса" та "велич", що надає певного емоційного заряду. У перекладі використано аналогічні вислови "irresistible beauty" та "grandeur".

Оригінал речення висловлює думку, що кожен вечір подібний театральному виставищу. У перекладі збережено цю асоціацію, щоб виразити враження від заходу сонця.

Обидва тексти використовують красномовні вислови, такі як *"неймовірні вогняні фарби неба"* (оригінал) та *"incredible fiery hues of the sky"* (переклад), щоб підкреслити вражаючу красу.

Цей приклад демонструє, як перекладач може враховувати емотивні одиниці та використовувати їх для створення позитивного іміджу країни в публіцистичному тексті.

"I have come to learn that the heart of Ukraine beats with a profound humanity, empathy, and warmth." [46]

«За цей час я зрозумів, що в серці України є місце глибокій людяності, співчуттю і теплу».

Цей фрагмент тексту висловлює позитивне та емоційно забарвлене ставлення до України. Давайте проаналізуємо, як перекладач врахував особливості авторської стилістичної моделі та використання емотивних одиниць:

Оригінал використовує емоційно забарвлені фрази, такі як "*the heart of Ukraine beats with a profound humanity, empathy, and warmth*" ("серце України б'ється з глибокою людяністю, співчуттям і теплом"). Перекладач успішно передав цю емоційність, використовуючи слова "глибокій людяності, співчуттю і теплу."

Важливо відзначити, що переклад враховує не лише лексичний зміст, але й співвідношення слів, наприклад, використання "*глибокій*" (profound) у зв'язку з "*людяністю*" (humanity). Це дозволяє зберегти точність та нюанси авторського висловлення.

Образна мова в оригіналі, така як "*the heart of Ukraine beats,*" створює сильний образ, що використовує персоніфікацію. Перекладач також використовує образи, але з урахуванням культурно-мовних відмінностей.

Здається, що перекладач розуміє та враховує авторський стиль, намагаючись передати той самий емоційний та стильовий відтінок. Використання слова "*теплу*" може вказувати на бажання передати не лише позитивність, але й особистий та непримусований характер.

Візьмемо для наступного аналізу речення зі статті «How Ukraine keeps its agriculture afloat in wartime».

“As approximately a third of Ukraine’s arable land is riddles with landmines and unexploded ordnance, the work of farmers has become deadly dangerous” [<https://english.nv.ua/life/ukraine-s-taste-yevhen-klopotenko-names-the-top-ukrainian-dishes-that-foreigners-must-try-50373055.html>]. – «Оскільки **приблизно третина** українських орних земель є **головоломкою** засіяною мінами та нерозірваними снарядами, робота фермерів стала **смертельно небезпечною**.»

Вираз "*riddles with landmines and unexploded ordnance*" використовує метафору "*головоломка*", щоб посилити враження про загрозу та складність ситуації, з якою стикаються фермери.

Застосування слів "*deadly dangerous*" підкреслює надзвичайну небезпеку, яку становить робота фермерів. Емоційний вплив викликає співчуття до їхнього становища.

"*Approximately a third*" та "*deadly dangerous*" передають конкретність та важливість інформації та посилюють її експресивність.

Текст привертає увагу читача до актуальної та шокуючої інформації про ситуацію на українських сільгоспугіддях.

Використання "*the work of farmers*" підкреслює індивідуальність фермерів, підвищує важливість теми та викликає емоційний відгук.

Цей приклад авторської стилістичної моделі добре передає складність і небезпеку ситуації, в якій опинилися українські фермери, використовуючи метафори та емоційне забарвлення для створення ефективного враження.

"*Ukrainian achievements are **indeed impressive**: fields are plowed by driverless tractors, and on test ranges, the latest innovations are being evaluated that could expedite the demining process by years*" [54]. – «Українські досягнення **справді вражають**: поля орють безпілотні трактори, а на полігонах випробовують останні інновації, які можуть прискорити процес розмінування на роки».

Автор використовує об'єктивні вирази, демонструючи емоційну нейтральність та неупередженість. Вираз «досягнення України справді вражають» вказує на загальну позитивну оцінку, але не є перебільшеною чи емоційно забарвленою.

У тексті йдеться про конкретні досягнення України в галузі технологій, зокрема про інновації в автоматизації сільського господарства та розмінуванні.

Фрази «поля розорюються» та «технологічні інновації оцінюються» підкреслюють участь та активність України в цих досягненнях.

Вираз «процес розмінування можна прискорити на роки» допомагає просто і зрозуміло передати важливість і вплив технологічних інновацій у розмінуванні.

Автор уникає сентиментальної або емоційної мови і намагається надати об'єктивний огляд досягнень.

Цей приклад стилістичної моделі автора демонструє його здатність доносити інформацію про досягнення технологічного прогресу України, зберігаючи при цьому неупередженість і фактичну точність.

"*In the heart of Ukraine's historic cities, where **time seems to stand still**, modernity and tradition coexist in perfect harmony.*" [46]

«В самому серці історичних міст України, де час здається зупиненим, сучасність та традиція існують в ідеальній гармонії.»

Автор використовує багато стилістичних прийомів для створення емоційного та позитивного образу України.

Фраза "в самому серці історичних міст" підкреслює центральність та значущість місць в історії.

Вираз "де час здається зупиненим" надає тексту романтичності та створює враження вічності.

Ключові слова "сучасність" та "традиція" разом з виразом "існують в ідеальній гармонії" виражають злиття минулого і сьогодення та їхню безконфліктну взаємодію.

Отож врахування особливостей авторської стилістичної моделі використання емотивних одиниць при перекладі публіцистичних текстів для створення позитивного іміджу України може допомогти досягнути бажаного ефекту в сприйнятті текстів світовою спільнотою.

Важливо враховувати, що авторська стилістична модель має бути відповідно адаптована до конкретної мети та аудиторії перекладу, а також до особливостей культури та сприйняття тексту цільовою аудиторією. Дотримання тону, налагодження на емоційну сприйнятливність читачів та використання відповідних стилістичних засобів допоможуть досягти мети створення позитивного іміджу України для світової спільноти.

Окрім цього, перекладач повинен бути вдосконалений в знанні культури, традицій та особливостей України, щоб точно передати їх у перекладі. Важливо також враховувати контекст та призначення тексту, дотримуватись етики перекладу та не порушувати культурну чутливість читачів.

Узагалі, авторська стилістична модель використання емотивних одиниць при перекладі публіцистичних текстів для створення позитивного іміджу України має бути заснована на глибокому розумінні цільової аудиторії, контексту та мети перекладу. Вона має враховувати культурні особливості та емоційну

сприйнятливість читачів, а також використовувати відповідні стилістичні засоби, щоб передати позитивний імідж України, її культуру, традиції та природні краси.

ВИСНОВКИ

1) У сучасному світі, де інформація поширюється швидко, а сприйняття країни формується не лише за її політичними та економічними досягненнями, але й за кольором та емоціями, роль емоційних засобів вираження у створенні сприятливого іміджу України набуває вирішального значення. Ці елементи мови визначають тон і атмосферу, що оточує Україну в очах міжнародної спільноти. Емоційні вирази та засоби Емоційне забарвлення текстів про Україну досягається через використання емоційних виразів, пейоративів та асоціацій. Наприклад, при описі культурних подій або природних красот використання позитивно забарвленої лексики може створити враження про країну, яка зачаровує своєю красою та культурним розмаїттям.

Контекстуальне використання: важливо враховувати контекст і аудиторію, якій адресована інформація. Використання відповідних емотивних одиниць, які відображають українські цінності та традиції, може підкреслити позитивні аспекти України.

Включення емоційних символів, таких як національні герої та успіхи в різних сферах, додає живого та позитивного аспекту до образу України. Приклади досягнень у науці, спорті та культурі є ефективними емоційними елементами.

Історії та досвід, що викликають позитивні емоції, мають сильний вплив на імідж країни. Історії про вчинки людей, їхні досягнення та особливі історії успіху формують емоційне сприйняття.

Емоційні заклики та звернення: використання емоційних закликів та звернень у текстах про Україну активізує почуття патріотизму та підтримки.

Створення позитивного іміджу України вимагає ретельного використання емотивних одиниць, які не лише підкреслюють позитивні аспекти України, але й вражають та надихають міжнародну спільноту. Збалансована композиція текстів, наповнених позитивними емоціями, має потужний потенціал для формування сприятливого ставлення до України в міжнародній спільноті.

Дослідження вербалізації іміджу України в текстах англomовних та україномовних публіцистичних текстів виявило що частіше використовують позитивні асоціації та епітети для опису країни, її природних красот, культурного надбання та туристичного потенціалу. Зазначаються живописні пейзажі, багата історія, унікальна культура та гостинність українського народу. Англomовні новини також використовують позитивно забарвлені слова та фрази, але можуть мати більш схематичний підхід до вербалізації позитивного іміджу України. Це може бути пов'язано з більш загальним поглядом на країну з боку англomовних читачів та намаганням висвітлити основні аспекти без вдавання в деталі. Водночас, деякі англomовні новини можуть акцентувати увагу на політичних аспектах або проблемах, що впливають на образ країни.

2) Використання емоційних виразів при створенні та поширенні інформації про Україну на міжнародному рівні виявилось важливим фактором формування позитивного іміджу України. Однак важливо розуміти, що неправильний або неадекватний переклад емоційних виразів може призвести до втрати емоційної сили та відтінків, що вплине на сприйняття та ефективність тексту.

Проблеми та виклики, пов'язані з перекладом емоційних виразів, включають відмінності в нюансах між мовами, культурні відмінності та різноманітність емоційних виразів. Наприклад, вираз емоції в одній мові може викликати інші асоціації або викликати інші почуття в іншій мові. Також необхідно враховувати відтінки емоцій, які є культурно специфічними і не мають прямих відповідників в інших мовах.

Неправильний переклад емоційних виразів може мати значний вплив на сприйняття тексту читачем. Емоції, що виникають у процесі читання, можуть бути втрачені або змінені, що ставить під загрозу смислову та емоційну цілісність тексту. Це особливо важливо при створенні сприятливого іміджу України, де кожне слово і вираз робить важливий внесок у сприйняття України міжнародною спільнотою.

Важливо враховувати особливості кожної мови та культури і використовувати відповідний контекст та засоби виразності. Детальний аналіз та впевнений вибір емоційних виразів під час перекладу може зберегти емоційність та дієвість тексту і

сприяти формуванню позитивного враження про Україну в міжнародній спільноті. Точний переклад емоційних виразів є важливим елементом формування культурного іміджу та сприяння позитивній комунікації між народами.

3) Емоційні стратегії, використання афективних засобів вираження та оцінних семантичних елементів, безумовно, є необхідними і важливими для успішного формування позитивного іміджу України. Їх роль полягає у створенні не лише інформативних текстів, але й текстів, здатних емоційно зв'язати аудиторію та викликати позитивні емоції.

4) Використання авторської стилістичної моделі в процесі перекладу публіцистичних текстів може бути ефективним інструментом для досягнення високої якості перекладів, які відповідають стилістичним особливостям вихідного тексту. Авторська стилістична модель може допомогти забезпечити консистентність та відповідність стилю тексту, що важливо для забезпечення належної передачі мовного виразу та змісту тексту в процесі перекладу.

Однак, для досягнення максимальної ефективності використання авторської стилістичної моделі, необхідно враховувати кілька аспектів. По-перше, важливо мати належний набір даних для тренування моделі, який відповідає стилістичним особливостям вихідних текстів. Це може включати текстові дані з різних жанрів та стилів, що використовуються в публіцистичних текстах. Крім того, може бути корисним враховувати відгуки від експертів, що допоможуть встановити правильні параметри моделі та внести необхідні корективи.

По-друге, систематичний моніторинг використання авторської стилістичної моделі в процесі перекладу може бути важливим етапом для виявлення можливих недоліків моделі та внесення відповідних корекцій. Регулярний аналіз використання моделі, оцінка якості перекладів, а також взаємодія з перекладачами та експертами можуть допомогти вдосконалити роботу моделі та забезпечити кращий результат перекладу.

По-третє, налагодження моделі може бути необхідним етапом для досягнення максимальної точності та якості перекладу. Налагодження може включати додаткове тренування моделі на вихідних текстах, враховуючи відгуки та рекомендації від

перекладачів та експертів. Це дозволить моделі більш точно відтворювати стилістичні особливості оригінального тексту та покращити загальну якість перекладу.

Використання авторської стилістичної моделі в процесі перекладу публіцистичних текстів може допомогти забезпечити більш точні та стилістично відповідні переклади. Вона може бути особливо корисною при перекладі текстів зі складними мовними виразами, фразами або виразами, які вимагають специфічного мовного контексту.

Проте, важливо пам'ятати, що авторська стилістична модель – це лише інструмент, який може допомогти перекладачеві в процесі перекладу. Вона не може повністю замінити професійний розсуд та експертизу перекладача. Остаточне рішення щодо використання авторської стилістичної моделі в процесі перекладу повинно бути прийняте перекладачем на основі його професійного досвіду, контексту тексту та вимог замовника.

5) Зіставлення оригінальних текстів та їх перекладів, а також вивчення реакції аудиторії, є необхідним етапом у забезпеченні успішності перекладу емотивних висловлювань. Це дозволяє визначити найефективніші способи передачі емоцій та забезпечення адекватного сприйняття тексту.

В цілому, вивчення емотивних одиниць у публіцистичних текстах вказує на їхню важливу роль у формуванні позитивного іміджу України та необхідність уважного та точного перекладу для збереження емоційної насиченості та ефективності тексту.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

I. Наукові праці

1. Антемюк В. Д. Імідж політичної партії як відображення політичної свідомості сучасного українського суспільства : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 / Антемюк Віктор Дмитрович ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. - К., 2012. — 18 с.
2. Антонюк О.В. Сучасний стан стратегії просування бренда держави в Україні / О.В. Антонюк // Економіка та держава. — 2011. — № 8. — С. 64—67.
3. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: Навч. посіб.—К.: КНЕУ, 2005.—275 с
4. Войтович Р.В. Вплив глобалізації на систему державного управління (теоретико-методологічний аналіз): моногр. / За заг. ред. д-ра філос. наук, проф. В.М.Князева. — К.: Вид-во НАДУ, 2007. — 680 с.
5. Королько В. Основи паблік рилешнз: Посібник / В.Королько— Київ: Інститут соціології НАН України, 1997. — 336 с.
6. Кузенко Г. М. Емоціональні висловлювання як об'єкт наукових досліджень // Стан та перспективи розвитку новітніх науково освітніх комп'ютерних технологій: Матеріали науково-практичної конференції. – Миколаїв: Видво МДГУ ім. Петра Могили, 2003. – С. 110-118.
7. Кондратьєва О., І.Шахновська Відтворення емотивних синтаксичних засобів в українському перекладі англomовної драми/ Фаховий та художній 75 переклад: теорія, методологія, практика: зб. наук. праць. – К.: Аграр Медіа Груп, 2014. — С. 169—173.
8. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю / Є. Б. Тихомирова. — Київ : НМЦВО, 2001 — 560 с.
9. Feldman Barrett, L. (2017). How Emotions Are Made: The Secret Life of the Brain. Houghton Mifflin Harcourt.
10. Benson 1967 - Benson 1967 – Benson John. Emotion and Expression // The Philosophical Review, 1967. Vol. LXXVI. No. 3

11. Cattelle R. B. The meaning and measurement of neuroticism and anxiety [Text] / R. B. Cattelle. – NY : Ronald Press, 1961. – 130 p.
12. Cohen, D. Cultural variation: considerations and implications / D.Cohen // Psychological Bulletin, 127(4) – 2001, pp. 451-471.
13. Concepts in Culture-Specific Configurations.—N.Y.,Oxford: Oxford University Press, 1992.
14. Condon, J. C. Good neighbors: Communicating with the Mexicans. / J. C. Condon. – Yarmouth, ME: Intercultural Press Inc, 1987. – 292 p.
15. D'Andrade, R. G. A folk model of the mind. / R. G. D'Andrade // D. Holland, N Quinn (Eds.), Cultural models in language and thought (pp. 112–149). Cambridge, London: Cambridge University Press, 1992.
16. Danes F. Cognition and Emotion in Discourse Interaction: A Preliminary Survey of the Field // Preprints of the Plenary Session Papers / XIV th International Congress of Linguistics. Berlin. 10-15 August. – Berlin, 1987.
17. Duffy, E. Emotion: An example of the need for reorientation in psychology / E. Duffy. – Continuum, 1924.
18. Ekman P. Expression and the nature of Emotion. In: Approaches to Emotion. Lawrence Erlbaum Associates: Publishers, 1984.
19. Ekman P. Cross-cultural studies of facial expression // Ekman P., Friesen W. Darwin and facial expression: A century of research in review. - N.Y., 1973. - P. 169-222.
20. Ekman, P. Emotions revealed: Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life / P. Ekman. – London: Weidenfeld and Nicolson, 2003.
21. Elliott, A., Chirkov, V., Kim, Y., Sheldon, K. A cross-cultural analysis of avoidance (relative to approach) personal goals. / A. Elliott, V. Chirko, Y. Kim, K. Sheldon // Psychological Science, 12 (2001), pp. 505–510.
22. Gendron M., Roberson D., Perceptions of emotion from facial expressions are not culturally universal: evidence from a remote culture. / M. Gendron, D. Roberson, J.M. van der Vyver, L.F. Barrett // Emotion. – 2014. – pp. 251-342.

23. Goleman D. The Emotional Intelligence. – Bentam Books, 1997.
24. Higgins, E., Shah, J., Friedman, R. J. Emotional responses to goal attainment: strength of regulatory focus as a moderator. / E. Higgins, J. Shah, R. J. Friedman. // *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 1997. – pp. 515-525.
25. Izard C. E. Organizational and Motivational Functions of Discrete Emotions // *Handbook of Emotions* / Edited by M. Lewis and J. M. Haviland. New York; London: The Guilford Press, 1993. P. 631–642.
26. Johnson-Laird P. N. The language of Emotions [Text] / P. N. Johnson-Laird // *Cognition and Emotion*, 1989. - Vol. 3. - P. 81-123.
27. Lutz K. Unnatural Emotions: Everyday Sentiments on a Micronesian Atoll & Their Challenge to Western Theory.—Chicago: University of Chicago Press, 1988.
28. Ortony A., Clore G., Collins A . The Cognitive Structure of Emotions.—Cambridge: University Press, 1988.
29. Taylor L. R. Linguistic categorization: Prototypes in Linguistic Theory. Oxford, 1989.
30. Wierzbicka, A. Emotions across languages and cultures: Diversity and universals. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 349 p.
31. Maksimov S.Ye. (2006) *Praktychnyi kurs perekladu (anhliiska ta ukrainska movy)* [Practical translation course (English and Ukrainian)]. Kyiv: Lenvit. (in Ukrainian)
32. Mamrak A.V. (2009) *Vstup do teorii perekladu* [Introduction to translation theory]. Kyiv: Center for Educational Literature. (in Ukrainian) Lapinska O.M. (2014) Grammatical transformations in scientific-technical translation. *Bulletin of Dnipropetrovsk University: Linguistics*, vol. 22, no. 20(1), pp. 97–101.
33. Rusu A. (2015) Difficulties in translation of grammar transformations. *Free International University of Moldova*, № 1-2(34), pp. 221–225.

II. Джерела ілюстративного матеріалу

34. Andriy Kokotuha. Ukraine’s changing attitude towards literature and books. *The NV of Ukraine*. (November 17, 2023). URL:

- <https://english.nv.ua/opinion/ukraine-s-changing-attitude-towards-literature-and-books-opinion-50369240.html> (дата звернення: 03.12.2023).
35. BBC News. (2018). Ukraine conflict: Crimean Tatars accuse Russia of ‘ethnic cleansing’. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-44464910> (дата звернення: 30.09.2023)
36. BBC News. (2019). Ukraine’s Election: Comedian Zelensky Wins Presidency by Landslide. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-48007487> (дата звернення: 15.09.2023)
37. BBC News. Ukrainian articles. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles> (дата звернення: 15.09.2023)
38. The Guardian. (2019). Ukraine’s forgotten city destroyed by war. URL: <https://www.theguardian.com/world/2019/jul/26/ukraines-forgotten-city-destroyed-by-war> (дата звернення: 15.09.2023)
39. The Guardian. (2021). Ukraine Is a Victim of Russian Aggression – but It’s Also Riddled with Corruption. URL: <https://www.theguardian.com/world/2021/apr/05/ukraine-is-a-victim-of-russian-aggression-but-its-also-riddled-with-corruption> (дата звернення: 15.09.2023)
40. The Economist. Ukraine’s new enemy: war fatigue in the West. URL: https://www.economist.com/europe/2023/11/27/ukraines-new-enemy-war-fatigue-in-the-west?utm_medium=cpc.adword.pd&utm_source=google&ppccampaignID=18151738051&ppcadID=&utm_campaign=a.22brand_pmax&utm_content=conversion.direct-response.anonymous&gad_source=1&gclid=CjwKCAiApaarBhB7EiwAYiMwqkMrAmriHG3c_oyGdTG1sh7wIN8jCKtKZE5y_uDpQUa837wKemWdwhoC83wQAvD_BwE&gclidsrc=aw.ds (дата звернення: 02.12.2023)
41. IFDM. Ukrainian design hopes for the future. (July 2023) URL: <https://ifdm.design/2023/07/24/ukrainian-design-hopes-for-the-future/> (дата звернення: 25.11.2023)
42. The NV of Ukraine. How Ukraine keeps its agriculture afloat in wartime. URL: <https://english.nv.ua/life/how-ukraine-keeps-its-agriculture-afloat-in-wartime-50373084.html> (дата звернення: 15.09.2023)

43. Jaco Cilliers. Light that never fades: one year of Ukrainian resilience. *The NV of Ukraine*. (Nov. 9, 2023). URL: <https://english.nv.ua/opinion/light-that-never-fades-one-year-of-ukrainian-resilience-opinion-50368623.html> (дата звернення: 15.09.2023)
44. The NV of Ukraine. Yevhen Klopotenko names the top Ukrainian dishes that foreigners must try. 2023. URL: <https://english.nv.ua/life/ukraine-s-taste-yevhen-klopotenko-names-the-top-ukrainian-dishes-that-foreigners-must-try-50373055.html> (дата звернення: 03.12.2023)
45. Rescue.org. Why Wait. URL: <https://www.rescue.org/> (дата звернення: 15.09.2023)
46. The Rich Tapestry of Ukraine's History and Identity. URL: <https://abschmidt.medium.com/the-rich-tapestry-of-ukraines-history-and-identity-64ee0c0cc718> (дата звернення: 20.09.2023)
47. Андрій Кокотуха. Як змінює країну ставлення до книжок. 2023. *The NV of Ukraine*. URL: <https://english.nv.ua/opinion/ukraine-s-changing-attitude-towards-literature-and-books-opinion-50369240.html> (дата звернення: 03.12.2023)
48. Дмитро Комаров. Реальна ціна хліба та героїзм українських фермерів. *Світ навиворіт*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LvlMSFZXvE0> (дата звернення: 03.12.2023)
49. Rescue.org. Навіщо чекати? URL: <https://www.rescue.org/sites/default/files/2023-04/Why%20Wait%20Summary%20-%20UKRAINIAN.pdf> (дата звернення: 15.09.2023)
50. The NV of Ukraine. Так смакує Україна. Євген Клопотенко назвав топ українських страв, які обов'язково варто скуштувати іноземцям. 2023. URL: <https://life.nv.ua/ukr/food-drink/yevgen-klopotenko-nazvav-top-ukrajinskih-strav-yaki-maye-skushtuvati-kozhen-inozemec-perelik-recepti-50372933.html> (дата звернення: 03.12.2023)
51. Яко Сільє. Світло, що ніколи не згасне: чим українці вразили мене найбільше за цей рік. *UNDP*. 2023. URL:

<https://www.undp.org/uk/ukraine/blog/cvitlo-shcho-nikoly-ne-zhasne-chym-ukrayintsi-vrazyly-mene-naybilshe-za-tsey-rik> (дата звернення: 15.09.2023)

III. Довідкова література

52. Англо-український словник [ук. М. Балла]. Київ : Освіта, 1996. Т. 1.
53. Англо-український словник [ук. М. Балла]. Київ : Освіта, 1996. Т. 2.
54. Селіванова О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
55. Словник лінгвістичних термінів / Упоряд. : Д. І. Ганич, І. С. Олійник. Київ : Вища школа, 1985. 360 с.
56. Єрмоленко С.Я., Бибик С.П., Тодор О.Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / За ред. С.Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. – 224 с.
57. Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644-656.
58. Baker, M. (2011). In *Other Words: A Coursebook on Translation* (2nd ed.). Routledge.
59. Bargh, J. A., & Chartrand, T. L. (1999). The Unbearable Automaticity of Being. *American Psychologist*, 54(7), 462-479.
60. Cacioppo, J. T., Berntson, G. G., & Klein, D. J. (1994). What Is an Emotion?. *Psychological Science*, 5(6), 373-379.
61. Cambridge Dictionary. (2021). Cambridge University Press.
62. Chesterman, A. (1997). *Memes of Translation: The Spread of Ideas in Translation Theory*. John Benjamins Publishing.
63. R. Sushko, The voice and sounds of the native language, *Apriori* 2020, (In Ukrainian)
64. Wordtips - The 100 Most-Spoken Languages in the World, URL. <https://word.tips/100-mostspoken-languages/>

65. S. Dixon, 100 Ways to Teach Language Online: Powerful Tools for the Online and Flipped Classroom Language Teacher, Wayzgoose Press, 2020.
66. Kosslyn, Active Learning Online: Five Principles that Make Online Courses Come Alive, Alinea Learning, 2021.
67. K. Ramandeep, Sentiment Analysis - From Theory to Practice, LAP LAMBERT Academic Publication, 2017
68. C. Chapelle, The Handbook of Technology and Second Language Teaching and Learning (Blackwell Handbooks in Linguistics), Wiley-Blackwell, 1st edition, 2017.
69. J. Algeo, British or American English?: A Handbook of Word and Grammar Patterns, Cambridge University Press, 2006.
70. E. Spooner, Interactive Student Centered Learning, Rowman & Littlefield, 2015.
71. K. Conrad, The Language Teaching Controversy. Rowley, Massachusetts: Newbury House, 1978.
72. O. Kanishcheva, V. Vysotska, L. Chyrun, A. Gozhyj, Method of Integration and Content Management of the Information Resources Network. In: Advances in Intelligent Systems and Computing, 689, Springer, 2018, pp. 204-216.
73. T. McConachy, I. Golubeva, M. Wagner, Intercultural Learning in Language Education and Beyond: Evolving Concepts, Perspectives and Practices: (Languages for Intercultural Communication and Education), Multilingual Matters, 2022
74. A. Vasyliuk, T. Basyuk, Construction Features of the Industrial Environment Control System, Proceedings of the 5rd International Conference on Computational Linguistics and Intelligent Systems (COLINS-2021). Volume I: Main Conference, Kharkiv, Ukraine, April 22-23, 2021, Vol2870: pp.1011-1025.
75. W. Pedrycz, S. Chen, Machine Learning Sentiment Analysis and Ontology Engineering, Springer International Publishing, 2016.
76. B. Liu, Sentiment Analysis: Mining Opinions, Sentiments, and Emotions, Cambridge University Press, 2020.
77. Language Course S.L. URL: <https://www.languagecourse.net/> (дата звернення: 26.09.2023).

78. Learn languages – Mondly, URL: <https://www.mondly.com/> (дата звернення: 26.09.2023).
79. Let's Remember And Learn Ukrainian. URL: <http://www.domosoft.biz/ua/gnlu.html> (дата звернення: 28.09.2023).
80. Awario. URL: <https://awario.com/> (дата звернення: 29.09.2023).
81. Talkwalker, URL: <https://www.talkwalker.com/> (дата звернення: 26.10.2023).
82. Critical Mention. URL: <https://www.criticalmention.com/> (дата звернення: 30.09.2023).
83. Lexalytics. URL: <https://www.lexalytics.com/> (дата звернення: 26.09.2023).
84. Social Searcher. URL: <https://www.social-searcher.com/> (дата звернення: 26.09.2023).
85. M. Shvedova, R. von Waldenfels, S. Yarygin, A. Rysin, V. Starko, T. Nikolayenko, General regionally annotated corpus of the Ukrainian language (GRAC), Jena, 2017.
86. Project Lang-uk. URL: <https://www.lang.org.ua/uk/> (дата звернення: 26.09.2023).
87. Linguistic portal Mova.info. URL: <http://www.mova.info/> (дата звернення: 26.09.2023).
88. D. Nayab, English Teachers' Attitudes in acquiring Grammatical competence: By using Grammar Translation Method and Communicative Language Teaching at Graduate Level (In The Context of Punjab), LAMBERT Academic Publishing, 2020.
89. O. Naum, L. Chyrun, O. Kanishcheva, V. Vysotska, Intellectual System Design for Content Formation. In: Computer Science and Information Technologies, Proc. of the Int. Conf. CSIT, 2017, pp. 131-138.
90. T. Basyuk, A. Vasyliuk, V. Lytvyn, Mathematical Model of Semantic Search and Search Optimization, Proceedings of the 3rd International Conference on Computational Linguistics and Intelligent Systems (COLINS-2019). Volume I: Main Conference, Kharkiv, Ukraine, April 18-19, 2019, Vol-2362: pp.96-105.

91. L. Manika, M. Margam, Application of sentiment analysis in libraries to provide temporal information service: a case study on various facets of productivity. *Social Network Analysis and Mining*. 8 (1), 2018, pp.1–12
92. A. Romanyuk, M. Romanishyn, Tonal dictionary of the Ukrainian language based on the sentiment-annotated corpus, URL. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Um_2013_43_10
93. T. Golub, Yu. Tyagunova, The method of Ukrainian language stitemming for the classification of documents based on Porter's algorithm. In: *Scientific works of the Donetsk National Technical University*, vol. 1, 2017, pp. 59-63 (In Ukrainian).
94. M. Porter, An algorithm for suffix stripping Program. In: *Data technologies and application*, vol. 40(3), 2006, pp. 211-218.
95. T. Basyuk, A. Vasyliuk, Approach to a Subject Area Ontology Visualization System Creating, *Proceedings of the 5rd International Conference on Computational Linguistics and Intelligent Systems (COLINS-2021)*. Volume I: Main Conference, Kharkiv, Ukraine, April 22-23, 2021, Vol2870, pp. 528–540.
96. F. Zammetti, *Practical Flutter: Improve Your Mobile Development*, Apress L. P., 2019.
97. S. Ladd, K. Walrath, *Dart: Up and Running: a New, Tool-Friendly Language for Structured Web Apps*, O'reilly, Incorporated, 2012.
98. W. Mckinney, *Python for Data Analysis: Data Wrangling with Pandas, NumPy, and IPython*, O'Reilly Media, 2nd edition, 2017.
99. Lapinska O.M. Grammatical transformations in scientific-technical translation. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Мовознавство*, 2014. Т. 22, вип. 20(1). С. 97–101.

IV. Інтернет-джерела

100. Вербицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи формування /
101. Г. Вербицька [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_1/knukim_zbirka_170x265mm_СМΥК_part2_print.pdf

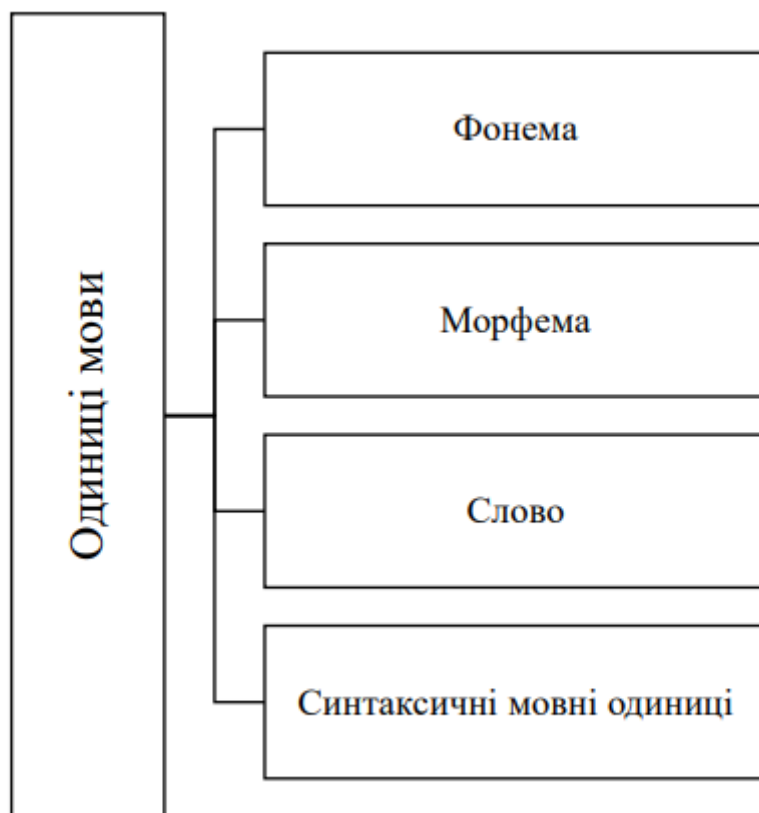
102. Зарицький М.С. Переклад: створення та редагування:
<https://ru.calameo.com/read/000716132b6f9d124b035>
103. Шаповалова, Г. (2018). Інтернаціоналізація мовної культури в умовах глобалізації. Наукові записки, 176, 159-163.
104. Ministry of Foreign Affairs of Ukraine. (2021). About Ukraine. Retrieved from <https://mfa.gov.ua/en/about-ukraine>

ДОДАТКИ

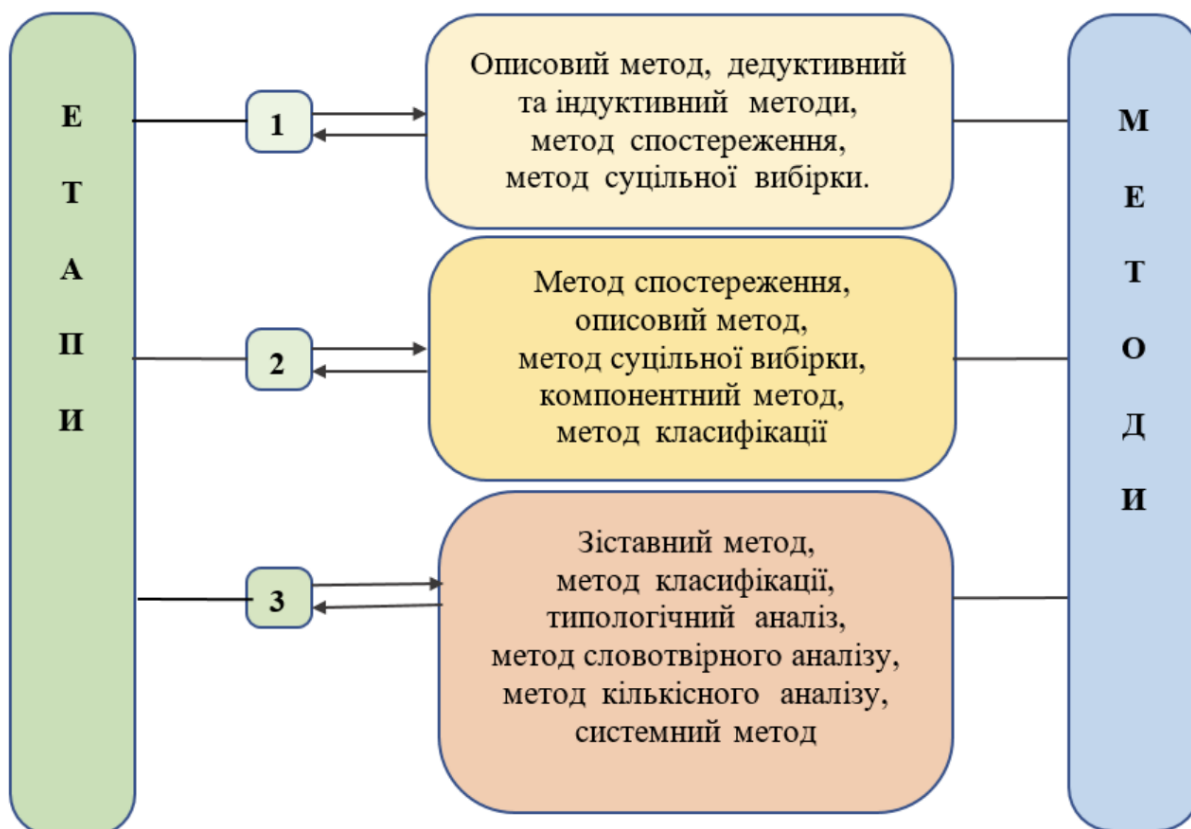
Визначення цільової аудиторії



Мовні одиниці у сучасній лінгвістиці



Методологічні засади перекладознавчого аналізу емотивних одиниць

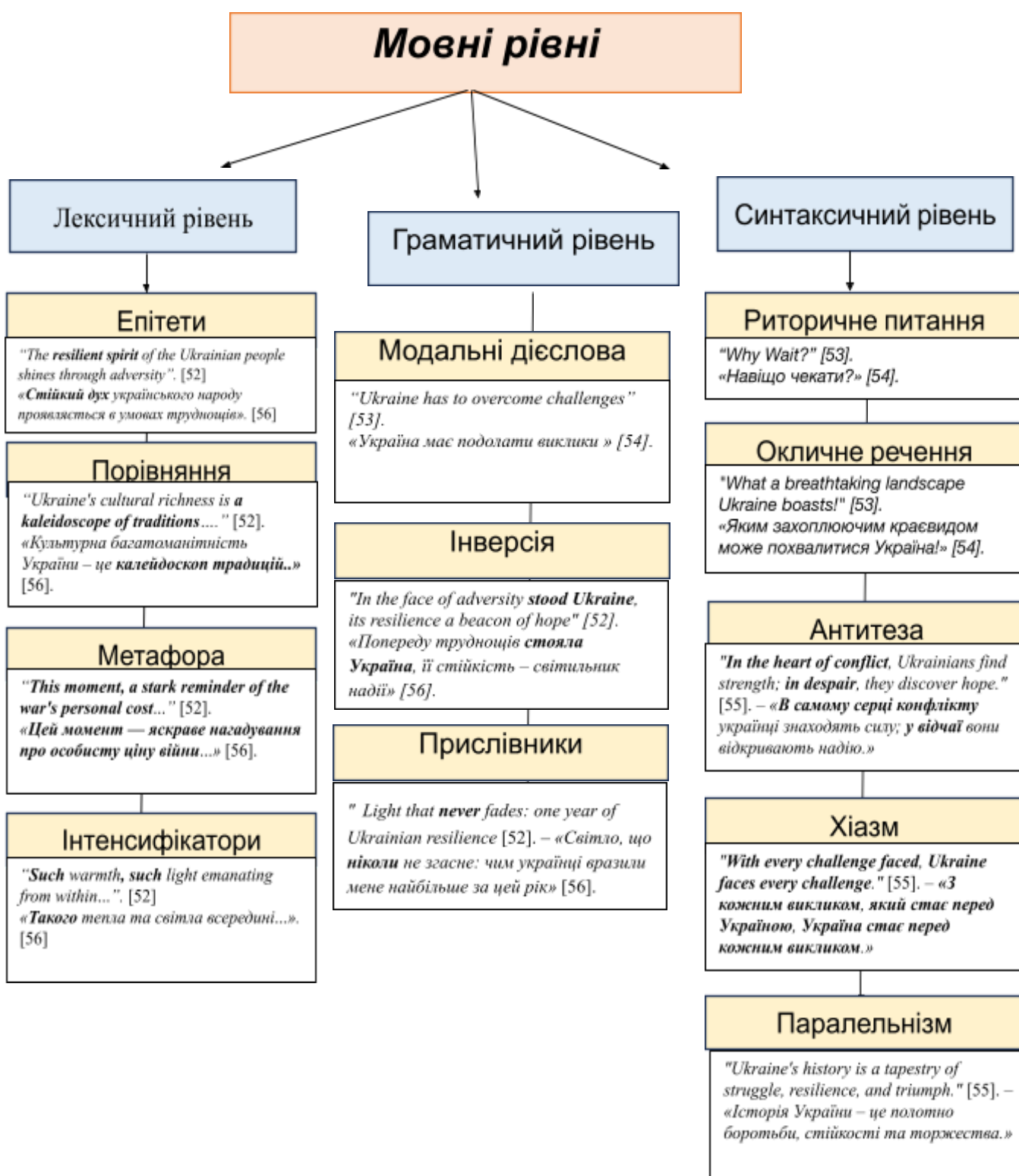


Мовні рівні вираження категорії емотивності

(за Г. М. Кузенко)



Групи емотивних засобів досліджених в публіцистичних текстах на різних мовних рівнях



Стилістичні засоби використання емотивних одиниць при перекладі публіцистичних текстів

