

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра теорії і практики перекладу з англійської мови

**Кваліфікаційна робота магістра з перекладознавства**

**на тему: «Лінгвальні засоби вербалізації емоцій в англійськомовному мас-медійному дискурсі як об'єкт перекладацького відтворення українською мовою»**

Студентки групи МПа 01-21  
факультету перекладознавства  
освітньо-професійної програми  
Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад  
(англійська мова і друга іноземна мова)  
за спеціальністю 035 Філологія  
Вент Анни Володимирівни

Допущена до захисту  
«\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2022 року

Науковий керівник:  
кандидат філологічних наук,  
доцент Мелешкевич Л.М.

Завідувач кафедри англійської філології  
і перекладу імені професора І. В. Корунця  
\_\_\_\_\_ доц. Мелько Х.Б.  
(підпис) (ПІБ)

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів: \_\_\_\_\_  
Оцінка: ЄКТС \_\_\_\_\_

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY

Department of Theory and Practice of Translation from the English Language

**Master Degree Thesis in Translation Studies**

**under the title: “Lingual means of verbalizing emotions as an object of translation into Ukrainian (case study of English-language mass media discourse)”**

Group MPa 01-21  
School of translation studies  
Educational Programme Translation  
Studies: Specialized Translation  
(English and Second Foreign Language)  
Majoring 035 Philology  
Anna V. Vent

Research supervisor:  
L. M. Meleshkevych  
Candidate of Philology,  
Associate Professor

Kyiv – 2022

### ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу магістра з перекладознавства  
студентки 1 курсу групи Мпа 01-21 факультету перекладознавства КНЛУ

Вент Анни Володимирівни

спеціальності 035 Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), перша – англійська, освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

Тема роботи «Лінгвальні засоби вербалізації емоцій в англійськомовному мас-медійному дискурсі як об’єкт перекладацького відтворення українською мовою»

Науковий керівник Мелешкевич Лариса Миколаївна

Дата видачі завдання “10” вересня 2021 р.

Графік виконання кваліфікаційної роботи магістра з перекладознавства

№ п/п	Найменування частин і план кваліфікаційної роботи	Графік Виконання	Підписи студента і керівника
1.	Аналіз наукових першоджерел і складання бібліографії	Жовтень 2021 р.	
2.	Написання теоретичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 1)	Листопад 2021 р.	
3.	Добір мовного матеріалу тексту і складання Додатку (100 англійськомовних речень та їх переклад)	Грудень 2021 р.	
4.	Аналіз мовного матеріалу тексту, який досліджується, і написання аналітичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 2)	Березень 2022 р.	
5.	Проведення перекладацького аналізу досліджуваного мовного явища і написання практичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 3)	Травень 2022 р.	
6.	Написання вступу і висновків дослідження, подання завершеної кваліфікаційної роботи науковому керівнику для попереднього перегляду	Вересень 2022 р.	
7.	Попередній захист кваліфікаційної роботи і подання завершеної кваліфікаційної роботи на кафедру	07 жовтня 2022 р.	
8.	Оформлення документації (відгуки) і підготовка презентації до захисту кваліфікаційної роботи	Жовтень 2022 р.	
9.	Захист кваліфікаційної роботи магістра з перекладознавства	Грудень 2022 р.	

Науковий керівник \_\_\_\_\_ (підпис)

Студент \_\_\_\_\_ (підпис)

**ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА З ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА**

студентки 1 курсу групи МПа 01-21 факультету перекладознавства спеціальності 035 Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), перша – англійська, освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

Вент Анни Володимирівни

за темою «Лінгвальні засоби вербалізації емоцій в англійськомовному мас-медійному дискурсі як об'єкт перекладацького відтворення українською мовою»

Відповідність кваліфікаційної роботи нормативним вимогам (необхідне позначити √ або +)		
1.	Наявність основних структурних компонентів	_____ усі компоненти присутні _____ один компонент відсутній _____ декілька компонентів відсутні
2.	Відповідність оформлення, посилань і списку використаних джерел нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ незначні помилки в оформленні _____ оформлення неправильне
3.	Відповідність побудови вступу нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
4.	Відповідність огляду наукової літератури нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
5.	Відповідність аналітичної частини дослідження заявленій меті та завданням	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
6.	Відповідність практичної частини дослідження нормативним вимогам	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам
7.	Відповідність висновків результатам теоретичної та практичної складових дослідження	_____ повна відповідність _____ відповідність неповна _____ не відповідає вимогам

Особиста думка керівника \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Кваліфікаційна робота \_\_\_\_\_ може бути (не може бути)

(ПІБ студента)

рекомендована до захисту

\_\_\_\_\_ (підпис керівника)

(\_\_\_\_\_) (ПІБ керівника)

” \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2022 рік

## РЕЦЕНЗІЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА З ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

студентки 1 курсу групи Мпа 01-21 факультету перекладознавства спеціальності 035 Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), перша – англійська, освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

Вент Анни Володимирівни

за темою «Лінгвальні засоби вербалізації емоцій в англійськомовному масмедійному дискурсі як об'єкт перекладацького відтворення українською мовою»

	Критерії	Оцінка в балах
1.	Наявність основних компонентів структури роботи — <b>загалом 10 балів</b> (усі компоненти присутні – 10, один компонент відсутній – 5, декілька компонентів відсутні – 0)	
2.	Відповідність оформлення роботи, посилань і списку використаних джерел нормативним вимогам до кваліфікаційної роботи — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, поодинокі огріхи у форматуванні – 8, незначні помилки в оформленні – 6, значні помилки в оформленні – 4, оформлення переважно не відповідає вимогам – 0)	
3.	Відповідність побудови вступу нормативним вимогам — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, поодинокі огріхи стилістичного характеру – 8, несуттєві помилки у формулюваннях – 6, суттєві помилки у формулюваннях – 4, не відповідає вимогам за структурою і змістом – 0)	
4.	Відповідність огляду наукової літератури нормативним вимогам — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, несуттєві помилки у формулюваннях – 8, недостатня кількість проаналізованих іноземних джерел (мін. 30%) – 6, відсутній критичний аналіз наукових праць – 4, не відповідає вимогам за структурою і змістом – 0)	
5.	Відповідність аналітичної частини дослідження заявленій меті та завданням — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8, несуттєві помилки при аналізі фактичного матеріалу – 6, суттєві помилки при аналізі фактичного матеріалу – 4, відсутність власного аналізу фактичного матеріалу (100 речень) – 0)	
6.	Відповідність практичної частини дослідження нормативним вимогам — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8, несуттєві помилки при перекладі фактичного матеріалу – 6, суттєві помилки при перекладі й аналізі фактичного матеріалу – 4, відсутність перекладацького аналізу фактичного матеріалу (100 речень) – 0)	
7.	Відповідність висновків результатам теоретичної та практичної складових дослідження — <b>загалом 10 балів</b> (повна відповідність – 10, несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8, неповне висвітлення результатів дослідження – 6, часткове висвітлення результатів дослідження – 4, не відповідає результатам дослідження – 0)	

Усього набрано балів: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (ПІБ рецензента)

\_\_\_\_\_ (підпис рецензента)

” ” \_\_\_\_\_ 2022 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	1
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЗАСОБІВ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЕМОЦІЙ У МОВОЗНАВСТВІ І ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ .....	4
1.1 Дослідження вербального виявлення емоцій як лінгвістичного явища.....	4
1.2 Проблеми перекладу засобів вербалізованих емоцій.....	11
1.3 Особливості вербалізації емоцій у мас-медійному дискурсі.....	19
Висновки до розділу 1 .....	25
РОЗДІЛ 2	
ЛІНГВАЛЬНІ ЗАСОБИ ВИЯВЛЕННЯ ЕМОЦІЙ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....	28
2.1 Класифікація засобів вербалізації емоцій.....	28
2.2 Лінгвостилістичні особливості вербалізації емоцій.....	34
2.3 Лексико-граматичні особливості вербалізації емоцій.....	39
2.4 Прагматичні функції засобів вербалізації емоцій.....	44
Висновки до розділу 2 .....	49
РОЗДІЛ 3	
ВІДТВОРЕННЯ У ПЕРЕКЛАДІ ЗАСОБІВ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЕМОЦІЙ У МАС- МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....	51
3.1 Транскодування.....	51
3.2 Лексико-семантичні трансформації.....	57
3.3 Лексико-граматичні трансформації.....	64
Висновки до розділу 3.....	71
ВИСНОВКИ .....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78
СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	88
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	88
ДОДАТОК.....	90

Додаток А. Перекладацьке відтворення лінгвальних засобів вербалізації емоцій у англійськомовному мас-медійному дискурсі.....	90
SUMMARY.....	104

## ВСТУП

Дипломну роботу присвячено лінгвальним засобам вербалізації емоцій в англomовному мас-медійному дискурсі, зокрема, лінгвостилістичним, лексико-граматичним та прагматичним особливостям вербалізації емоцій, їхній класифікації, а також проблемам перекладу вербалізованих емоцій в мас-медійному дискурсі.

Теоретичне підґрунтя досліджуваної проблеми є дуже широким та включає праці як вітчизняних, так і іноземних науковців. Було досліджено основу того, як виникають емоції, беручи до уваги фізіологічні, психологічні та психолінгвістичні фактори, етапи процесу виникнення емоцій, а також функції, які емоції відіграють під час комунікативного акту. Кваліфікаційна робота також зосереджується на класифікації емоцій різних вчених, таких як В. Шаховського, О. Малярчука, Є. Кротевича та Н. Родзевича.

На додачу, у кваліфікаційній роботі були описані різні погляди щодо важливості емоційної складової комунікативного акту, що також нерозривно пов'язано з фізіологічними особливостями організму людини. Також у роботі ми дослідили різноманіття емотивного сприйняття і, як наслідок, вербалізації емоцій різними мовами. Теоретичний матеріал включає способи вербалізації емоцій, а також складнощі та способи перекладу цих лексичних одиниць.

Було виділено механізми функціонування емоцій у житті людини, залежно від почуттєвого стану учасників комунікативного акту, а також проаналізовано особливості вживання емоційно забарвлених шарів лексики в мас-медійному дискурсі.

Актуальність теми проведеного дослідження висока, оскільки продовжує привертати увагу вчених. Емоційно забарвлені лексеми яскраво відображають не лише настрої та стан окремих індивідуумів, а й підкреслюють особливості та відмінності народів та середовища, у якому ці лексеми вживаються.

**Апробація результатів дослідження.** Результати дослідження апробовано на Міжнародній науково-практичній відеоконференції «Україна у транскультурному й мультимодальному світі», яка проходила в КНЛУ 25 травня



2022 року та на Міжнародній науково-практичній конференції «Політ», яка проходила в НАУ 18 травня 2022 року. Матеріали доповідей відтворено у тезах: Вербальне виявлення емоцій як об'єкт лінгвістичних досліджень. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2022. С. 12—14; Київ: Видавничий центр НАУ, 2022. С. 10—12.

Метою дослідження є описати лінгвальні особливості емоційно забарвлених лексичних одиниць загалом та англійськомовному мас-медійному дискурсі, а також представити способи адекватного перекладу таких одиниць із збереженням семи певної емоції, враховуючи культурні та мовні особливості мови оригіналу та мови перекладу. Серед інших цілей можна виділити такі: порівняльний аналіз англійських та українських способів вербалізації емоцій в мас-медійному дискурсі, опис фізіологічних та психолінгвальних умов виникнення емоцій, позначення різноманітних класифікацій емоцій та способів їхньої вербалізації, а також аналіз загальних характеристик мас медійного дискурсу.

Предметом дослідження є поняття мас-медійного дискурсу як виду дискурсу. Об'єктом дослідження є емоція як одиниця лінгвістичної системи.

У процесі дослідження було використано безліч інформаційних джерел у вигляді статей із англійськомовних онлайн-видань, що відносяться до мас-медійного дискурсу; а також теоретичних джерел та наукових статей за темою вербалізації емоцій у англійському мас-медійному просторі та застосування певних перекладацьких трансформацій.

Методи, які ми використовували під час дослідження – метод стилістичного та дискурсивного аналізу.

У процесі дослідження як приклад ілюстративного матеріалу було наведено 100 (сто) речень із видань англійськомовного мас-медійного дискурсу. Теоретична та практична цінність об'єкта дослідження складена теоретичними аспектами та поглядом науковців на проблему, описану в кваліфікаційній роботі.

Практичною цінністю роботи є докази теоретичних засад у вигляді проаналізованих речень, за допомогою яких було виявлено, як застосування

перекладацьких трансформацій, зокрема транскодування, лексико-граматичних та лексико-семантичних, впливає на передачу сенсу та вербалізованих емоцій мовою перекладу.

Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, списку використаної літератури та ілюстративних джерел, висновків та додатку, що включає 100 (сто) проаналізованих речень із англійськомовного мас-медійного дискурсу – фактичного матеріалу досліджень. Вступ визначає суть наукової проблеми та її цінність. Кожен розділ поділяється на підрозділи. Перший розділ – теоретичний, він поділяється на три підрозділи. Перший підрозділ фокусується на вербальному виявленні емоцій як лінгвістичного явища та надає інформацію про методи та підходи до визначення емоцій науковцями як явища, ілюструє фізіологічні та психолінгвальні засади виникнення емоцій як процесу, а також подає класифікації емоцій та емоційних станів різними вченими. Другий підрозділ розглядає проблеми перекладу вербалізованих емоцій та описує різницю між вербалізацією і перекладом емоційно забарвлених лексичних одиниць у мові оригіналу та перекладу. Третій підрозділ описує особливості вербалізації емоцій в англійськомовному мас-медійному дискурсі. Другий розділ – аналітичний. Він описує лінгвостилістичні (підрозділ 2) та лексико-граматичні (підрозділ 3) характерні риси засобів вербалізації емоцій, окреслює прагматичні функції засобів вербалізації емоцій (підрозділ 4), а також представляє класифікацію емоцій відповідно до підходів різних вчених (підрозділ 1) на прикладі ста речень із англійськомовних фрагментів мас-медійного дискурсу. Третій розділ – це практичний аналіз ста прикладів ілюстративного матеріалу із англійськомовних мас-медійних онлайн-видань. Він зосереджується на виявленні емоційно забарвлених лексичних одиниць, засобів вербалізації емоцій, а також зосереджується на перекладацьких трансформаціях, що впливають на передачу змісту із мови оригіналу у мову перекладу. Висновки є логічним завершенням дослідження і підкреслюють найбільш важливі тези, а також представляють результати дослідження.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЕМОЦІЙ У МОВОЗНАВСТВІ І ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ

#### **1.1 Дослідження вербального виявлення емоцій як лінгвістичного явища**

Емоція – це явище, виникнення якого займає важливе місце у розрізі знань про природу людини, а також у контексті релевантних наук. Для вивчення цього лінгвістичного явища залучаються такі дисципліни, як психолінгвістика, соціолінгвістика та напрями психології. Емоції – це сукупність інтелектуальних особливостей людини та її вираження почуттів унаслідок особливостей сприйняття світу.

У дев'ятнадцятому столітті В. фон Гумбольдт, німецький філолог та філософ, зауважив, що мова та почуття мають певний взаємозв'язок. Із плином часу в лінгвістиці почала спостерігатися тенденція до опису мови у взаємодії мови з людиною. Варто зазначити, що шари лексики, які виражають емоції, а також вигуки, належать до первинних актів мовлення. Мова не є максимально точним описом дійсності, тож сукупність лексичних засобів, орієнтованих на опис емоцій, які люди проживають щодня, не є точною копією власне цих емоцій. Фокус вивчення мовознавства зосереджується на особливостях індивідуума. Під час комунікативного акту відбувається обмін інформацією, поняттями, емоціями, що впливають на становлення діалогів, настроями, а також суб'єктивною оцінкою мовців [61: 55].

Емотивний аспект мови вивчався у межах різних наук та векторів: когнітивному (Ю. Шамаєва), стилістичному (І. Арнольд, В. Шаховський, М. Брандес), лексикологічному (Л. Бабенко, М. Аверіна), прагматичному (Д. Зиблева) та перекладознавчому (З. Коцюба). Будь-яка лексична одиниця може мати різні значення залежно від обставин, у яких використовується, а також у культурі та соціумі різних народів [19: 71].

Плеяда дослідників досліджували взаємодію мови та емоцій, наприклад, В. Виноградов, В. Шаховський, О. Потебня, Ш. Баллі, В. Гіннекен тощо. За

словами І. Арнольд, образність мовлення створюється за допомогою експресивних засобів на синтаксичному рівні – стилістичної інверсії, риторичних запитань, паралелізмів тощо, а також мовних засобів на лексичному, фонетичному та морфологічному рівні, що надають мові та мовленню емоційного навантаження [63: 55].

Емоція – це складне явище, виникнення якого зумовлено психічними, когнітивними та підсвідомими процесами. Особливістю емоцій є те, що вони не несуть інформативного навантаження щодо об'єктивної реальності та не описують взаємозв'язки між її суб'єктами, а виражають ті почуття, які переживає людина у сприйнятті певної ситуації чи оточення. Науковці виділяють три середовища емоційного прояву індивідуума: органічне життя, предметне почуття та узагальнені почуття світосприйняття. До першої категорії належать безпосередні виявлення емоцій, що пов'язані із базовими потребами людини, наприклад, невдоволення або задоволення. До другої групи відносять емоції, що виникають під час володіння певними матеріальними об'єктами у певному виді діяльності. Третя категорія включає моральні та духовні потреби особистості, що виражаються у світосприйнятті, особливостях переконань, вірувань та менталітету [13: 31].

Аналізуючи структуру мови та мовних явищ, можна зробити висновок, що кожна людина володіє особливостями вербальних та невербальних аспектів мовленнєвої поведінки людини. Важливу роль у становленні мовної особистості людини відіграють емоції. Виникнення емоцій пов'язане з багатьма факторами, наприклад, структурою людського мозку та психіки, менталітетом, соціальним середовищем, видами темпераменту та особливостями культури певної країни. Емоції можуть слугувати сигналом, спонукати до певних дій, і є основою сприйняття кожної особи [13: 31].

Відповідно до попередніх вчень, функціонування емоцій спершу вивчалось виключно психологічними науками, і майже не було предметом вивчення лінгвістики. Емотиологія, наука, що займається дослідженням теорії, вербалізації та вираження емоцій, визначила точки дотику лінгвістики та

психології у вивченні емоцій. Сутність лінгвістичної концепції емоцій у тому, що індивідуум виявляє реакцію на навколишній світ вибірково, приділяючи увагу тому, що дійсно важливо та має значення у певний проміжок часу [13: 33].

Поняття емоції має багато складових, тому для її вираження можуть використовуватися як вербальні, так і невербальні засоби. Невербальні засоби використовуються задля досягнення мети мовця – впливу на референта, а також для вираження власних оцінок та почуттів за допомогою емоцій. Н. Красавський виділив, що вербальні засоби концептуалізації емоцій зумовлені особливостями певної культури та регіону, мають складну структуру, а також виражаються за допомогою лексичних та фразеологічних засобів. Під час обробки інформації, отриманої у процесі пізнання та сприйняття світу, емоції заміняють людині той об'єкт, який викликав певну оцінку, чи зумовив вироблення певного ставлення до нього [13: 34].

Вираження емоцій відбувається на всіх рівнях мови, оскільки нерозривно пов'язане із функціонуванням мовних явищ у житті окремої людини та у розвитку мови загалом. Комунікативний акт передбачає не лише обмін інформацією, але також обмін емоціями та почуттями. Сприйняття слів та виразів мовця є досить суб'єктивним явищем та залежить від сприйняття учасників комунікативного акту дійсності, а також від того, що має на меті висловлювання співрозмовника. Будь-яка розмова та її складові супроводжуються емоційним процесом, тому емоція – обов'язкова складова комунікативного акту [13: 32].

За М. Блохом та Н. Резніковим, 'емотивна лексика – це слова, які мають у своєму значенні сему емотивності'. Її можна поділити на: 1) емотиви-номінативи – слова, що називають емоції; 2) емотиви-асоціативи – слова з прихованою семою емоції; 3) емотиви-експресиви – слова, що виражають емоційну оцінку; 4) okazional'ni емотиви і 5) нейтральні емотиви [50].

Для кращого розуміння емоцій варто зрозуміти їхню природу, тобто те, чим вони викликані, і як відбулося сприйняття окремої події чи інформації. Виникнення емоцій можуть викликати як внутрішні, так і зовнішні чинники. До

зовнішніх чинників належать зміни, які відбуваються у середовищі, що нас оточує; те, що може слугувати основою виникнення емоцій. Внутрішні чинники включають набутий досвід людини, її думки та спогади. Загалом, серед емоцій виділяють афекти, почуття та безпосередньо емоції [53: 280].

Виникнення емоційної реакції – складний процес, який можна розділити на такі етапи:

- 1) детермінація зміни чи події;
- 2) зміна збудження (підготовка до виникнення емоційної реакції);
- 3) інтерпретація події, тобто розвиток оцінки події;
- 4) переживання емоції, що носить суб'єктивний характер;
- 5) зміна в мотивації;
- 6) вмотивована поведінка;
- 7) вторинна оцінка значимості реакції [65: 18].

Найважливішим процесом є інтерпретація важливості події та її характер. Таким чином, будь-яка подія може по-різному сприйматися особою, беручи до уваги особливості когнітивної обробки інформації, а також від переконань та досвіду людини. Така суб'єктивна оцінка того, що відбувається має вплив на мотивацію, і залежно від того, у якому емоційному стані перебуває людина, формується шаблон її поведінки. Найбільше значення має збудженість, що є відповіддю на певну подію, і результатом якої є виникнення складної емоційної реакції [65: 18].

Емоції виникають внаслідок діяльності мозку, що включає як умовні, так і безумовні рефлекси, тому за виникнення емоцій відповідають кора головного мозку та підкіркові центри. Коли людина реагує на зміни середовища або певні події, утворюються тимчасові нейронні зв'язки, а потім – збудження, яке через кору головного мозку передається у підкіркові центри. Нижче від кори головного мозку також розташовані центри, що регулюють діяльність внутрішніх органів людини, тому виникнення емоцій та переживань залежно від суб'єктивної оцінки подій індивідумом, можуть слугувати причиною виникнення певних

фізіологічних реакцій – таких, як сльози, зміна серцевих ритмів та дихання тощо [65: 18].

З точки зору психолінгвістики, емоції – це короткочасні, моментальні виявлення людських почуттів, тож вербалізація емоцій полягає у коректному виборі мовних засобів для досягнення комунікативної мети мовця. У лінгвістиці не існує чіткої класифікації емоцій. Відповідно до класифікації Є. Кротевича та Н. Родзевича мовні засоби, що використовуються для позначення емоцій, є:

1. власне слова, що називають ту чи іншу емоцію (*love, hate, adore etc.*);
2. лексичні засоби, що передають конотативне значення та асоціації (*to become calm, confidence*);
3. слова, що використовуються для надання оцінки (*to encourage, to collaborate etc.*) [53: 280].

Відповідно до класифікації І. Арнольд, існує два шари лексики, що слугують маркером емоцій:

1. лексичні засоби, що називають лише явище і не містять інформації про ставлення та оцінку мовця (*pain, anger, sadness etc.*);
2. лексичні засоби, що називають почуття та описують те, як ставиться автор до цих висловлювань (*irritable, nosey, noisy etc*) [53: 280].

Проблема вербалізації емоцій вивчалась багатьма науковцями: О. Коляденко, М. Кульбацькою, Н. Романовою, І. Арнольдом, Л. Бабенко, А. Вежбицькою, В. Шаховським та іншими (53: 279; 45: 112).

Було доведено, що окрім ділянок кори головного мозку, причиною продукування емоцій більшою мірою є діяльність нервової системи. Функціонування ретикулярної формації призводить до утворення «світлої плями свідомості», як її назвав І. Павлов, що означає приділення уваги тому явищу чи події довкілля, яке має найважливіше значення для людини у певний проміжок часу. Чималу роль у цьому процесі відіграє схильність людини до тих чи інших емоцій; таким чином, у стані емоційної нестабільності чи напруження, вона здатна віднайти рішення, природу якого потім складно пояснити, бо емоція стимулює залучення попереднього життєвого досвіду [65].

Осередки, що відповідають за вироблення емоцій, такі, як центри страждання, насолоду або задоволення знаходяться у певних мозкових ділянках – гіпоталамусі, таламусі, лімбічній системі та корі головного мозку. При цьому, права півкуля мозку, що здебільшого відповідає за образне мислення, є місцем утворення негативних емоцій, у той час, як ліва – що вважається зоною логічного мислення, відповідає за позитивні емоції. І. Павлов зазначив, що у процесі онтогенезу людини формується «динамічний стереотип» – стала сукупність нервових зв'язків, що встановилася відповідно до поєднання зовнішніх збудників. За словами вченого, порушення цього стереотипу є основою переживання негативних емоцій, а зміна, що мала певне підґрунтя дає початок виникненню позитивних емоцій та почуттів [65: 19].

Побутують різні думки щодо понять *емоція* та *почуття*, а саме, чи можуть вони існувати окремо. Більшість вчених дотримується думки, що емоція може виникати без почуття, оскільки короткочасне виникнення емоційного процесу може і не мати свідомого підґрунтя емоційних почуттів. Я. Панскепп стверджує, що ці емоція, так само, як почуття, не повинні взаємодіяти із обізнаністю, тобто, свідомим вибором людини. Якщо така взаємодія трапляється–тоді у висловлюванні, прийнятті рішення чи вибору переважно бере участь емоційний аспект, а не когнітивний, тобто особа комунікує те, що вона відчуває, а не те, що думає. З іншого боку, ізраїльський науковець А. Бен Зев виділяє ще одну властивість виникнення емоцій – коли подія чи явище сприймається вибірково. У цьому випадку людина залучає оцінює ситуацію та звертає увагу на те, що для неї є домінантним на момент сприйняття [65: 19].

Протягом дослідження лінгвістичних процесів науковці (Е. Сепір, М.Брель, К. Бюлер, Ван Гінекер, Г. Гійом, Ш. Балл та ін.) довгий час сперечалися щодо доцільності вивчення емоцій та їх впливу на мову, оскільки деякі вчені вважали, що емотивний аспект не настільки важливий, як когнітивний (Е. Сепір, Г. Гійом, К.Бюлер). Французька вчена Катрін Кербра-Ореккіоні стверджувала, що питання дослідження емоцій у мовознавстві двадцятого століття було незначним, оскільки, за її словами, власне вираження емоцій не є ключовим.



Американський лінгвіст Едвард Сепір зазначав, що мова – це засіб комунікації на інстинктивному рівні, тож почуття і емоції не мають такого значення, як створення самого концепту та ідеї [44: 46—48].

Інша група вчених (М. Брель, Ш. Баллі, Ван Гінекер) доводили протилежне. На думку М. Бреля, основною функцією мови є не висловлення роздумів та обмін інформацією, а висловлення бажання та наміру, що не може бути здійснене виключно за допомогою мови без емоційного підтексту. Питанню вираження емоцій за допомогою мови та ролі емоцій у комунікативному акті почали приділяти більше уваги, коли область досліджень лінгвістики почала включати в себе вивчення психології мовця, носія мови та учасника спілкування, а напрями лінгвістичних наук почали носити більш гуманістичний характер [44: 46—48].

Під час виявлення причин та характерних ознак виникнення та функціонування емоцій, слід враховувати два аспекти: конотативний та денотативний. Конотативний підхід характеризується безпосереднім вивченням вираження та вивчення емоцій у концепті мови та на мовленнєвому рівні, а денотативний – виявляє розвиток емоцій у природному комунікативному середовищі, оскільки представляє лексичні засоби позначення та вербалізації емоцій [13: 34].

Залежно від того, які почуття переживає суб'єкт та від ситуації, яка відбувається, існують різні емоційні процеси, що є результатом діяльності кори головного мозку та підкіркових структур, а також певних утворень нервової системи. Найважливішою складовою емоційної реакції є збудженість, викликана певними подіями. Виникнення емоції пов'язане як з внутрішніми змінами всередині людини, так і з зовнішніми змінами у середовищі, і чим більше людину вражає певна подія, тим більше емоцій вона переживає [13: 34].

У культурному та соціокультурному контексті також спостерігається тісний зв'язок процесів мислення, емоцій та засобів, які використовуються у кожній мові індивідуально задля їхньої вербалізації. Питання національно-культурних особливостей вираження емоцій є пріоритетним напрямом вивчення

у сучасному мовознавстві. Серед усіх рівнів мови, найбільше значення у культурно-забарвлених відтінках комунікативного акту відіграє лексика, оскільки є безпосереднім складником світогляду та традицій певного народу. Відповідно, емоції, що є компонентом мовленнєвого акту, також відображені у свідомості окремих спільнот. Серед характерних рис емотивної лексики В.Гумбольдт виділив соціально та культурно марковані одиниці мови. Способом вираження почуттів та мислення народу є мова, і саме мова безпосередньо пов'язана з історичною та духовною спадщиною окремих країн. Вчений зазначав, що мова не є дзеркальним відображенням світу, але є його тлумаченням, тож різні мови і різні мовці тлумачать світ по-різному [64: 71].

Отже, емоція – це комплексне явище, вивченням якого займаються такі науки, як психолінгвістика, соціолінгвістика та напрями психології, та яке виявляє результат сприйняття людиною навколишнього середовища. Існують такі підходи до вивчення емоцій: конотативний та денотативний. Конотативний займається вивченням емоцій у концепті мови та на мовленнєвому рівні, а денотативний – розвитком емоцій у природному комунікативному середовищі. Залежно від особливостей сприйняття подій, людина проживає позитивні та негативні емоції. Вони – результат діяльності кори головного мозку та підкіркових структур, а також певних утворень нервової системи. Найважливішою складовою емоційної реакції є збудженість.

## **1.2 Проблеми перекладу вербалізованих емоцій**

Як відомо, мова – це система знаків, до складу якої входить багато як мовних, так і парамовних явищ, а отже, вона підходить до будь-якого типу комунікативних ситуацій. Тому, для вираження емоцій здебільшого застосовуються мовні засоби. Процес виникнення простих почуттів відбувається шляхом інтероцепції, що є відображенням організму стану внутрішніх органів, рівня гормонів та імунітету [32: 106].

У сучасному світі результат мовної комунікації залежить від емоцій, які проживають її учасники. Комунікативний акт складається з таких важливих

факторів, як денотативні значення та емотивна лексика. Вона може мати денотативний компонент, який називає той чи інший емоційний стан, та конотативний, який передбачає підключення каналів «позитивне» чи «негативне» значення, що і здійснюється посередництвом емотивно-навантажених лексичних одиниць. Емоції формуються в кожній мові та мають риси, притаманні кожній лінгвокультурній спільноті, тож мають важливе значення у синхронічному та діахронічному розрізі вивчення мови, а також мають враховуватися під час перекладу [32: 107].

У сучасному світі виникнення та опис емоційних процесів людини є досить поширеним, особливо у художньому та медійному дискурсі, де мова набуває особливого стилістичного та емотивного забарвлення. Окрім викладення основного матеріалу, видання та праці супроводжують інформаційну функцію мови із емоційною. Внесок радянських вчених у вивчення цього питання є значним: вони вивчали прояв емоцій на різних рівнях, зокрема, лексичному, синтаксичному та фонетичному. О. Лук виокремлює позитивні, негативні та почуттєво-нейтральні емоційні стани [32: 107].

Вербалізація цих станів насамперед пов'язана з психологічно закладеною природою сприйняття людиною дійсності, а також її свідомості. Залежно від того, який психічно-емоційний стан переживають учасники комунікативного акту, задля вербалізації емоцій можуть використовуватися різноманітні вербальні засоби, так, як лексичні та фразеологічні засоби, вигуки, а також невербальні – інтонації та паузи. Вираження емоцій є досить індивідуальним та залежить від психоемоційного характеру особистості, тож становить складність при передачі цієї інформації у перекладі. Вербалізація емоцій надає одиницям мови позитивного або негативного конотативного значення, залежно від почуттів людини, а деякі можуть виражати обидва значення [53].

Наприклад, лексема *shock* має звичне для багатьох людей негативне значення, що описує стан, при якому спостерігається емоційне потрясіння, розгубленість, хвилювання чи пригніченість. Однак, у певному контексті це слово може мати позитивну імплікатуру, що передбачає радість від пережитих

емоційних потрясінь або стан емоційного піднесення [53: 282]. У реченні *I hope Trump does not run. He can do a lot more for the party as an advocate than a candidate.* (BBC – 09.12.2021, URL) вербалізована емоція “hope” має негативний відтінок, хоча зазвичай емоція сподівання використовується із позитивною конотацією.

Незважаючи на те, що емоції – поняття універсальне, вони мають певний спектр та відтінок, що може становити складність для перекладача. Окрім того, когнітивні процеси залежать від вербальних контекстів, де вираження емоцій посідає ключове місце у теорії комунікативного акту.

На думку науковців, різні мови по-різному вербалізують емоції: одне слово може передавати емоції по-різному і передбачати потребу акценту на певному факторі комунікативного наміру мовця. Мова передає усі почуття та досвід, які переживає людина, тож категорія емотивної лексики часто вважається неперекладною. Проблемою перекладів такої лексики займалися такі науковці, як Н. Максимчук, М. Полюжин та інші [12].

Адекватна та точна передача змісту оригінального твору чи статті – основне завдання перекладача. Проте, англійські слова часто багатозначні, і не всі жанри літератури дозволяють вживати певні конотативні значення слів. Емотивна лексика показує те, як ставиться сам автор до твору, героїв, подій тощо, або те, як передають ці емоції учасники певної події, а також надає словам та висловленням певного стилістичного ефекту [12].

Лексеми, які передають різні почуття, наприклад, задоволення, обурення, злість, радість, надають явищам та подіям якісну оцінку, оскільки, вже включають у себе елемент емоційної оцінки. Задля вираження негативних емоцій використовуються вульгаризми та лайка (*шахрай, ледащо, поганець*), а також такі слова, як *сум, жаль, розлука* [12].

Вербальні засоби передачі емоцій можна поділити на лексичні (словотворення з використанням афіксальних морфем) та синтаксичні (еліптичні конструкції, стилістична інверсія) [47].

На думку лінгвістів, переклад емотивної лексики є найскладнішим та вимагає від перекладача пошуку еквівалентів для адекватної передачі змісту. Існує мова опису емоцій та мова вираження емоцій. Коли емоції переходять на рівень мови, вони переходять в емотивність, що є не психологічною категорією, як емоції, а мовною. Основною метою поняття емотивності є прагматичний вплив на читача, а одним із головних завдань перекладу емоційної лексики – відповідна передача естетичних та емоційних концептів, орієнтуючись на мову читача, та досягнення прагматичного ефекту.

Досить вживаним є використання не безпосередньо вербалізованих емоцій, а лексичних одиниць, що називають та описують їх контекстуально, наприклад *He was burning visibly — a grayish flush had spread over his face, dissolving all his expressions into a vast ineffectuality* – Він аж палахкотів — обличчя почервоніло, перекривилося, втратило свідомий вираз [62]. У поданому реченні емоцію «злість, лють» передано через метафору ‘burning’, тож емоційний стан героя переданий досить адекватно. Іншим випадком передачі вербалізованих емоцій при перекладі є вигуки: вони є найпростішими формами передачі емоційного навантаження речення. У реченні *Mercy! How did that happen? – Господи! Як же це вийшло?* вигук передає емоцію здивування та співчуття [62].

Ще однією складністю при перекладі вербалізованих емоцій є необхідність розширити значення або пристосувати еквівалент мови перекладу до оригіналу, щоб справити потрібний ефект на цільову аудиторію. У такій ситуації перекладачі вільно обирають лексичні засоби задля передачі емоцій та почуттів, але не варто зловживати такою свободою творчості, оскільки, незважаючи на застосування перекладацьких трансформацій, сенс та ідея твору повинна залишатися незмінною. У даному реченні перекладач розширив значення слова ‘admirar’ та додав до його денотативного значення ‘захоплюватися’ додатковий опис емоцій, що виникли у мовця: *Silently she admired him – [ ] і замилувалась ним: Ні, якщо в світі існує ідеальний чоловік, то — ось він* [62].

На відміну від лексичних одиниць, що спрямовані виключно на передачу інформації та раціонального аспекту висловлювання, емотивна лексика у

перекладі не може бути буквально передані засобами іншої мови. Зазвичай емотивність поширюється не лише на окремі слова чи фрази, а на цілі вирази – стилістичні звороти, метафори, фразеологізми, а подекуди і цілі речення та частини тексту. Через те, що варіанти таких речень та фрагментів не завжди збігаються в англійській та українській мовах можна спостерігати неможливість підбору мовних засобів, що адекватно передають стилістичне, змістове та образне наповнення твору в обох мовах [62].

У реченні *'It's an outrage – Це неподобство!'* [62] застосований спосіб дослівного перекладу, що також є дуже поширеним способом передачі емоцій та стану героя. Таким чином, емоція обурення та невдоволення передається безпосередньо через абсолютний еквівалент мови цільової аудиторії. Проте, такий спосіб перекладу не завжди може бути доречним через невідповідність лексичних систем у обох мовах, через культурні особливості передачі емоцій певної країни, або ситуативно-контекстуальний фактор. Різні країни та культури по-різному асоціюють певну лексичну одиницю із емоцією, яку вона описує, тому значення емоційно-забарвлених слів може не збігатися зовсім, або мати дещо інший відтінок [62].

Емотивний складник мови знаходиться у семантичній системі мовних одиниць та виявляє почуття та ставлення мовця до позначуваного предмета. У історії англійської мови спостерігається тенденція зростання частотності використання емоцій. Цей процес відбувається посередництвом застосування їхніх власних мовних засобів, що дає змогу виражати емоції та почуття за допомогою автентичності культури. Носій мови має змогу регулювати процес вираження емоцій та підлаштовувати їх під різні умови та фільтри свідомості, тому одна емоція може по-різному виражатися у різних ситуаціях [19: 71].

Окрім пошуку прямого лексичного відповідника емоції (*sadness* – “сум”, *happiness* – “щастя”, *angry* – “злий” тощо), поширеними способами перекладу вербалізованих емоцій є: використання прислівників, що розширюють та посилюють значення фрази: *I've been immensely moved by the love and affection I've had from friends in recent weeks* (TG, URL). Варто зазначити, що емоції у

тексті можуть також вербалізуватися за допомогою пошуку аналога, що вимагає більш кропіткої праці з боку перекладача, оскільки, на відміну від еквівалента, аналогів може існувати декілька, і важливо обрати саме той, що якомога точно описує та передає емоційний стан мовця [19: 71].

У випадках, коли лексична одиниця не може бути передана мовою цільової аудиторії за допомогою еквівалента, застосовується описовий переклад, тобто, значення слова пояснюється за допомогою мовних засобів та зворотів.

Суттєвою проблемою при перекладі емотивно-забарвлених лексичних одиниць мови є збереження їхнього стилістично-маркованого забарвлення та конотативного значення. Експресивність лексеми у англійській мові часто передається за допомогою використання конструкцій, таких, як *It is(was)+smth(smb)+-+that (who)...*, конструкцій з займенником *what* та інверсії. Особливого емпатичного забарвлення тексту надають стилістичні прийоми – повтори, паралелізм, номінативні та еліптичні речення [15: 66].

Емоційне забарвлення словам найчастіше надається за допомогою використання прихованих лексичних форм – натяків, двозначних виразів, алегорій, що у більшості випадків унеможлиблює адекватну та точну передачу тотожними мовними засобами іншої мовної системи при перекладі. У більшості дискурсів, включаючи мас медійний, спостерігається широкий спектр вживання експресивних засобів – метафор, епітетів, ідіом, фразеологічних виразів та інших, що пояснюється потребою надання мові насиченості та особливого забарвлення. Однак, з точки зору перекладу, це становить складність, оскільки, через невідповідність цих елементів у двох мовах, зміст та стилістичне наповнення тексту можуть різнитися [17: 22].

Важливими факторами виникнення, функціонування та передачі емоцій є національно-культурні особливості та психічна природа явища. При перекладі емотивної лексики необхідно зберегти сутність одиниці та її культурну маркованість, а також адекватно передати її значення та форму цільовій аудиторії – носіям культури та мови перекладу [17: 25].

На думку О. Бурукіної, переклад – це також трансформація світогляду та менталітету. Вживання емоцій та їхній точний переклад надзвичайно важливий, оскільки за допомогою опису емоційного стану мовця реципієнт краще уявляє його внутрішній світ, емоції та почуття, що виникають як реакція та певну подію. Це дає змогу досягти основної мети – прагматичного афекту на читачів [17: 27].

Англійський вчений Пол Грайс виділив такі максими культури перекладу:

- 1) максимум кількості, який передбачає, що висловлювання не повинно містити більше інформації, аніж потрібно;
- 2) максимум якості, за яким перекладач повинен подавати ту інформацію, що є перевіреною;
- 3) максимум релевантності: перекладач не повинен відходити від теми;
- 4) максимум ясності, що передбачає використання лише тих виразів і лексичних одиниць, що є чіткими та зрозумілими.

Тому вираження прагматичної інтенції є важливим і складним процесом. З одного боку, перекладач повинен наповнити переклад еквівалентними емотивними одиницями та зробити текст насиченим і цікавим, а з іншого – обмежений у виборі трансформацій задля збереження змісту і форми творів. Також важливо зберегти схожість почуттів, які виникають при читанні оригінального тексту і перекладу, щоб максимально наблизити читача до автора за допомогою перекладу. Якщо сприйняття сутності твору реципієнтами вихідної та цільової мови відрізняються, мети перекладу досягнуто не було, тому для досягнення адекватності перекладу важливо не лише підібрати еквівалент за змістом, але також функціональний, який би викликав у читачів обох культур рівнозначну реакцію після прочитання твору як на лексичному, так і на емоційному рівні [17: 24].

Під час виконання перекладу важливо враховувати культурні розбіжності та розбіжності у конотаціях слів обох мов, які їхні носії вкладають у слово під час його використання у комунікативному акті. Для виконання цього завдання мовці повинні володіти достатньою інформацією про етичні коди вираження емоцій та почуттів країн, правила використання експресивних засобів, механізми



опису як чужих, так і своїх емоцій в обох лінгвокультурних системах. Це може бути доречним при перекладі емоцій як конотативного складника мовних засобів, наприклад, фразеологізмів, метафор, ідіом та контекстуальних лексем – тих, що описують емоції.

Як правило, перекладачі керуються певними стратегіями перекладу – одомашнення та очуження. Вибір стратегії базується на цільовій аудиторії, психічних та культурних особливостях, а також на наявності перекладів певних творів у цільовій мові. Стратегія одомашнення більше орієнтується на потреби та норми нації, яка отримує переклад та на чітке дотримання перекладацьких механізмів, у той час, як стратегія очуження зберігає оригінальність автора та лінгвокультурну специфіку мови оригіналу [17: 27].

Для перекладу емотивної лексики найчастіше використовуються такі трансформації: транспозиція, опущення, додавання, граматична заміна, що належать до граматичних трансформацій; диференціація та функціональна заміна, що належать до лексичних трансформацій, та повне перетворення речення або фрази, що належить до лексико-граматичних трансформацій. Вибір певних засобів під час перекладу емотивних лексичних одиниць детермінований багатьма факторами, серед яких не тільки лінгвістичні, а й екстралінгвістичні – специфіка передачі реальності за допомогою вербальних засобів в обох мовах, а також комунікативно-прагматична домінанта під час перекладу [17: 28].

Таким чином, емотивність – це категорія тексту, яка окрім когнітивно-інформативної функції також має й емотивну функцію, яка орієнтована на визначення та вираження ставлення мовця до висловлювання, його емоційний стан та комунікативний намір. Для досягнення однакового ефекту та емоцій від передачі цієї категорії в обох мовах перекладач повинен враховувати багато факторів, таких, як культурологічні та соціолінгвістичні особливості мовних систем, намір автора, відповідність функціонування емоції в обох мовах та особливості вербалізації емотивної лексики.

### 1.3 Особливості вербалізації емоцій у мас-медійному дискурсі

Кожен функціональний стиль літературної мови може характеризуватися використанням емотивної лексики, але в художніх та публіцистичних творах вона найбільш широко вживана. Емоційність надає реченням виразності та має особливий вплив на емоції, почуття та світосприйняття реципієнта. Досить поширеним в українській мові є вживання зменшено-пестливої лексики. Вони надають мові особливого забарвлення, оскільки вживаються в розмовній мові та мас медійному дискурсі та передають емоції, пов'язані із світлими та ніжними почуттями людини. Від того, які слова побутують у повсякденному вжитку, залежить характер стосунків між людьми [12: 209].

Деякі науковці (Т. ван Дейк, Т. Добросклонська, Д. Крістал, М. Желтухіна, Н. Оломська, Ю. Шевлякова та ін.) розподіляють масмедійний дискурс на:

- дискурс преси (або дискурс друкованих ЗМІ);
- радіодискурс;
- дискурс телебачення;
- Інтернет-дискурс [40: 4]

Особливістю мас-медійного дискурсу є те, що окрім передачі інформації та подання фактів, він також здійснює вплив на читача, і, залежно від комунікативної мети автора, цей вплив може бути позитивним або негативним.

У мас-медійному дискурсі мова має певні особливості. Перш за все, вона покликана подати інформацію цікаво, стисло та підкреслюючи основну інформацію. Лексичні одиниці підбираються на основі інтересів населення і виконують як комунікативну функцію, так і емоційну, здійснюючи вплив на почуття людини. Публіцистичний стиль дозволяє спростити та стандартизувати стилістичні, граматичні та лексичні засоби для точного транслявання основних подій та думок автора [12: 210].

Вираження як позитивних, так і негативних емоцій та емоційних станів відбувається на синтаксичному, морфологічному та фонетичному рівнях. Загалом, автори часто використовують іменники та прикметники, що містять

оцінний компонент. Також для носіїв англійської мови притаманне використання дієслівних форм та модальних дієслів, що іноді може не збігатися з особливостями мови перекладу, зокрема українською [57: 62].

Під час передачі емоцій та стану мовця може відбуватися відхилення від традиційних норм та стандартів граматики та структури мови. Наприклад, порушення порядку слів у реченні, використання конотативних значень деяких слів або граматичних форм свідчить про набуття висловлювання емоційності та зміни комунікативного коду мовця. Також під час аналізу англомовних текстів можна проаналізувати єдність емоційної та експресивної функцій мовлення, що досягається здебільшого завдяки особливому використанню граматичних засобів [57: 62].

Кожне модальне дієслово слугує для вираження певних емоцій. Так, слова *must*, *have to* виражають зобов'язання, *shall* та *should* слугують для порад, а *had better* використовуються у досить неформальних середовищах для висловлення поради. Вираз *it's time* або *it's high time* часто передають нетерплячість з приводу якоїсь грядущої події або ситуації, а *will* та *would* допомагають висловити невдоволення чимось, у випадку, якщо використовуються для вираження повторюваних дій. Прислівники *yet*, *still* та *already*, заперечні питальні конструкції, використання минулого часу, а не теперішнього, а також непрямий порядок слів із використанням підсилювальних одиниць *anymore* та *any longer* є ще одним способом надання мовленню емоційної забарвленості [57: 63].

Особливістю мас-медійного дискурсу є необхідність урахування інтерсеміотичного аспекту як в аналізі, так і при перекладі. Медійні тексти здебільшого доповнені зображеннями, символікою та іншими візуальними елементами, які є важливим індикатором інтенції автора, опису його стану, а також вважаються потужним інструментом впливу на читача. Ілюстрації, так само, як і слова, можуть мати певний ефект на читача та його емоції [33: 83].

Інформація, яка подається в мас-медійному дискурсі, тобто, виданнях, онлайн-журналах, публікаціях, статтях тощо у більшості випадків надходить від ЗМІ. Вони мають на меті формування світогляду та певних вірувань читача та

вплив на нього. Тому, інформація, яку ми сприймаємо, проходить авторську інтерпретацію. У цьому аспекті, вербалізація емоцій також є важливою частиною створення емотивного впливу на реципієнта, яка проходить через призму розуміння та стратегії подання емотивної лексики у готовому виданні чи статті, залежно від комунікативного наміру автора [43].

На відміну від попередніх років, у сучасних ЗМІ спостерігається тенденція відмови відкрито пропагувати певну особу або ідею. Стратегії впливу та маніпуляції застосовуються приховано, що призводить до формування бажаної оцінки ситуації або події реципієнтом [43].

У електронних газетах та журналах, зокрема, британських, використовуються такі лексичні засоби:

1. Мовні кліше – стійкі поєднання певних слів, які разом передають певну комунікативну функцію. Вони призначені для часто вживаних, поширених, стандартних ситуацій. Наприклад, *local election, take the responsibility, an increasing number, on the verge of collapse*.

2. Лексичні скорочення, що піддають мову певним стандартам, зокрема, *UN, NATO, Brexit etc*.

3. Запозичені слова, що на поточному етапі розвитку мови адаптувалися та вкорінилися у мовній системі країни, наприклад, слова французького та італійського походження: *bonvivan, au fait*.

4. Неологізми, зокрема, морфологічні, що передбачають невластиве використання афіксів у сполученні із словами, наприклад, *uberisation, climatearian*.

5. Емотивна лексика, функцією якої є вираження емоцій та почуттів людини. В. Шаховський поділяє емотивну лексику на слова-афективи, слова-конотативи та слова-номінативи, що позначають емоційний стан людини, про яких йде мова, або про автора видання [22: 535].

Вербалізація емоцій в англійськомовному мас-медійному дискурсі здійснюється за допомогою вживання вигуків, що можуть транслювати як

позитивні, так і негативні емоції (гнів, радість чи роздратування), наприклад, *No, oh my God, they're gonna kill you for that!*” *she exclaims* [22: 535].

. Лексика, що надає певній особі характеристик іншої, відомої особи, часто використовується для вербалізації емоцій у медіа для залучення уваги читача. Наприклад, якщо людина амбіційна, цілеспрямована, її називають Наполеоном. Також, до цієї групи відносяться і прізвиська: *Kimye* – так називають Кім Кардаш’ян та її чоловіка Канье Уест. Слова-конотативи представлені фразеологічними одиницями. У виданнях та публікаціях вони використовуються для надання висловлюванню емотивного та стилістичного забарвлення – *Australia’s \$5.2bn cruise industry is itching to get back on the water*, *Extra Energy gets customers hot under the collar* [22: 535].

Використання емотивної лексики є ефективним, оскільки допомагає читачу швидко оцінювати описану новину або подію, а також викликає у нього певні емоції, що стають результатом позитивної чи негативної оцінки прочитаного. Серед описаних вище засобів вербалізації емоцій, важливе місце посідають саме вигуки, оскільки вони безпосередньо вказують на точність емоції, яку переживає людина. Наразі, у сучасних медіа-висловлюваннях можна знайти односкладові вигуки, оскільки закон мовної економії не дозволяє нагромаджувати мову медіа-ресурсів. О. Малярчук зазначає, що використання вигуків, а також їх значення залежить від певного контексту або середовища вживання, і виділяє:

1. Вигуки-позитивні емоції. До них відносяться такі, що виражають:

а) полегшення: *‘Phew! Kwarteng can breathe again as Meggitt race slims down..’*

б) радість: *‘Yippee!’: Klopp delighted as Liverpool qualify for Champions League group stage*

в) симпатію, позитивну оцінку: *‘Oh, what a lovely brand of rugby.’*

г) збудження: *‘NBA: ‘Oh my goodness!’ - Karl-Anthony Towns’ deep buzzer-beater leads plays of the week’*

2. Вигуки-негативні емоції, що можуть позначати:

а) жаль: *'Oh my gosh, the kittens!' How the pandemic unleashed bedlam in veterinary clinics'*

б) роздратування: *Yo, Theresa May, where's the money for Grenfell?' asks Stormzy*

в) розчарування: *Good grief! A woman MP even ghastlier than Diane Abbott.*

г) неприємні почуття, збентеження: *Uh oh... Olesen, evidently nervous when introduced, finds the water with his hybrid*

д) огиду: *Ugh?! What is this?! Black hot dogs?'*

е) обурення: *Err, who invited you?*

є) злорадство: *Ha ha, I'm younger than Keidis and have better hair.*

ж) зневагу: *Kids, huh? They say the darnedest things, they look at the world with fresh eyes and then, once every decade or so, you remember they can be murderers*

з) відчай: *Dear oh dear. Everyone is falling out with everybody else these days.*

и) душевний біль, переживання: *Ouch! Swimmer smacks his face into the edge of the pool when his backflip into the water goes painfully wrong [22: 535].*

Наступним засобом вербалізації емоцій у мас-медійному дискурсі є використання фразеологізмів та сталих виразів. Мова ЗМІ повинна бути насиченою та приваблювати читачів, тому особливого колориту текстовому наповненню статтям надають фразеологізми. Частка їх використання на позначення позитивних емоцій – більша, ніж на позначення негативних; вони здебільшого виражають конотативне значення [22: 536].

Залежно від того, які емоції виражають фразеологізми, вони знаходяться у відповідних рубриках видань, що якнайкраще описують розкриття певного емоційного стану та сферу вживання фразеологічної одиниці. Наприклад, якщо автор хоче передати емоцію піднесення або закоханості, часто вживаються такі фразеологізми *over the moon, head over heels, on cloud nine*. Для вираження емоції радості, гордості, піднесення від виграшу (зокрема, у спортивних хроніках), використовується фразеологізм *on top of the world*. Фразеологічна одиниця *go into something* передає значення особливої зацікавленості у певній справі та діяльності [22: 536].

Ідіоматичні вирази грають важливу роль у вираженні негативних емоцій. Для підкреслення кульмінації або не надто сприятливого розвитку ситуації, використовується фразеологізм *all hell broke loose*, а для передачі негативної почуття невдоволення чимось застосовується ідіома *sponge off*. Для вираження емоції гніву можуть використовуватися такі фразеологізми, як *get hot under the collar*, *drive round the bend* або *fly into a rage* [22: 536].

Фразеологізми допомагають у створенні живого та природнього середовища для належного функціонування комунікативного акту, зокрема в мас медійному дискурсі. У англійськомовному мас-медійному дискурсі, зокрема, в електронних виданнях, задля вербалізації емоцій вживаються ідіоми різноманітного походження. Наприклад, поширеними є фразеологізми, що беруть початок від англійських традицій, звичаїв, національних особливостей, а також пов'язані з іменами королів – *king Charle's head*, *to sit above the salt*, *carry coals to Newcastle* [60: 259].

Також характерним є вживання одиниць, які містять компонент на позначення назв тварин, наприклад, *to take the bull by horns*, *to put the cart before the horse*, *kill two birds with one stone* etc. Задля створення стилістичного та експресивного ефекту, фразеологічні звороти, як і інші мовні засоби в мас-медійному дискурсі, можуть вживатися як у оригінальному, так і в дещо модифікованому вигляді [60: 259].

Заголовки статей англomовних видань також часто вдаються до вжитку фразеологізмів. Це допомагає з перших слів статті привабити читача, оскільки ідіоми – стилістично насичене та експресивне явище. З точки зору емотивного підходу, фразеологічні одиниці в заголовках теж відіграють важливу роль – вони точно описують, якого емоційного характеру набуває увесь подальший текст [60: 260].

Вираження емоцій є невід'ємною частиною мас-медійного дискурсу через різноманітність аспектів аналізу та орієнтованість на читача. Емоційність використовується задля досягнення прагматичного ефекту на читача та формування певної реакції. Основним індикатором для вербалізації емоцій є

емотивні мовні одиниці. Т. Адамчук виділяє такі засоби та ресурси емоційності тексту, як авторська манера викладу нарративу, контекст, використання як вербальних, так і невербальних засобів тощо [60: 260].

Категорія емотивності полягає в тому, що за допомогою залучення емоцій у комунікативний акт, мова виглядає природньо, насичено та емоційно. В.Шаховський виділяє три категорії лексичних одиниць, які слугують інструментом вербалізації емоцій – експлікативна, дескриптивна та номінаційна. Перша категорія включає одиниці, що безпосередньо виражає емоції – конотативи, афективи та потенціативи. До другої групи відносяться мовні засоби, що описують емоції, беручи до уваги здебільшого опис не так самої емоції, як її зовнішніх проявів – виразу обличчя, рухів, поведінки, особливої реакції тощо. Третя категорія включає лексичні одиниці, які називають емоцію та містять безпосередню інформацію про внутрішній стан мовця або героя – *страх, радість, здивування, відчай* тощо [17: 26].

Отже, мас-медійний дискурс характеризується особливою метою, оскільки, окрім інформаційної функції, він також виконує і апелятивну – впливає на читача, формуючи його думку, світогляд та переконання. Тому, текст статей, видань та інших одиниць англійськомовного мас-медійного дискурсу повинен бути емоційно насиченим, щоб виглядати природньо та експресивно. Серед найбільш вживаних способів вербалізації емоцій можна виділити фразеологічні звороти, мовні кліше, використання особливих граматичних засобів (порушення прямого порядку слів, використання минулого часу замість теперішнього, використання модальних дієслів), використання лексичних одиниць, що безпосередньо називають емоції та психоемоційний стан мовця (*fright, pleasure, indignation*) та вигуків.

## **Висновки до розділу 1**

Отже, у процесі дослідження було проаналізовано поняття емоцій як явища, природу їхнього виникнення, зв'язок із анатомією людини та зв'язок з когнітивними процесами людини. Було також взято до уваги особливості



вербалізації емоцій та передання їх при перекладі, а також у текстах англомовного мас медійного дискурсу, такі, як:

1. Емоції – це складне психічне явище, що взаємодіє із багатьма іншими когнітивними процесами особистості та відображує реакцію людини за події зовнішнього світу. Емоцій можуть виникати як рефлексивно, так і набуватися в процесі онтогенезу, базуючись на особливостях характеру індивідуума та його сприйняття навколишнього середовища. Виникнення емоцій та їх вираження виникає від збудників – тих речей, які і провокують реакцію людини та її емоційний стан.
2. Протягом тривалого часу науковці сперечалися щодо того, чи варто включати феномен емоцій до об'єктів вивчення лінгвістики. Деякі вчені стверджували, що основною функцією мови є когнітивна, а деякі зазначали, що мова – явище, яке відбувається на інстинктивному рівні.
3. Задля вербалізації емоцій використовуються різноманітні стратегії, такі, як вигуки, слова та вирази, що виражають емоційну маркованість та є стилістично забарвленими, фразеологічні звороти, мовні кліше, а також невербальні засоби – паузи та інтонації. Вербалізація емоцій повинна відбуватися так, щоб і когнітивна, і апелятивна функція тексту зберігалася. Ще однією складністю при перекладі вербалізованих емоцій є необхідність розширити значення або пристосувати еквівалент мови перекладу до оригіналу, щоб справити потрібний ефект на цільову аудиторію. У такій ситуації перекладачі вільно обирають лексичні засоби задля передачі емоцій та почуттів, але не варто зловживати такою свободою творчості, оскільки, незважаючи на застосування перекладацьких трансформацій, сенс та ідея твору повинна залишатися незмінною.
4. Незважаючи на те, що емоція – явище досить універсальне та поширене, при перекладі фахівець повинен взяти до уваги спектр та відтінки емоцій людини, а також культурні та етнічні особливості. Інколи емоційно-забарвлені лексичні одиниці у мові оригіналу та перекладу можуть не збігатися через специфіку сприйняття та менталітету певного народу, тож

перекладач повинен або вдатися до пошуку еквіваленту у мові оригіналу або знайти лексичний засіб, який якомога точніше передасть комунікативний намір мовця.

## РОЗДІЛ 2

### ЛІНГВАЛЬНІ ЗАСОБИ ВИЯВЛЕННЯ ЕМОЦІЙ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

#### 2.1 Класифікація засобів вербалізації емоцій

У результаті проведеного аналізу досліджуваного явища та вивчення теоретичного матеріалу, було встановлено, що емоції – це складне явище, яке залежить від підсвідомих, когнітивних та психічних факторів. Особливістю емоцій є саме опис почуттів, яке переживає людина, а не інформаційне ядро.

Для вираження емоцій застосовуються вербальні та невербальні засоби, отож, існують різні класифікації мовних засобів. Хоча в лінгвістиці не існує точної класифікації емоцій, Є. Кротевич та Н. Родзевич виділяють:

1. власне слова, що називають ту чи іншу емоцію (*love, hate, adore* etc.);
2. лексичні засоби, що передають конотативне значення та асоціації (*to become calm, confidence*);
3. слова, що використовуються для надання оцінки (*to encourage, to collaborate* etc.)

У реченні (18) *I've been immensely moved by the love and affection I've had from friends in recent weeks.* (TG, URL) можемо прослідкувати використання слів *love* та *affection*, що безпосередньо називають емоцію. Вираз *I've been moved* є лексичним засобом, що викликає асоціацію із емоцією, тобто, висловлюють емоційну оцінку. Вираз не лише передає інформацію про вживання емоції, а й виражає ставлення мовця до явища.

Речення (7) *That's all. We cut childhood poverty by 40%, an extraordinary accomplishment.* (TG, URL) містить емотивно забарвлений прикметник 'extraordinary', що відноситься до лексики, яка надає оцінку явищу або предмету. За допомогою цього виразу автор не лише передає суб'єктивну оцінку пояснюваному явищу, а ще й висловлює своє ставлення.

Часто автори статей, есе, інтерв'ю та інших жанрів мас медійного дискурсу вдаються до вживання ідіом або фразеологічних виразів. Наприклад, у реченні

(14) “*I couldn't care less what you do,*” my son told me during a last meal out together. (TG, URL) бачимо ідіому *I couldn't care less what you do*. Особливістю використання цієї одиниці лексики є те, що окрім точного вираження емоції, вона надає висловлюванню та цілому реченню певного настрою та стилістичного забарвлення.

Іншим прикладом використання емоційно забарвленої лексики в мас-медійній літературі за допомогою вживання ідіом є речення:

(5) *Analysts would counter that Manchin is the only Democrat in major office in a state which voted solidly for Donald Trump and cuts his cloth accordingly.* (TG, URL)

(4)“... *I hope that we will bring a strong bill to the floor of the Senate and that Joe Manchin should explain to the people of West Virginia why he doesn't have the guts to stand up to the powerful special interests”.* (TG, URL)

У поданих вище реченнях також можемо прослідкувати використання ідіом *to have the guts* та *cut the cloth*. Ідіоматичні вирази в мас-медійному дискурсі відіграють естетичну, інформативну та стилістичну функцію.

Сфера ЗМІ багата на різноманітні метафоричні фрази, які мають переносне значення. Яскравим прикладом такого явища є речення:

(52) “*While Covid has been a massive headache, [] it has also provided the opportunity to gain heightened support from the Scottish government and other agencies,*” he said. (TG, URL)

*To be a massive headache* – це метафора, яку використано в реченні задля зміцнення емоційно-стильового навантаження, за допомогою якого можемо визначити, яку емоцію переживає автор.

Однак, для кращого аналізу читачем тексту та емоцій, які переживає автор під час висловлення своєї думки, використовуються вирази, які безпосередньо називають емоцію, наприклад:

(21) *I floundered for a while, but then life began to slot into place again.* (TG, URL)

У поданому вище реченні можемо бачити вираз *to flounder*, що означає «повільно щось виконувати». Можемо здогадатися із контексту, які насправді емоції та почуття проживав автор.

(35) *My teacher and classmates were lovely, yet I still had this feeling of “What am I, a Somali refugee, doing here?”* (TG, URL)

Вираз ‘what am I, a Somali refugee, doing here’ вказує на емоцію лише описово. Ймовірно, автор хотів висловити здивування та нерозуміння за допомогою риторичного запитання. Такий засіб надає реченню стилістичного забарвлення.

Найприроднішим та одним із найбільш точних способів висловлення емоцій є вигуки. Однак, у деяких випадках вигуки також можуть означати декілька емоцій, залежно від контексту, як-от:

(37) *Wow: an axe from my own country. The moment was like a message.* (TG, URL)

Іншим прикладом вживання емотивної лексики є таке речення:

(3) *C’mon, Charlamagne,” Harris snapped. “It’s Joe Biden. No, no, no, no. It’s Joe Biden, and don’t start talking like a Republican, about asking whether or not he’s president.* (TG, URL)

Вираз *C’mon, Charlamagne* тут вказує на здивованість та деяку скептичність мовця. Однак, як і в попередніх прикладах, використання емотивно маркованих одиниць є досить ситуативним та залежить від контексту.

(7) *That’s all. We cut childhood poverty by 40%, an extraordinary accomplishment.* (TG, URL)

У поданому вище реченні було проаналізовано вирази *that’s all* та *extraordinary accomplishment*. Перший вираз відноситься до категорії нейтральних емотивів. Без контексту майже неможливо визначити емоцію, яку проживає автор, оскільки у різних ситуаціях емоція може адаптуватися під мовця. Другий вираз ‘extraordinary accomplishment’ надає більш чітку картину і виражає захоплення або здивування.

У реченні (17) *It's not only family who are worried*. (NYT, URL) спостерігаємо використання дієслова *worried*, що вказує на безпосередні переживання мовця або об'єкта, про який іде мова, і відноситься до групи емотивів-номінативів – слів, що безпосередньо називають емоцію.

Іще одним прикладом такого виразу є речення:

(27) *Thanks for all the support I've received, it's been absolutely insane, especially the energy I felt at Wimbledon, playing in front of my home crowd.* (TG, URL)

Словосполучення *absolutely insane* представляє групу емотивів-експресивів. Прикметник *insane* надає експресивну оцінку мовця до означуваного явища, а саме підтримки, яку отримав мовець під час турніру. Варто зазначити, що подане слово може використовуватися для вираження як позитивних, так і негативних емоцій, тому потрібно брати до уваги ситуативність події та висловлення.

Речення (30) *The American people are growing tired of the role of government in their lives. They are sick of lockdowns and masks for Covid.* (NYT, URL) є яскравим прикладом вживання емоцій з негативною конотацією. *People are growing tired* та *they are sick* свідчать про втоми та обурення людей. За класифікацією Ірини Арнольд, наведені вирази відносяться до лексичних засобів, які називають явище і не містять інформації щодо суб'єктивної оцінки мовця.

У реченні (40) *England's decision to make Stuart Broad a peripheral part of their Ashes campaign has raised eyebrows in the Australia camp, according to Steve Smith.* (TG, URL) емотивно забарвленим елементом є *has raised eyebrows*. Це словосполучення відноситься до категорії лексичних засобів, що використовуються для передачі конотативного значення та асоціацій. Окрім того, це ідіома, яка надає реченню більшого стилістичного та емотивного забарвлення.

(46) *To have another opportunity to play for a national championship ... it's like a dream come true.* (TG, URL)

У наведеному вище реченні прослідковуємо емотивно марковаий лексичний засіб *it's like a dream come true*, який належить до емотивів із прихованою семою емоції та вираженням конотативів та асоціацій.

На відміну від попереднього прикладу, речення, наведене нижче безпосередньо називає емоцію, яку проживає мовець – *despise*, яке вказує на зневагу.

(73) *Emmanuel Macron says he has learned to love the French, but it seems he especially likes to despise them.* (TG, URL)

Наступне речення схоже на попереднє, оскільки належить до лексичних засобів, які безпосередньо називають емоцію, тобто емотивів-номінативів. Словосполучення *voters are growing increasingly frustrated* перекладене українською мовою як «надзвичайно розчаровані» містить підсилювальну частку *надзвичайно*, яка підкреслює негативну емоцію розчарування, яку проживає мовець:

(74) *Polls show a large majority of French voters are growing increasingly frustrated with the pandemic and back the vaccine pass as an effective means to end it.* (TG, URL)

На відміну від попереднього прикладу, наведене нижче речення висловлює невпевненість, яка доповнює емоцію: *there's a certain satisfaction* – «є певне задоволення». Це емотивно забарвлене словосполучення належить до емотивів-асоціативів, тобто при вираженні емоції спостерігається виникнення асоціативів, залежно від ситуації, в якій знаходиться мовець у момент мовлення.

(75) *And there's a certain satisfaction to be derived from a whole new swathe of the population getting to experience the special trepidation formerly associated with taking a pregnancy test.* (TG, URL)

Як відомо, існують лексичні та синтаксичні вербальні засоби передачі емоцій. Наведений нижче приклад ілюструє використання синтаксичних емотивів. У реченні можемо спостерігати використання інверсії: *encouraged* «натхненний». Окрім означення семи емоції, ця мовна одиниця також виражає стилістичних засіб, що слугує стилістичним експресивним засобом:

(85) *Encouraged, I wrote about other injustices.* (NYT, URL)

Відповідно до класифікації Ірини Арнольд, маркером емоцій є два шари лексики: лексичні засоби, що називають тільки явище і не передають додаткової

інформації про ставлення та оцінку мовця та лексичні засоби, що описують почуття мовця та його суб'єктивну оцінку. У реченні

(66) *I quit my depressing job two months into 2020 lockdown. A job that was morally and ethically against my values.* (TG, URL)

По-перше, словосполучення *my depressing job* належить до емотивів, що називають емоцію, тобто емотивів-номінативів. Можемо визначити, що автор пригнічений через певні обставини.

По-друге, речення *a job that was morally and ethically against my values* можна віднести до категорії лексем, що передають конотативне значення та асоціації, тобто, ті, які адаптуються під мовця і можуть також виражати його ставлення до ситуації.

Сема емотивності може по-різному виражатися в мас-медійному дискурсі.

(61) *Pat struggled with social connection and loneliness pre-pandemic.* (TG, URL)

У наведеному вище реченні прослідковуємо використання емотивів-номінативів, які безпосередньо вказують на пережиту негативну емоцію— ‘loneliness’ та стан, виражений дієсловом ‘struggle’.

Досить непоширеним є використання нейтральних емотивів – категорії класифікації емотивно забарвлених лексичних засобів.

(68) *I felt powerless – so I started filming.* (TG, URL)

У наведеному вище реченні ми помітили приклад використання такого шару лексики, який не має особливого стилістичного та емотивного маркування – *powerless*. Варто зазначити, що цей засіб може застосовуватися як у позитивному контексті, так і в негативному.

Отже, засоби вербалізації емоцій у досліджених текстах мас-медійного дискурсу можна класифікувати таким чином:

1. Лексичні засоби, які безпосередньо називають емоції (емотиви-номінативи)
2. Лексичні засоби, які використовуються для надання оцінки
3. Лексичні засоби, які використовуються для конотативних значень та асоціацій



У ході аналізу ста фрагментів із англомовного мас-медійного дискурсу, ми дійшли висновку, що характерним засобом вербалізації емоцій є вживання емотиви-номінативи, тобто ті вирази та словосполучення, які називають емоцію. Менш поширеним є використання лексичних засобів, що називають лише явище і не містять інформації про ставлення та оцінку мовця (*pain, anger, sadness* etc.), так і лексичні засоби, що називають почуття та описують те, як ставиться автор до цих висловлювань (*irritable, nosey, noisy* etc) вживаються досить часто.

Також поширеним у мас-медійному дискурсі є використання ідіом на позначення емоцій. Важливо знати значення ідіоми, щоб зрозуміти на яку емоцію вона вказує. Однак, не всі емотиви є тотожними за сенсом та позначенням емоцій. Деякі лексичні одиниці можуть використовуватися як для вираження позитивних, так і негативних емоцій, тому це варто враховувати задля чіткості вербалізації емоцій та їх відтворення в перекладі.

## 2.2 Лінгвостилістичні особливості вербалізації емоцій

У ході аналізу фрагментів англомовного мас-медійного дискурсу, було розглянуто лінгвостилістичні особливості вербалізації емоцій. Цей тип дискурсу характеризується використанням різних стилістичних фігур, за рахунок яких удосконалюється не лише інформаційне навантаження, а й емоційне сприйняття дійсності. Їх можна поділити на фігури кількості (гіпербола, мейоз, літота) та фігури якості (перифраз, евфемізм, метафора, метонімія, синекдоха, персоніфікація, алегорія та іронія), а також синтаксичні стилістичні засоби (еліпсис, інверсія, відокремлення, повтор, алітерація).

У наведеному нижче реченні вербалізована емоція страху (*fear*) доповнюється гіперболою, що належить до фігур кількості – *tiny cabin in the middle of a storm*.

Використаний стилістичний прийом емоційно збагачує речення та допомагає читачеві зрозуміти настрій та почуття мовця:

(20) *My worst fear is that it won't, and we'll be upside down in our tiny cabin in the middle of a storm.* (TG, URL)

(9) *I'm heartbroken to miss Christmas with my family – but want to inspire girls with this huge challenge.* (TG, URL)

У наведеному вище реченні можемо прослідкувати використання метафори 'to be heartbroken' та гіперболи 'a huge challenge' задля вербалізації емоції жалю. Використані стилістичні фігури лаконічно висловлюють плин подій та надають наративу образності.

Задля чіткого та експресивного викладення подій, у мас-медійному дискурсі часто використовуються різноманітні стилістичні засоби, наприклад, гіперболи, умовчування, метафори, стилістична інверсія, порівняння та повтори, що допомагають досягнути бажаного ефекту – викликати почуття та емоції як реакцію на сприйняте мовцем. Так, у наступному прикладі автор використав гіперболу – *endless marathons*, яка надає висловленню образності, а використання прислівника *fully* – експресивності.

(11) *My husband has been fully supportive, in the same way that he put up with me doing endless marathons in my 40s.* (TG, URL)

Іншим прикладом гіперболізації текстів мас-медійного дискурсу є речення, де для підсилення експресивності вжитий прислівник *extremely*, а емотив вербалізується за допомогою прикметників *terrible* і *uncomfortable*:

(47) *It looked terrible and was extremely uncomfortable.* (TG, URL)

Оскільки мас-медійний дискурс є багатим на стилістичні фігури якості, які підкреслюють виразність та експресивність статті, видання, есе або будь-якого іншого жанру дискурсу. Метафора є досить поширеним стилістичним засобом, що зустрічається майже в кожному жанровому фрагменті. Так, наступне речення містить метафору *the brunt of people's anger*, що витончено надає образності та наближує читача до описаної автором емоції злості *anger*, яка вербалізується в дискурсі:

(56) *Customer service agents typically have gruelling roles and often bear the brunt of people's anger when things go wrong – even if the fault had nothing to do with them.* (NYT, URL)

Характерним явищем для текстів мас-медійного дискурсу є використання епітетів. Ці лексеми надають емотивного забарвлення словам і підкреслюють вербалізовану емоцію. У наведеному нижче реченні:

(32) *I mentioned in my last column that my wife was doing an MA in medieval literature and was always turning up fascinating words.* (TG, URL)

можемо проаналізувати використання прикметника *fascinating*, що також є епітетом у поєднанні з іменником – *fascinating words*. Окрім того, алітерація звука «м», що представляє категорію синтаксичних стилістичних фігур, – *mentioned, my wife, column, MA, medieval literature* – надає фонетичної виразності та зберігає ритм і мелодійність речення.

Наступний приклад є цікавим з точки зору використання стилістичних фігур якості. У реченні присутня метафора *a lot of dark, boring hours lie between us*, епітет *dark, boring hours*, умовчування *as if it was an infinite resource..* та риторичне запитання у поєднанні з іронією – *2026? Never?*.

(76) *I feel confident that a lot of dark, boring hours lie between us and whenever things get less bleak (2026? Never?), so I cannot just go on consuming television as if it was an infinite resource..* (TG, URL)

Усі ці засоби є компонентами експресивності фрагмента, вони є частинами прихованого діалогу та показують роздуми автора у процесі створення комунікативного акту. Вони чітко окреслюють картину вербалізованих емоцій, тож читач може здогадатися, що мовець переживає палітру емоцій – здивування, збентеження та розчарування.

Серед синтаксичних стилістичних засобів було виявлено такі: риторичні запитання, порівняння, еліipsis, стилістичні повтори та апосіопезу.

Важливим стилістичним засобом майже кожного медіа жанру виступає саме риторичне запитання. В проаналізованих фрагментах із джерел англomовного мас-медійного дискурсу було знайдено чотири випадки вживання риторичних запитань як маркерів підсилення експресивності вербалізованих емоцій:

(19) *They're excited for me, but there's another undercurrent of feeling that only the most outspoken express: what if I don't come back?* (TG, URL)

У цьому реченні риторичне запитання *what if I don't come back?* доповнює вербалізовану емоцію страху та виражає побоювання автора. Окрім того, у прикладі також вербалізується емоція страху і виражається словосполученням *they're excited for me*.

Іншим прикладом риторичного запитання як лінгвостилістичної особливості вербалізації емоцій є такі речення:

(35) *My teacher and classmates were lovely, yet I still had this feeling of “What am I, a Somali refugee, doing here?”* (TG, URL)

(67) *Think you'd hand in your notice if you suddenly struck it rich? You'd be surprised.* (BBC, URL)

Риторичні запитання *what am I, a Somali refugee, doing here?* та *think you'd hand in your notice if you suddenly struck it rich?* є стилістичними тропомами, які покращують емоційне та поняттєве сприйняття почуття мовця читачем та вказують на емоції здивування та розчарування, які проживає автор та транслює читачеві.

(33) *Feeling sluggish at work? Try the Pomodoro technique: 25 minutes on, five-minute break, and repeat.* (TG, URL)

У цьому реченні словосполучення *feeling sluggish at work* – «почуваєтесь в'яло на роботі» свідчить про почуттєво-нейтральний емоційний стан та виснаженість.

Порівняння також є поширеним явищем в мас-медійних текстах. У проаналізованих фрагментах було знайдено два випадки використання порівнянь як засобу експресивності та чіткого виявлення емоцій англомовних онлайн-видань:

(59) *The longer you're on the phone to someone, the more likely you are to miss a call, which makes you feel guilty and as if you've let the team down.* (NYT, URL).

Словосполучення *which makes you feel guilty* вказує на емоцію відчуття провини і відноситься до негативних емоцій. Також у реченні можемо прослідкувати використання стилістичного засобу порівняння *as if you let the team down*, який доповнює емотивно марковану лексику, використану раніше та допомагає краще відтворити образність згаданої події.

(38) *Yet it is also as frustrating as it is enlightening, revealing both the significance of his work and also the confusions that infest contemporary thinking about race.* (TG, URL)

У цьому прикладі відбувається порівняння за допомогою конструкції *as...as*, де автор порівнює та протиставляє два поняття – *enlightening* та *frustrating*, тому можемо сказати, що це деякою мірою є виявом антитези. За допомогою цих стилістичних прийомів вербалаізуються емоції автора: розчарування та здивування.

Еліпсис досить лаконічно апелює до почуттів читача, оскільки стилістично насичує комунікативний акт та розширює сенс речення, підключаючи денотативний канал та вказуючи на позитивне або негативне значення емоції.

(37) *Wow: an axe from my own country. The moment was like a message.* (TG, URL)

Еліптичне речення *an axe from my own country* у поєднанні із вигуком *wow* чітко виявляють емоцію здивування, яку переживає мовець.

Серед інших засобів лінгвостилістичної виразності можемо виділити апосіопезу – незавершене речення. Такий стилістичний прийом допомагає краще реалізувати задум автора та підкреслити образність жанрового різноманіття:

(87) *But there was the worry that I'd not really given him the tools in life to grasp why the £349.99 model of Hogwarts was absolutely not going to happen.* (TG, URL)

Використання стилістичних повторів є досить поширеним у мас медійному дискурсі, оскільки впливає на мелодійність тексту, а також переконує та інформує читача про почуття та емоції мовця.

(71) *He is not mad, not obsessed, not a vigilante, not on a crusade.* (TG, URL)

У наведеному вище прикладі використано повтор *not mad, not obsessed, not a vigilante, not on a crusade*, який впливає на звукове сприйняття висловлювання та апелює до емоційного сприйняття читачем.

Отже, задля досягнення експресивності та виразності у процесі вербалізації емоцій у англійськомовному мас-медійному дискурсі застосовуються різноманітні стилістичні тропи та фігури, такі як риторичні запитання, гіперболи, метафори, апозіопеза, еліпсис, іронія та порівняння. Усі ці засоби надають експресивності та динамічності різним жанровим варіаціям дискурсу.

### 2.3 Лексико-граматичні особливості вербалізації емоцій

У процесі аналізу матеріалу англomовних онлайн видань було виявлено, що вербалізація емоцій відбувається через використання лексичних, граматичних та стилістичних мовних засобів, зокрема через використання різних частин мови – прислівників, прикметників, іменників та дієслів, а також вигуків та форм дієслова. У цьому підрозділі розглянемо особливості застосування лексичних та граматичних особливостей вербалізації емоцій.

У наведеному нижче фрагменті із статті англomовного мас-медійного дискурсу сема емоції роздратування, хвилювання та самотності вербалізується за допомогою використання прикметників *irate, abusive, anxious* та *lonely*, які чітко маркують пережите почуття обох учасників комунікативного акту. При цьому, що саме викликало такі емоції, не зазначається:

(57) *The daily deluge of irate and even abusive customers can take its toll, leaving agents feeling anxious and lonely.* (NYT, URL)

Досить поширеним є використання безособових форм у процесі вербального виявлення емоцій, наприклад:

(58) *As an adult it feels strange that you're basically asking for permission to go to the toilet.* (NYT, URL)

У прикладі вище розглянуто випадок вербалізації емоції здивування шляхом використання складеного іменного присудка *it feels strange*. Вираз є

досить загальним і передає емоцію, притаманну не для конкретної особи, а для певної групи людей.

Схожим є речення, наведене нижче, де через використання займенника *you* відбувається певне узагальнення закономірностей емоційного стану для певної ситуації:

Під час процесу вербалізації емоцій автори вдаються до різних стилістичних прийомів. У наступному прикладі було використано пасивний стан *I have been troubled* та персоналізацію *to be troubled by the thought* («мене турбувала думка»). Ці стилістичні засоби надають висловлюванню колориту та підкреслюють емоційне навантаження виразу:

(15) *I've been troubled by the thought that in order to deal with me going away, they've started to withdraw from me.* (TG, URL)

Характерною рисою мас-медійного дискурсу в контексті вербалізованих емоцій є використання прикметників, утворених від дієслів, як-от:

(28) *"You've come to work!" say astonished male colleagues when she walks in.* (BBC, URL)

Прикметником у реченні виступає 'astonished', який містить сему емоції *to astonish* і передає емоцію сильного здивування.

(22) *There, I met Debra Searle, who famously did the Atlantic challenge alone in 2001 when her then-husband had to be rescued from their boat, suffering from anxiety.* (TG, URL)

У наведеному вище прикладі вербалізована емоція *suffering* виступає в ролі дієприслівника. Сама сема емоції виражена через використання іменника *anxiety*, що свідчить про занепокоєння та хвилювання автора.

У наступному реченні вербалізація емоції відбулася за допомогою предикативного прикметника *selfish* у межах речення *it's not selfish to want to push yourself*, а також прикметника *extraordinary*, що є підсилювальною часткою при передачі характеристики предмета:

(23) *It's not selfish to want to push yourself and experience extraordinary things, and I hope it will inspire women and girls to believe that adventures aren't reserved solely for men.* (TG, URL)

(3) *"C'mon, Charlamagne," Harris snapped. "It's Joe Biden. No, no, no, no. It's Joe Biden, and don't start talking like a Republican, about asking whether or not he's president".* (TG, URL)

У наведеному вище реченні можемо помітити особливе стилістичне забарвлення через використання виразу повсякденного вжитку *c'mon*. Сам фрагмент є діалогом і у ньому вербалізована емоція роздратування, однак через наявність елементів просторіччя, сема емоції не називається безпосередньо. Вона виявляється через вигук (*c'mon*), сполучник *no* та дієслово *snar*.

Також у прикладі використано безособове речення (*No, no, no, no*), прості та складені речення.

(13) *Finally getting around to writing our will was an unsettling moment – there's nothing like confronting your own mortality.* (TG, URL)

У прикладі вище спостерігається використання конструкції – *there's nothing like confronting your own mortality*. Також прикметник *unsettling* вербалізує емоцію тривожності та хвилювання.

Наступне речення (16) *Their brave faces are even more gut-wrenching than tears would be.* (TG, URL) містить емоційно забарвлену лексему – прикметник *gut-wrenching*, який сповна передає емоції та почуття мовця, вказуючи, як і в попередньому реченні, на емоцію переживання та неспокою.

(100) *I remember Mum going absolutely mad when we got back with the lamb.* (TG, URL)

У наведеному вище прикладі вербалізована емоція представлена виразом *to go mad* із підсилювальним прислівником *absolutely*. Це словосполучення вказує на гнів та роздратування мовця. Також у реченні вербалізована емоція виступає частиною об'єктної дієприкметникової конструкції *I remember Mum going absolutely mad*.

Прикладом ще одного речення, яке містить емпатичну конструкцію є таке:



(23) *It's not selfish to want to push yourself and experience extraordinary things, and I hope it will inspire women and girls to believe that adventures aren't reserved solely for men.* (TG, URL)

Емоція вербалізується за допомогою складеного іменного присудка *it's not selfish* у межах складного речення.

Лексичні засоби разом із граматичними виступають підсилювальними засобами вираження емоцій. Наприклад, у реченні нижче використовується ідіома *to raise eyebrows*, яка наближує сприйняття описаної реальності читачем:

(40) *England's decision to make Stuart Broad a peripheral part of their Ashes campaign has raised eyebrows in the Australia camp, according to Steve Smith.* (TG, URL)

Ще одним граматичним засобом для вербалізації емоції в мас-медійному дискурсі є відокремлені члени речення – означення:

(54) *I head for the car park, happy.* (TG, URL)

(85) *Encouraged, I wrote about other injustices.* (NYT, URL)

Прикметники *happy* та *encouraged* виділені в реченні комами та вказують на піднесений емоційний стан мовця.

Особливим у контексті вербалізованих емоцій є використання модальних слів, оскільки окрім категорії модальності вони також є компонентами вербалізації емоцій, зокрема в англomовному мас-медійному дискурсі.

(91) *I feel awful now as the money could have been used for my children's futures.* (TG, URL)

У попередньому реченні використано минулу форму модального дієслова *could*, яка підкреслює сему емоції розчарування та жаху, про що і повідомляє автор раніше: *I feel awful now*.

Розглянуті фрагменти з онлайн-видань містять як просто, так і складні реченні, як-от:

(41) *He expressed his own disappointment in a weekend newspaper column and Smith, Australia's vice captain, admitted he expected to see more of his old adversary.* (TG, URL)

Дві граматичні основи виражають два схожих емоційних стани – розчарування, що вербалізуються за допомогою іменника *disappointment* та простим реченням *he expected to see more of his old aversary*.

З точки зору синтаксису, прості, так само як і складні речення мають певний емпатичний ефект:

(78) *John, a father of three from Melbourne, remembers back in the very anxious early days his 10-year-old daughter asked if they were going to die. He cried.* (TG, URL)

*He cried* є простим реченням, яке показує наслідок пережитої емоції. Також у прикладі спостерігаємо використання прикладки та власної назви – *a father of three from Melbourne*, що створює більш чітку картину емоційного спектру для читача.

У наступному фрагменті можемо виділити як лексичні, так і граматичні особливості вербалізації емоцій в мас медійному дискурсі. Перш за все, використання дієприкметника *worrying* чітко зображує сему емоції хвилювання та переживань автора. По-друге, допустове підрядне речення *despite what my feelings were at the time* впливає на основне речення та доповнює його, водночас доповнюючи сприйняття читачами емоцій та стану мовця.

(65) *The information that was published was worrying, so I thought it was best in the long run to get the vaccine, rather than not, despite what my feelings were at the time.* (TG, URL)

Цікавим є особливе використання часів у мас-медійному дискурсі американських та британських онлайн-видань.

(99) *But the boy feels humiliated and takes a terrible revenge on the dog.* (TG, URL)

У наведеному вище реченні теперішній час використовується на позначення подій, що вже відбулися. Таким чином, автор прагне наблизити читача до згаданої ситуації та апелює до сприйняття фактів реципієнтом, а отже, передає емоції та настрої автора завдяки використанню емоційно забарвленого дієприкметника *humiliated*, що вербалізує емоційний стан приниження та образи.

Отже, було встановлено, що для вираження емоцій в англійськомовному мас-медійному дискурсі характерне використання таких лексико-граматичних класів:

1. Самостійних частин мови – прикметників, іменників, дієслів та прислівників.
2. Прикладок та особливих дієслівних форм – дієприкметників та дієприслівників, а також перелічень та пасивного стану.
3. Вигуків та службових частин мови, таких як сполучник.

#### **2.4 Прагматичні функції засобів вербалізації емоцій**

Процес вербалізації емоцій в мас-медійному дискурсі характеризується використанням граматичних, лексичних та стилістичних мовних засобів, які окрім вираження емоцій та стану мовця виконують певні прагматичні функції, такі, як персуазивну, маніпулятивну та апелятивну. Також прослідковується інформативна функція, але у порівнянні з іншими функціями, є менш поширеною.

Мас-медійний дискурс, окрім емоційного навантаження, також характеризується маніпулятивним та персуазивним впливом на реципієнта. Для досягнення такого ефекту, а також для вербалізації емоцій у наступному реченні використовується перелічення, а кожен компонент такого граматичного явища є емоційно маркованим та репрезентує почуття та сприйняття автором дійсності на момент мовлення:

(77) *The clutching dread, the impotence, the fury – the minute most of us see that lectern we're triggered.* (TG, URL)

Використання лексичних прийомів – ідіом та експресивних слів із переносним значенням – створюють яскраву картину емоцій та наближують читача до почуттів, пережитих автором.

(2) *"I can't bear seeing people being cruel or violent to other people".* (TG, URL)

У наведеному вище реченні вираз *can't bear seeing people being cruel* лаконічно описує емоцію нетерпіння жорстокості мовцем та апелює до почуттів реципієнта.

Ідіома *I couldn't care less what you do* у реченні (14) "*I couldn't care less what you do*," my son told me during a last meal out together. (TG, URL) допомагає створити персуазивний ефект щодо пережитої емоції байдужості по відношенню до читача та надає колориту до висловлювань автора.

(45) *We got a wakeup call from a really good team*. (TG, URL)

У вищенаведеному реченні вираз *a wakeup call* є метафорою та образно соціалізує вербалізований емоційний стан мовця. За допомогою такого засобу реципієнт сприймає викладені події як доцільні та реальні явища.

Вербалізовані емоції допомагають встановити послідовність та причинно-наслідкові зв'язки подій, які і призвели до виникнення певних почуттів. Емоційно-оцінна лексика є досить суб'єктивною, оскільки використовується людиною, стан якої викликаних певними психічними та навколишніми аспектами.

(60) "*The fear that we have missed out on so much ... Makes me want to be in a million places at one time*," she says. (TG, URL)

У наведеному реченні емоція страху вербалізується через іменник *fear*. Особливістю засобів вербалізації емоцій в англomовному мас-медійному дискурсі є те, що вони не лише пояснюють та окреслюють почуття мовця, а й передають загальний настрій висловлення чи навіть цілого тексту, надаючи позитивної чи негативної коннотатції.

(66) *I quit my depressing job two months into 2020 lockdown. A job that was morally and ethically against my values.* (TG, URL)

У попередньому прикладі можемо прослідкувати використання повтору, який є стилістичним засобом вербалізації емоцій та виконує функцію створення образності та експресивності. Повторення в контексті лінгвостилістики виконують ще й персуазивну функцію, оскільки підкреслюють найбільш важливі моменти для мовця, варті уваги реципієнта також.

(8) *He has never negotiated in good faith, and he is obstructing the president's agenda, 85% of which is still left on the table and in obstructing the president's agenda he is obstructing the people's agenda.* (TG, URL)

У прикладі вище особливості засобів вербалізації емоцій представлені прислівниками *never* та *still*, надають виразності вербалізованій емоції розчарування та підкреслюють емотивний ефект усього речення. Також наведення цифр та фактів у мас медійного дискурсу апелює до сприйняття читачем понять та концептів, таким чином викликаючи довіру.

Кожен мовний засіб – лексичний, граматичний або стилістичний – має свої особливості вживання, окреслені в досліджуваному дискурсі, які й визначають певну прагматичну функцію. За допомогою них автор досягає потрібного комунікативного ефекту. Наприклад, у наступному реченні згадується емоція страху та хвилювання, але водночас вербалізованою емоцією є також байдужість. Таким чином, приклад містить як негативний, так і почуттєво-нейтральний емотивний стан. Займенник *any* підсилює байдужість емотивного стану мовця та лаконічно пояснюють та викладають події:

(50) *I don't have any fear or anxiety about storms, because I don't remember being struck.* (TG, URL)

Задля досягнення певного прагматичного ефекту речення не обов'язково повинне бути поширеним або складним. Прості речення подекуди створюють більш виразний стилістичний ефект:

(53) *The light is stunning.* (TG, URL)

У наведеному прикладі прикметник *stunning* має апелятивну та маніпулятивну функції, оскільки завдяки своїй лаконічності надає образності та наближує читача до мовця.

Натомість, поширені речення розширюють лексичне значення та надають негативної конотації.

(72) *Macron's political opponents accused the president – who in the early stages of his term faced accusations of arrogance, tactlessness and being out of touch from parts of the French population – of excessive language.* (TG, URL)

Цікавим є використання прикметників на позначення емоцій, які є чи не найточнішим індикатором стану та почуттів учасників комунікативного акту. В уривку (93) “*I would be ropeable [furious] if I was [Djokovic]*”. (TG, URL) використовується прикметник *ropeable*, який є досить рідко вживаним особливо в мас-медійному дискурсі через тенденцію спрощення понять та наближення реальності до читача. Однак, такий прийом допомагає створити певний образ та досягти витонченості мовних засобів.

(61) *Pat struggled with social connection and loneliness pre-pandemic.* (TG, URL)

У попередньому реченні негативна емоція страждання та самотності вербалізована безпосередньо через дієслово *struggle* та іменника *loneliness*. Прагматична функція цих граматичних засобів вербалізації емоцій є номінативною, оскільки лексичні засоби, які використовує автор, належать до емотивів, що безпосередньо почуття та емоції автора.

(94) *She added: “I understand why they may be frustrated with the decision”.* (TG, URL)

У прикладі, наведеному вище, можемо спостерігати використання прямої мови, яка повертає хід подій у вихідний потік. Також у реченні за допомогою дієприкметника *frustrated* вербалізується емоція суму, прагматичною функцією якої є вираження почуттів мовця та відтворення загального ладу висловлення.

(67) *Think you'd hand in your notice if you suddenly struck it rich? You'd be surprised.* (BBC, URL)

Стилістичні звороти на кшталт риторичних запитань та повторів виконують функцію створення акцентів та образності. Вони підкреслюють доцільність та точність емоційного стану автора, як-от риторичне запитання *Think you'd hand in your notice if you suddenly struck it rich?* Окрім того, емоція здивування вербалізується за допомогою емотива-номінатива та дієприкметника *surprised*.

Наступний фрагмент статті із англійського мас-медійного дискурсу містить дієслово *hope*, яке вербалізує позитивну емоцію сподівання. Також

можемо побачити використання займенника *you* та узагальнює висловлення та апелює до більш адекватного сприйняття реальності мовцем, оскільки реципієнт переживає почуття та емоційний стан як свій власний:

(70) *You hope it will improve other people's safety.* (TG, URL)

Використання емфатичних конструкцій та емотивно забарвлених слів впливає на репрезентацію емоцій та когнітивне оброблення інформації реципієнтом. Таким чином, дієприкметник *humiliated* та словосполучення *terrible revenge* не лише викликають у читача певний спектр емоцій, зокрема із негативною конотацією, а й також мають інформативну функцію:

(99) *But the boy feels humiliated and takes a terrible revenge on the dog.* (TG, URL)

Прагматична функція наступного прикладу є апелятивною і побудована на контрасті – антитезі. Автор речення презентує власні роздуми, завдяки чому вдосконалюється предметно-логічне сприйняття реципієнтом дійсності, а отже і сприйняття емоційно-почуттєвого стану:

(82) *Solitude is terrible for an adolescent but invaluable for learning to think for yourself.* (TG, URL)

Прикметники *terrible* та *invaluable* є два абсолютно різними емотивно-забарвленими лексичними одиницями. Завдяки побудові контрастів створюється опис емоцій як із позитивною, так і негативною конотацією, а також із різною інтенсивністю.

(81) *Now we can appreciate that ability to do stuff that's just nonsensical, like just putting leaves into piles.* (TG, URL)

Порівняння є цінним стилістичним засобом, який додає експресивного забарвлення та образності, а також апелює до почуттів реципієнтів. Окрім когнітивної, він виконує також і персуазивну функцію, тобто впливає на читача та встановлює стосунки довіри між учасниками комунікативного акту.

Отже, найголовнішими прагматичними функціями засобів вербалізації емоцій та мас-медійного дискурсу загалом є персуазивна, апелятивна та маніпулятивна.

Для досягнення персуазивної та маніпулятивної функцій використовуються різноманітні лексичні, граматичні та стилістичні засоби, зокрема: порівняння, риторичні запитання, метафори, антитези, гіперболи, інверсія та еліпсис; різні частини мови, емпатичні конструкції та безособові форми дієслів; емоційно забарвлені слова із позитивною чи негативною конотацією.

Використання емоційно маркованих лексичних одиниць впливає на понятійно-концептуальне сприйняття дійсності, створення образів та апелюють до емоцій реципієнта. Також за допомогою мовних засобів створюється персуазивний ефект, який впливає на когнітивну діяльність мозку читачів, тобто, на безпосереднє сприйняття інформації. За допомогою викладу послідовності подій автором, що має певні особливості завдяки застосування різних лінгвальних засобів формується певний алгоритм сприйняття реальності та емоцій автора реципієнтом відповідно.

## **Висновки до розділу 2**

У ході аналізу було встановлено, що під час вербалізації емоцій в англійськомовному мас-медійному дискурсі застосовуються різноманітні лексичні, граматичні та стилістичні мовні засоби, які покликані виконувати когнітивну та прагматичну функції.

Також було проаналізовано різні класифікації емоцій та встановлено, що існують власне слова, що називають ту чи іншу емоцію; лексичні засоби, що передають конотативне значення та асоціації; та слова, що використовуються для надання оцінки.

До лексичних засобів відносяться ідіоми, експресивні слова та слова із переносним значенням.

До граматичних – різні самостійні та службові частини мови, такі як іменники, прикметники, прислівники, дієслова, а також особливі дієслівні форми – дієприкметники та дієприслівники, прості, складні, поширені речення, а також складені іменні присудки, модальні дієслова та прикладки.



До стилістичних – інверсія, порівняння, риторичні запитання, метафори, гіперболи, літоти, іронія, умовчування та еліптичні речення, а також фонетичні засоби виразності – алітерація.

Також було проаналізовано різні класифікації емоцій та встановлено, що існують власне слова, що називають ту чи іншу емоцію; лексичні засоби, що передають конотативне значення та асоціації; та слова, що використовуються для надання оцінки.

Різні емотиви містять різну сему емоції та виконують певні когнітивні та прагматичні функції. По-перше, вони інформують реципієнта про час і місце подій, а також репрезентують світосприйняття автора. По-друге, вербалізовані емоції автора виконують персуазивну та естетичну функцію, апелюють до почуттів читача і допомагають відчувати стан автора.

Окрім того, лінгвальні засоби вербалізації емоцій в мас-медійному дискурсі створюють образність та лаконічно описують явища та концепти, представлені в реченні та висловленні загалом.

Емоційні процеси завжди супроводжуються підключенням позитивних або негативних конотацій, оскільки представляють різні емоції: позитивні – *радість, щастя, задоволення, піднесення* та негативні – *сум, горе, розчарування, печаль, роздратування* тощо.

Отже, завдяки використанню різних мовних засобів у англійськомовному мас-медійному дискурсі цільова аудиторія детермінує та сприймає емоції та почуттєві стани так, як було задумано автором.

## РОЗДІЛ 3

### ВІДТВОРЕННЯ У ПЕРЕКЛАДІ ЗАСОБІВ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЕМОЦІЙ У МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

#### 3.1 Транскодування

Під час перекладу ста фрагментів із англійськомовного мас-медійного дискурсу було проаналізовано за застосовано такі трансформації, як транскодування, лексико-семантичні та лексико-граматичні трансформації. Процес вербалізації емоцій відбувається на всіх рівнях. У перекладознавстві за допомогою лінгвальних засобів вербалізації емоцій здійснюється вплив не лише на цільову аудиторію оригіналу, а й на аудиторію перекладу.

Цей підрозділ присвячено дослідженню трансформації транскодування. Ця трансформація полягає в передаванні графічної чи звукової форми слова, яка поділяється на практичне транскрибування, калькування, транслітерацію та нульове транскодування.

У наступному реченні вербалізовано емоцію критики за допомогою дієслова *criticize*. При перекладі цей граматичний засіб передається за допомогою практичного транскрибування, тобто передавання звукової форми лексеми мови оригіналу на мову перекладу. Така трансформація впливає на реакцію читачів та концептуальне сприйняття інформації, викладеної в реченні.

(1) *Democrats criticised the report, which Republicans requested* (TG, URL) – Демократи розкритикували звіт, наданий на запит Республіканців.

Аналогічний приклад можемо прослідкувати у наступному прикладі, де емоція тривожності вербалізується автором за допомогою дієприкметника *unsettling* та іменника *moment*, який і перекладено на мову оригіналу за допомогою транслітерування як «момент»:

(13) *Finally getting around to writing our will was an unsettling moment – there's nothing like confronting your own mortality* (TG, URL) – Врешті-решт, написання заповіту було тривожним моментом для нас. Відчуття усвідомлення того, що ти смертний не зрівняється ні з чим.

Графічна форма лексичної одиниці передається з однієї на іншу мову за допомогою транслітерування, де зберігаються саме літери, а не звуки слова.

Фрагмент, наведений нижче, містить кілька прикладів використання транскодування, деякі з них застосовуються як засіб вербалізації емоцій:

(27) *Thanks for all the support I've received, it's been absolutely insane, especially the energy I felt at Wimbledon, playing in front of my home crowd* (TG, URL) – Дякую за ту підтримку, яку я отримала, вона насправді шалена, особливо енергія, яку я відчула на турнірі у Вімблдоні, граючи перед вболівальниками своєї країни.

Іменник *energy* перекладено як «енергія», що є прикладом транскодування, а саме практичного транскрибування, де частина графічної форми оригіналу і перекладу збігається, а інша частина (закінчення *-ia*) адаптується до лінгвальних норм української мови. Також ця лексична одиниця використовується для вербалізації емоцій та почуттєвого стану мовця. Завдяки іменнику *energy* ми дізнаємось про почуття та позитивну емоцію піднесення та радості, які проживає автор.

(31) *The day the Capitol was under attack, I felt nostalgic for the days when things were a lot more collegial, and when the two parties mixed and laughed together* (NYT, URL) – У день, коли Капітолію загрожувала небезпека, я відчув ностальгію за тими часами, коли життя було більш згуртованим, і дві партії збиралися та сміялись разом.

У прикладі, наведеному вище, можемо проаналізувати використання власної назви *Capitol* – «Капітолій» та словосполучення *felt nostalgic*, компонент якого, прислівник *nostalgic* перекладено за допомогою практичного транскрибування як «ностальгію», а повний переклад словосполучення для цільової аудиторії мови перекладу – «відчув ностальгію». Також задля перекладу іменника *parties* застосовано практичне транскрибування, а переклад представлено еквівалентом «партії». У оригінальному та перекладеному варіантах можемо прослідкувати частковий збіг приголосних та голосних звуків.

Такий перекладознавчий прийом апелює до лаконічного та однозначного тлумачення сенсу мовцем речення в оригіналі, а також наближує реципієнта до мови оригіналу.

Транскодування переважно застосовується перекладачами під час передачі власних назв та інтернаціональних лексичних одиниць, як-от в наступних прикладах:

(44) *Georgia have a chance for revenge.* (TG, URL) – Джорджія має шанс відігратися.

*Georgia* передається мовою перекладу як «Джорджія», але варто зазначити, що ця лексична одиниця може перекладатися і традиційним способом, залежно від того, про яку географічну точку йде мова. Так, *Georgia* може також перекладатися як «Грузія».

(40) *England's decision to make Stuart Broad a peripheral part of their Ashes campaign has raised eyebrows in the Australia camp, according to Steve Smith* (TG, URL) – Рішення Англії зробити Стюарта Брода другорядним гравцем кампанії Ешес не на жарт здивувала Австралійських вболівальників, повідомляє Стів Сміт.

Наведене вище речення також містить приклади транскодування, зокрема власні назви – *Stuart Broad* та *Steve Smith* перекладено як «Стюарт Брод» та «Стів Сміт», а переклад назви команди *Ashes* зберігає фонетичну форму оригіналу – «Ешес». У цьому випадку транскрибування зберігає баланс між семантичним значенням та формою оригіналу та мовою перекладу.

Частина проаналізованих фрагментів містить речення на спортивну тематику, тож під час опису спортивних подій на кшталт змагань та чемпіонатів перекладачі зберігають форму оригіналу, аби наблизити читача до викладу подій в тому часі та послідовності, задуманій мовцем.

(46) *To have another opportunity to play for a national championship ... it's like a dream come true* (TG, URL) – Отримати ще одну можливість грати у національному чемпіонаті – це мрія, яка збулася.

Так, у попередньому реченні можемо спостерігати транскодування словосполучення *a national championship* – «національний чемпіонат». Так зберігається однозначність та загальноприйняті норми спортивної термінології всіма мовами перекладу.

Найчастіше транскодування використовується, коли не існує прямого відповідника у мові перекладу. У наступному реченні за допомогою трансформації транскрибування, різновиду транскодування, перекладений дієприкметник *depressed* – «у депресії». Під час перекладу зберігається фонетична форма, а не графічна, оскільки дві літери *s* в оригіналі відповідають одній «с» в перекладі.

(96) *It feels as if he can't acknowledge that she is depressed, despite her GP confirming this to be the case* (TG, URL) – Здається, що вона не усвідомлює, що перебуває у депресії, незважаючи на те, що її сімейний лікар підтвердив хворобу.

У наступному реченні можемо спостерігати використання іншого різновиду транскодування – транслітерації. Іменник *actor* передається мовою оригіналу як «актор», таким чином зберігаючи графічну форму лексичної одиниці.

(89) *He doesn't even make it to the opening credits of Toast of Tinseltown's first episode before a furious Larry David is yelling: "Are you serious? Is this guy a real actor?"* (TG, URL) – Він навіть не встиг до вступних титрів першого епізоду серіалу «Тост Тінселтаун», перед тим, розгніваний Ларі Девід почав волати «Ти серйозно? Він що, правда актор?»

Функцією транскодування є створення ефекту відповідності оригіналу та перекладу та швидка передача інформації від автора реципієнту. Транскодування включає декілька видів трансформацій, які чинять певний емоційний вплив на читача.

Також в проаналізованих прикладах було виявлено ще одну трансформацію, яка відноситься до транскодування – кальки, тобто транскодування форми і змісту оригіналу. Існує три види кальки – морфологічна,

семантична та фразеологічна, однак аналіз фактичного матеріалу виявив здебільшого приклади семантичної кальки, наприклад:

(3) “*C’mon, Charlamagne,*” *Harris snapped. “It’s Joe Biden. No, no, no, no. It’s Joe Biden, and don’t start talking like a Republican, about asking whether or not he’s president”* (TG, URL) – «Та годі тобі, Карле Великий, - видав Гарріс. Це Джо Байден. Ні-ні-ні, Джо Байден. І не треба говорити наче республіканець і питати, президент він чи ні».

Як бачимо, у реченні використовується власна назва *Charlamagne*, яку перекладено українською як «Карл Великий». Можемо прослідкувати відповідність понять як мови оригіналу, так і перекладу. Це створює певний ефект концептуальної адекватності між обома мовними системами та чинить прагматичний ефект на реципієнта.

(7) *That’s all. We cut childhood poverty by 40%, an extraordinary accomplishment* (TG, URL) – Ось і все. Ми скоротили показники дитячої бідності на 40%. Неймовірне досягнення.

Схожий приклад можемо прослідкувати у попередньому фрагменті, де словосполучення *an extraordinary accomplishment* відповідає українському еквіваленту «неймовірне досягнення», де зберігається лексема та сенс фрази.

Така трансформація створює однаковий емоційний вплив на цільову аудиторію перекладу та оригіналу та апелює до наближення автора до читача.

Семантичне калькування, тобто дослівний переклад компонентів словосполучення, дає змогу зберегти складові частини лексичної одиниці, представленої в оригіналі, як-от в наступному прикладі:

(24) *I also love the sense of satisfaction I get from raising money by putting myself through intense pain – it’s a peculiarly British trait* (TG, URL) – Я також люблю те відчуття вдовolenості, коли отримуєш гроші за свій неймовірно сильний біль. Типова Британська риса.

У реченні за допомогою словосполучення *the sense of satisfaction* вербалізовано позитивну емоцію вдовolenення та піднесення. Український відповідник «відчуття вдовolenення» адекватно передає сенс та емоційне

навантаження лексичної одиниці, а також є прикладом семантичної кальки. Обидва іменники (*sense, satisfaction*) як в оригіналі, так і в перекладі мають однакове значенні та виконують однакову прагматичну функцію.

(25) *I will miss them terribly, and they will miss me. But I know they are secretly proud of me and that makes it all worthwhile* (TG, URL) – Я страшенно за ними сумуватиму, а вони – за мною. Але я знаю, що вони таки пишаються мною, а значить, це того варте.

(69) *I had a pretty awesome upbringing and was close to my dad* (TG, URL) – Моє виховання було пречудовим, і зі своїм батьком я був близьким.

Окрім семантичної кальки, проаналізовані фрагменти англійськомовного мас-медійного дискурсу містять також морфологічну, тобто транскодування складного слова. У наступному реченні міститься емоційно маркована лексична одиниця *nonsensial*:

(81) *Now we can appreciate that ability to do stuff that's just nonsensical, like just putting leaves into piles* (TG, URL) – Тепер ми цінуємо здатність займатися тими речами, які здаються безглуздими, наприклад, збирати до купи листя.

Як бачимо, мовою перекладу лексема передається як «безглуздий». Таким чином, морфеми, зокрема, префікс *non*, корінь *sens* та суфікс *ial* збережено при перекладі; український прикметник містить префікс «без», корінь «глузд» та суфікс «ими» відповідно.

Морфологічна, як і семантична калька, апелює до створення прагматичного ефекту впливу на англійськомовного та українськомовного читача, встановлюючи принцип кореляції між мовами учасників комунікативного акту. Як бачимо, у наступному фрагменті прикладом морфологічної кальки виступає іменник *injustices*, а його український еквівалент «несправедливості» є прикладом застосування трансформації транскодування, а саме морфологічної кальки. Префікс *-in*, корінь *-justice* та закінчення *-s* на перекладі відповідають префіксу «-не», кореню «-справедливість» та закінченню «-і»:

(85) *Encouraged, I wrote about other injustices* (NYT, URL) – Натхненний, я писав про інші несправедливості.

За допомогою морфологічного калькування зберігається певний контакт читачів та автора, який впливає на сприйняття подій та явищ, а також почуттєво-емоційного стану мовця.

Отже, у фрагментах англійськомовного мас-медійного дискурсу було знайдено 16 (шістнадцять) випадків транскодування, тобто, збереження графічної або звукової форми слова. Така перекладацька трансформація застосовується в словах, що містять основу латинського походження або є інтернаціоналізмами. Вихідна форма перекладеної лексичної одиниці корелює із оригіналом, таким чином наближуючи реципієнта до мовця.

У контексті вербалізованих емоцій, трансформація транскодування допомагає лаконічно та точно описати почуттєво-емоційний стан учасників комунікативного акту, а також пояснює ті емоції, до яких неможливо підібрати прямий відповідник в мові перекладу.

### 3.2 Лексико-семантичні трансформації

Аналіз фактичного матеріалу досліджень – онлайн видань англійськомовного мас-медійного дискурсу та їхнього перекладу українською мовою, виявив застосування таких лексико-семантичних трансформацій, як: конкретизація, генералізація та модуляція. Вони стосуються синтаксичної та стилістичної структури речень і займають важливе місце в перекладознавстві.

Як бачимо, наступний фрагмент із англійськомовного онлайн-видання також містить приклад лексико-семантичної трансформації – генералізації:

(22) *There, I met Debra Searle, who famously did the Atlantic challenge alone in 2001 when her then-husband had to be rescued from their boat, suffering from anxiety* (TG – 20.12.2021, URL) – Там я зустріла Дебру Сірла, яка самотужки успішно здійснила Атлантичну подорож у 2001 році, у той час, як її чоловіка, що почав серйозно нервувати, рятували з їхнього човна.



‘The Atlantic challenge’ на перекладі відтворюється як «Атлантична подорож». Спостерігаємо смислову заміну іменників *challenge* на «подорож». Значення лексем не є повністю тотожним, і допомагає реципієнтам обох цільових аудиторій сприйняти текст максимально наближено до вірувань, традицій та уявлень певного народу.

(27) *Thanks for all the support I've received, it's been absolutely insane, especially the energy I felt at Wimbledon, playing in front of my home crowd* (TG, URL) – Дякую за ту підтримку, яку я отримала, вона насправді шалена, особливо енергія, яку я відчула на турнірі у Вімблдоні, граючи перед вболівальниками своєї країни.

Наведений вище приклад містить приклад конкретизації як лексичного звуження інформації. Вираз *home crowd* в оригіналі та «вболівальниками своєї країни» мовою перекладу показує, що *crowd* є більш широким поняттям і може мати на увазі багато видових назв, наприклад, громадян, мешканців, народу, у той час як іменник «вболівальники» переносить читача на спортивну арену, таким чином даючи зрозуміти, що йдеться про спортивні змагання. Таке уточнення допомагає створити певний образ у когніції реципієнта та прийняти почуття та емоції іншого учасника комунікативного акту.

Аналогічну перекладацьку трансформацію використовуємо в наступному реченні:

(41) *He expressed his own disappointment in a weekend newspaper column and Smith, Australia's vice captain, admitted he expected to see more of his old adversary* (TG, URL) – У своїй рубриці недільної газети, він виразив власне розчарування. Віце-капітан Австралії Сміт визнав, що від своїх старих суперників він очікував побачити більше.

Як бачимо, словосполучення *a weekend newspaper* у перекладі еквівалентне українському виразу «недільна газета». Таке звуження семантичного значення цієї лексичної одиниці – оскільки лексема *weekend* стосується суботи та неділі, на перекладі використовується лише слово «неділя», що надає висловленню лаконічності та переносить читача у реалії мовця.

У наступному реченні використано ще один приклад конкретизації. Іменник *meal* є досить узагальненим, тому в перекладі натомість вжитий більш конкретний термін – «вечера». Це створює певний образ та викликає деякі асоціації у читачів. Таким чином, вони сприймають емоції та почуттєвий стан мовця як і передбачено комунікативним актом:

(14) *"I couldn't care less what you do," my son told me during a last meal out together* (TG, URL) – «Мені начхати на те, що ти робиш», - сказав мені син під час нашої останньої вечері разом.

(28) *"You've come to work!" say astonished male colleagues when she walks in* (BBC, URL) – «Ти повернулася до роботи!» - вигукнули приголомшені працівники-чоловіки, коли вона зайшла.

У попередньому реченні можна прослідкувати використання генералізації у вигляді заміни словосполучення *male colleagues* більш широким поняттям «працівники-чоловіки». *Colleagues* перекладено не як «колеги», а просто як «працівники». Така трансформація спрощує поняття та сприйняття читачами деталей, надаючи більшого акценту стану та почуттям мовця.

Лексему наступного фрагмента англійськомовного мас-медійного дискурсу було *crusade* було перекладено як «війна»:

(71) *He is not mad, not obsessed, not a vigilante, not on a crusade* (TG, URL) – Він не божевільний, не одержимий, не каратель і не веде ніяку війну.

Це досить узагальнений переклад для цього іменника, початковий сенс якого – «хрестовий похід». Така трансформація адаптує реалії висловлення під хронологічні межі комунікативного акту, а в контексті вербалізованих емоцій – створює правильний персуазивний та прагматичний ефект на реципієнтів.

(93) *"I would be ropeable [furious] if I was [Djokovic]"* (TG, URL) – «Якби я був ним, то почувався б розлюченим».

Як бачимо, у попередньому прикладі оригінал містить уточнення – [*Djokovic*], однак у реченні перекладу спостерігаємо узагальнення – «ним». Цей приклад генералізації як лексико-семантичної трансформації стосується семантичного навантаження та сприйняття реципієнтами деталей висловлення.

У наступному реченні ми застосували ще один приклад використання генералізації:

(5) *Analysts would counter that Manchin is the only Democrat in major office in a state which voted solidly for Donald Trump and cuts his cloth accordingly* (TG, URL) – Аналітики вважають, що Манчін – єдиний представник керівної Демократичної партії, який безсумнівно проголосував за Дональда Трампа та, відповідно, підтримав його політику.

Словосполучення *демократична партія* є відповідником іменника оригіналу “democrat”, що є семантичним розширенням значення і вказує на більш широке поняття – партію, а не лише одного її представника. Акцент при перекладі зроблено на ціле поняття, а не одну його частину. Також генералізація у цьому випадку впливає на когнітивні процеси та концептуальне сприйняття реальності, описаної у прикладі, мовцем.

На додачу, при перекладі використано ще одну лексико-семантичну трансформацію – модуляцію, яка полягає в заміні слова оригіналу лексичною одиницею із контекстуальним значенням.

Ідіома *cut his cloth* у реченні має український відповідник – «підтримав його політику». Модуляцію в цьому прикладі зумовлено невідповідністю мовленнєвих норм оригіналу та мови перекладу, а також відсутністю прямих еквівалентів для лексичних одиниць із переносним значенням.

Як бачимо, у наступному прикладі використовується три приклади трансформацій: генералізація, конкретизація та модуляція. Відповідником американської реалії senate у перекладі є «парламент», лексема із більш розширеним значенням, порівняно з оригіналом, оскільки сенат – це частина Американського Парламенту, і не кожна людина може про це знати. Це допомагає читачам зрозуміти, про що йде мова у реченні, а також відчутти емоційний стан мовця.

(4) “... *I hope that we will bring a strong bill to the floor of the Senate and that Joe Manchin should explain to the people of West Virginia why he doesn't have the guts to stand up to the powerful special interests”* (TG, URL) – Я сподіваюсь, що

ми зможемо досягти схвалення потужного законопроекту Парламентом, і що Джо Манчін набереться сміливості розказати людям Західної Вірджинії, чому він не в змозі протистояти потужним монополіям.

Окрім того, під час перекладу ми застосували й решту видів лексико-семантичної трансформації – конкретизацію та модуляцію. Словосполучення *the powerful special interests* перекладено як «потужні монополії». Завдяки використанню конкретизації слово із ширшим семантичним значенням *interests* замінюється іменником із більш вузькою семантикою – «монополії». Така заміна викликана контекстуальними особливостями та апелюють до більш чіткої перцепції подій, а отже й почуттєво-емоційних станів мовця читачем.

Модуляція в прикладі полягає в заміні ідіоми оригіналу *bring a strong bill* та українського відповідника «зможемо досягти схвалення». Оригінал має досить фігуративне значення, у той час як його еквівалент більш точно описує сенс фрази та підключає конотативне значення.

(8) *He has never negotiated in good faith, and he is obstructing the president's agenda, 85% of which is still left on the table and in obstructing the president's agenda he is obstructing the people's agenda* (TG, URL) – Він ніколи не проводив переговори добросовісно, і він ускладнює виконання програми дій президента, 85 відсотків з якої усе ще знаходяться в процесі розгляду. Заважаючи виконанню порядку денного президента – він перешкоджає виконанню планів народу.

У попередньому реченні вираз *still left on the table* перекладено як «усе ще знаходяться в процесі розгляду». Компонент *still* перекладено калькуванням, і він має певний ефект на почуття та емоції мовця, оскільки означає невизначеність у терміні описаної реалії. Контекстуальний підтекст, а також певна невідповідність мовленнєвих норм зумовлює застосування модуляції, завдяки якій реципієнт точно розуміє емоційний стан героїв.

Іноді задля досягнення прагматичного ефекту та еквівалентності між обома мовними системами лінгвальні засоби вираження емоцій також інших мовних явищ у перекладі, адаптуються до оригіналу. Це допомагає висловити

подій мовою читача та встановити певний контакт між учасниками комунікативного акту, як-от у прикладі:

(10) *The crinkle of my dad's old golf socks stuffed full of presents on Christmas morning still makes their [children] faces light up* (TG, URL) – Ранковий шурхіт батькових старих шкарпеток для гольфу, що були наповнені різдвяними подарунками все ще запалює очі моїх дітей.

Як бачимо, ідіома *makes their [children] faces light up* відповідає українському еквіваленту «запалює очі моїх дітей». Відбувається контекстуальна заміна, під час якої концепт *face* замінюється іншим – «очі». Цей вираз є більш вживаним та звичним для цільової аудиторії мови перекладу, а отже, має сильніший когнітивний та прагматичний вплив на реципієнта.

Аналогічну заміну бачимо і в наступному реченні:

(40) *England's decision to make Stuart Broad a peripheral part of their Ashes campaign has raised eyebrows in the Australia camp, according to Steve Smith* (TG, URL) – Рішення Англії зробити Стюарта Борда другорядним гравцем кампанії Ешес не на жарт здивувала Австралійських вболівальників, повідомляє Стів Сміт.

Ідіому *has raised eyebrows* перекладено як «не на жарт здивувала». Такий варіант є ближчим до українського читача та українських реалій. Це апелює до почуттєво-емоційного стану читача та лаконічного опису дійсності мовцем.

У наступних двох прикладах відбувається семантична заміна однієї лексичної одиниці на іншу, близьку за значенням. Іменнику *affection* в оригіналі фрагменту із англійськомовного онлайн-видання відповідає іменник «повага», яке дещо відрізняється від денотативного значення лексеми – «любов» або «прив'язаність». Така семантична заміна допомагає уникнути повторень, оскільки раніше в реченні вжитий іменник *love*.

(18) *I've been immensely moved by the love and affection I've had from friends in recent weeks* (TG, URL) – Мене надзвичайно зворушила та любов і турбота, яку я отримала від друзів за останні тижні.

У наступному прикладі бачимо вираз *push yourself*, компонент якого – дієслово *push* перекладено як «мотивувати», що є більш конкретним конотативним значенням:

(23) *It's not selfish to want to push yourself and experience extraordinary things, and I hope it will inspire women and girls to believe that adventures aren't reserved solely for men* (TG, URL) – Бажання мотивувати себе та проживати незвичний досвід – це не прояв егоїзму, і я сподіваюсь, що це надихне жінок та дівчат вірити, що подорожі – справа не лише чоловіча.

Мас-медійний дискурс – досить широкий, і може описувати різні тематики, тому у наступному реченні замість іменника *revenge* ми вжили лексему із більш вузьким тематичним значенням – «відігратися», що вказує на те, що мова йде про спортивні змагання. Така трансформація конкретизації стосується сприйняття читачами світосприйняття автора та апелює до почуттів та емоцій реципієнтів:

(44) *Georgia have a chance for revenge* (TG, URL) – Джорджія має шанс відігратися.

Натомість, прикладом застосування генералізації під час перекладу матеріалу англійськомовного мас медійного дискурсу є таке речення:

(43) *“Hopefully I can be among the runs this week* (TG, URL) – «На щастя, цього тижня я можу бути серед учасників».

Ймовірно, мова йде про спортивні змагання, а саме біг. Іменник *runs* в оригінальному тексті безпосередньо вказує на вид спорту, про який повідомляється, однак, при перекладі значення лексеми було розширено і перекладено як «учасників». Такий варіант є більш узагальненим і не вказує на ситуативний контекст вживання лексичної одиниці. Генералізація у наведеному прикладі зосереджує увагу реципієнта на емоції сподівання, що вербалізується за допомогою прислівника *hopefully*.

Таким чином, аналіз фактичного матеріалу та його перекладу свідчить про використання лексико-семантичних трансформацій, а саме генералізації, конкретизації та модуляції. У процесі перекладу було виявлено застосування 18

(вісімнадцяти) випадків лексико-семантичних трансформацій, із яких 7 (сім) є прикладами генералізації, 6 (шість) – модуляції та 5 (п'ять) – конкретизації. Усі ці трансформації впливають на семантичне наповнення лексичних одиниць та допомагають встановити відповідність між текстами оригіналу та перекладу та створити прагматичний ефект на читачів обох цільових аудиторій.

### 3.3 Лексико-граматичні трансформації

Лексико-граматичні трансформації є чи не найбільш вживаними при перекладі. До них належать транспозиція, додавання, упущення, компенсація, граматична заміна, антонімічний переклад, членування та об'єднання речення.

У процесі аналізу фактичного матеріалу – ста фрагментів із онлайн видань англійськомовного мас-медійного дискурсу – було виявлено вищевказані трансформації, а також проаналізовано комунікативну мету автора та мови перекладу.

У реченні (2) *I can't bear seeing people being cruel or violent to other people* (TG, URL) – Терпіти не можу людську жорстокість або насилля до інших застосовується граматична заміна. У прикладі бачимо номінативну конструкцію із використанням герундія *being cruel or violent*, яку було перекладено як «людську жорстокість або насилля». Відбувається заміна граматичних категорій герундій – іменник, а також іменник – прикметник *people* – «людську».

Українська та англійська граматичні системи не є тотожними. Через відмінність граматичних категорій відбувається адаптація норм оригіналу до норм перекладу, щоб створити максимально наближений текст до читача.

Так, у наступному прикладі ми вжили ще один приклад граматичної заміни:

(16) *Their brave faces are even more gut-wrenching than tears would be* (TG, URL) – Хоробрість на їхньому обличчі роздирала мені душу навіть більше, ніж сльози.

Як бачимо, словосполучення *their brave faces* при перекладі відтворюється як «хоробрість на їхньому обличчі». Таким чином, відбувається заміна частин мови: *brave* замінюється на «хоробрість», а частина складеного прикметника *gut-wrenching* замінюється на дієслово «роздирати». Окрім того, лексико-граматична трансформація доповнюється лексико-семантичною – модуляцією, що змінює концепт *gut* на «душа», що є більш наближеним до українського народу.

(20) *My worst fear is that it won't, and we'll be upside down in our tiny cabin in the middle of a storm* (TG, URL) – Найбільше я боюсь, що цього не трапиться, і наша невеличка каюта перевернеться догори дном у розпад шторму.

Схожий приклад застосування граматичної заміни відбувається в представленому вище реченні. Лексична одиниця оригіналу *my worst fear* складається із займенника *my*, прикметника *worst* та іменника, що безпосередньо вербалізує емоцію страху – “fear”. У перекладі сема емоції страху вербалізується через використання дієслова «боятися», а займенник *my* відповідає українському «я».

Приклад застосування граматичної заміни бачимо і в наступному прикладі:

(26) *To win is really pretty amazing to me. I'm really happy with this of course* (TG, URL) – Перемога – це щось неймовірне для мене. Звичайно, я щаслива.

Замість дієслова *to win* вживається іменник «перемога». Це пов'язано із наявністю категорії модальності в англійській мові, тож вживання дієслів є більш поширеним для англомовних читачів. Однак, емоційно забарвлена одиниця *pretty amazing* – «щось неймовірне» як в англійському, так і в українському варіанті виконує однакову прагматичну функцію – вплив на почуття реципієнта.

Через неможливість дослівного відтворення певних лексичних та граматичних одиниць мови, перекладачі адаптують вирази під норми мови перекладу, як-от в реченні:

(36) *To my astonishment the label read "Somaliland"* (TG, URL) – Мене дуже вразило, що на етикетці було написано «Сомаліленд».

*To my astonishment* перекладено як «мене дуже вразило», оскільки калькування тут було б недоречним і неправильним з точки зору відповідності



правилам української граматики та лексики. Натомість, емоція здивування вербалізується за допомогою використання дієслова *вражати*. На українського читача такий прийом чинить персуазивний ефект, а також передає емоційний стан автора.

Цікавим є випадок використання граматичної заміни в наступному реченні. Оригінальна емоційно забарвлена лексична одиниця *struggle* відтворюється на перекладі за допомогою безособової форми дієслова «було складно»:

(48) *The doctors and I struggled to find an exact cause* (TG, URL) – Для лікарів, так само як і для мене, було складно знайти точну причину.

У наведеному нижче реченні граматична заміна стосується пасивного стану, що є досить поширеним в англійській мові. При перекладі на українську мову було застосовано активний стан:

(94) *She added: “I understand why they may be frustrated with the decision”* (TG, URL) – Вона додала: «Я розумію, чому це рішення могло їх засмутити».

Як бачимо, сема емоції розчарування *frustrate* зберігається, а граматичний контекст, у якому вона знаходиться, адаптується під норми мови перекладу.

(97) *I’m fearful that this is like lining up chess pieces to win a game* (TG, URL) – Боюся, що це щось на кшталт ходів у шаховій грі задля перемоги.

Наведене вище речення містить складений іменний присудок *I’m fearful*, який при перекладі відповідає дієслову «боятися». Така граматична заміна викликана різницею між двома граматичними структурами і впливає на сприйняття україномовним читачем почуттєво-емоційного стану автора та апелює до створення образів.

У наступному фрагменті із англійськомовного мас-медійного дискурсу граматична конструкція *there was the worry* замінюється дієсловом «бентежити». Така трансформація адекватно передає пережиті автором події та почуття реципієнту цільової аудиторії перекладу:

(87) *But there was the worry that I’d not really given him the tools in life to grasp why the £349.99 model of Hogwarts was absolutely not going to happen* (TG,

URL) – Мене бентежило, що я насправді не дав йому зрозуміти, чому ми не могли купити макет Хогвартса, який коштував 349.99 фунтів.

До лексико-граматичних трансформацій належить також членування речення. Оригінал (7) *That's all. We cut childhood poverty by 40%, an extraordinary accomplishment* (TG, URL) – Ось і все. Ми скоротили показники дитячої бідності на 40%. Наймовірне досягнення.

є одним реченням, у той час як переклад представлено двома. Така трансформація створює стилістичний ефект та надає експресивності усьому висловлюванню.

Аналогічним випадком застосування трансформації членування речення є такий приклад:

(13) *Finally getting around to writing our will was an unsettling moment – there's nothing like confronting your own mortality* (TG, URL) – Врешті-решт, написання заповіту було тривожним моментом для нас. Відчуття усвідомлення того, що ти смертний не зрівняється ні з чим.

Окрім створення стилістичного ефекту, трансформація також впливає на збереженні фокусу на важливості подій та емоціях учасників комунікативного акту. Так, оригінал представлено одним реченням, натомість переклад було розділено на два речення, які більш лаконічно описують авторове світосприйняття читачеві.

За допомогою членування речення на два, а подекуди три речення утворюються номінативні речення, що впливають на експресивність та образність твору.

(24) *I also love the sense of satisfaction I get from raising money by putting myself through intense pain – it's a peculiarly British trait* (TG, URL) – Я також люблю те відчуття вдовolenості, коли отримуєш гроші за свій наймовірно сильний біль. Типова британська риса.

Як бачимо, у попередньому прикладі речення розділено на два, друге з яких є номінативним (*Типова британська риса*). Це допомагає реципієнту відчувати ті емоції, що проживає автор у своєму висловлюванні.

Окрім членування речення також була використана трансформація об'єднання кількох частин речень в одне, як-от:

(66) *I quit my depressing job two months into 2020 lockdown. A job that was morally and ethically against my values* (TG, URL) – Я пішов із роботи, яка робила мене нещасним, і йшла в розріз із моїми моральними та етичними цінностями два місяці тому, під час локдауна у 2020 році.

Оригінал представлений двома реченнями, що має певний прагматичний ефект на англійськомовну цільову аудиторію. Однак, при перекладі два речення було об'єднано в одне задля збереження цілісності виловлювання, а також задля уникнення повторів. Суттєвої відмінності в палітрі емоцій автора, представленої читачу в обох варіантах немає, однак оригінальне речення є більш експресивним у контексті вербалізованих емоцій.

Найчастіше при перекладі текстів англійськомовного мас-медійного дискурсу було застосовано транспозицію, тобто зміну порядку слів у реченні. Застосування цієї трансформації викликане багатьма чинниками, наприклад, існуванню в англійській мові таких явищ, як кластери та присвійних займенників із відповідною функцією.

Як бачимо, у наведеному нижче прикладі вжито кластер *a Somali refugee*. Українським відповідником цієї лексичної одиниці є словосполучення «біженець із Сомалі». Транспозиція у цьому випадку викликана необхідністю використання прийменника *із* задля адекватного перекладу, відповідно до норм українського правопису:

(35) *My teacher and classmates were lovely, yet I still had this feeling of “What am I, a Somali refugee, doing here?”* (TG, URL) – І хоча мій вчитель та однокласники були дуже милими людьми, я все одно мав це відчуття: «Що я, біженець із Сомалі, роблю тут?»

Схожим прикладом використання транспозиції є наступне речення.

(19) *They're excited for me, but there's another undercurrent of feeling that only the most outspoken express: what if I don't come back?* (TG, URL) – Вони

схвильовані через мене, але є ще дещо – відчуття, про яке в змозі розповісти лише найбільші сміливці: а що, як я не повернусь?

Вираз *only the most outspoken express* має український еквівалент «про яке в змозі розповісти лише найбільші сміливці». Таким чином, на перше місце ставиться присудок, а іменник вживається наприкінці. Ця структура речення надає виразності почуттям та емоціям автора та робить їх більш нагальними для когніції реципієнта.

Для перекладу наступного прикладу також було застосовано транспозицію. Однак, вона стосується не лише певної частини виразу, а всієї синтаксичної одиниці:

(63) *He then became sceptical because of the speed of the vaccination programme rollout* (TG, URL) – Через швидкість розгортання програми вакцинації, він почав до цього ставитися скептично.

Як бачимо, сполучник *because* та частина речення, яка йде за ним, вжито на початку речення, на відміну від англійського варіанту.

Також в процесі аналізу та перекладу фрагментів англійськомовного мас-медійного дискурсу застосовувалися трансформації упушення та додавання.

(76) *I feel confident that a lot of dark, boring hours lie between us and whenever things get less bleak (2026? Never?), so I cannot just go on consuming television as if it was an infinite resource* (TG, URL) – Я впевнений, що повинно минути багато темних, нудних годин, і коли б життя не здавалося менш страшним (може, у 2026?), я не можу просто продовжувати дивитися телебачення, ніби це якийсь безкінечний ресурс.

У наведеному вище прикладі (76) граматична основа *I feel confident* перекладається як «я впевнений». Відбувається упушення дієслова *feel*, що є частиною складеного іменного присудка. Переклад адаптується під норми української граматики, оскільки вживання прямого відповідника «я почуваюся впевненим» має дещо інший відтінок та не має тотожного прагматичного впливу на реципієнта, порівняно з мовою оригіналу:

(78) *John, a father of three from Melbourne, remembers back in the very anxious early days his 10-year-old daughter asked if they were going to die. He cried* (TG, URL) – Джон, батько трьох дітей з Мельбурну, згадує дуже напружені дні, коли його десятирічна донька запитала, чи вони всі помруть. Він заплакав.

Упущення в наступному фрагменті мотивовано стилістичною метою. Задля збереження експресивності фрази та встановлення довіри між автором та читачем вживання займенника *I* («я») не відбувається. Натомість, форма дієслова допомагає з'ясувати, про яку саме особу йдеться:

(39) “*I think I look terrified*” (TG, URL) – Думаю, що виглядаю нажаханою.

Додавання також є важливим перекладацьким засобом при відтворенні форми та змісту оригіналу. У прикладі, наведеному нижче, бачимо розширення сенсу словосполучення в другому реченні *they are sick of lockdowns and masks for Covid* в українському перекладі – «вони втомилися від постійних локдаунів та носіння масок через ковід». Додавання прикметника *постійних* та герундія *носіння* надає лаконічності та уточнює значення вжитих лексичних одиниць. На додачу, розширення лексичного значення впливає і на сприйняття людиною дійсності та емоційного навантаження виразу, а вербалізована емоція втоми та конотація роздратування знаходить розуміння та перцепцію в свідомості реципієнта:

(30) *The American people are growing tired of the role of government in their lives. They are sick of lockdowns and masks for Covid* (NYT, URL) – Громадяни Америки втомилися від ролі уряду в їхніх життях. Вони втомилися від постійних локдаунів та носіння масок через ковід.

Іще одним видом лексико-граматичних трансформацій є антонімічний переклад.

(14) “*I couldn't care less what you do,*” *my son told me during a last meal out together* (TG, URL) – «Мені начхати на те, що ти робиш», - сказав мені син під час нашої останньої вечері разом.

У прикладі (14) ідіома *I couldn't care less* відтворюється українською мовою як «мені начхати». Модальне дієслово *could* та заперечна частка *not*

відповідають українському емоційно маркованому дієслову «начхати», який не містить заперечних часток та вербалізує стан байдужості.

Отже, аналіз фактичного матеріалу виявив застосування таких лексико-граматичних трансформацій, як: граматична заміна – 9 (дев'ять) випадків, членування речення – 3 (три) випадки, об'єднання речення – 1 (один) випадок, транспозиція – 8 (вісім) прикладів.

Загалом, лексико-граматичні трансформації адаптують речення оригіналу до норм та стандартів мови реципієнта, спрощуючи сприйняття реальності та впливають на розуміння почуттєва-емоційного стану героя. Окрім цього, трансформації впливають на адекватну передачу сенсу лексичних одиниць та впливають на емотивно-експресивне наповнення висловлення.

### **Висновки до розділу 3**

На прикладі аналізу фрагментів із онлайн видань англійськомовного мас-медійного дискурсу та їхнього перекладу українською мовою, було досліджено вживання трансформацій транскодування, лексико-семантичних та лексико-граматичних трансформацій.

До транскодування належать калькування, практичне транскрибування, транслітерування та нульове транскодування. Найчастіше в прикладах англійськомовного мас-медійного дискурсу було застосовано транскрибування та калькування. Вживання транскрибування та транслітерації характерне при відтворенні власних назв, а також лексичних одиниць, що не мають прямого відповідника. Натомість, якщо поняття або явище існує в обох мовах, використовується морфологічне, семантичне або фразеологічне калькування. Задля адекватного перекладу вербалізованих емоцій застосовувалося семантичне калькування, однак, були і випадки вжитку морфологічної кальки.

Лексико-семантичні трансформації включають модуляцію, конкретизацію та генералізацію. У контексті вербалізованих емоцій велике значення має модуляція, оскільки трансформує не лише лексеми, а й концепти цільових аудиторій обох мов, таким чином, пояснюючи для них значення речення та

емоцій, пережиті автором. Лексико-семантичні трансформації розширюють або звужують значення виразу, роблячи акцент на тому чи іншому почутті, яке вербалізують. Так, серед використаних трансформацій чільне місце займає генералізація, яку було вжито найчастіше. Вона розширює та узагальнює лексичне значення фрази, залежно від контексту, у якому вона знаходиться. Натомість, конкретизація звужує та уточнює поняття, про яке йде мова. Це дає змогу більш чітко та лаконічно розповісти про події та комунікативний акт, а також передати настрої та емоції героїв.

Невідповідність граматичних та лексичних норм української та англійської мов зумовлює використання лексико-граматичних трансформацій.

До них належать: граматична заміна, транспозиція, антонімічний переклад, розділення та об'єднання речення, компенсація, упушення та додавання. Найчастіше під час перекладу ста фрагментів англійськомовного мас-медійного дискурсу було застосовано транспозицію, оскільки зміна порядку слів у реченні та окремих словосполученнях зумовлена невідповідністю деяких граматичних категорій англійської та української мов. На додачу, транспозиція може використовуватися і як засіб створення стилістичної виразності, аби справити на читача певний прагматичний ефект. Також транспозиція посідає чільне місце при перекладі іменникових кластерів, передаючи значення вислову засобами іншої мови, враховуючи її лінгвальні особливості.

Додавання та упушення впливають безпосередньо впливають на лексичне значення речення. Іноді спостерігається потреба у додаванні чи упущенні слів задля збереження смислової цілісності та адекватного відтворення засобами іншої мови при перекладі.

Членування або об'єднання речення впливає на структуру речення, його когезію та стилістичне наповнення. Утворюючи декілька речень з одного перекладач має змогу рівномірно розподілити смислове навантаження виразу та навпаки, якщо йдеться про об'єднання речення – змістити увагу читача на головній думці автора.

Антонімічний переклад надає змогу реципієнту розглянути декілька семантичних варіантів лексичної одиниці та впливає на лексичну різноманітність виразу.

Отже, застосування транскодування, лексико-семантичних та лексико-граматичних трансформацій допомагає перекладачу передати комунікативну мету автора, а також зберігає чи за потреби видозмінює форму або значення висловлення задля досягнення прагматичного ефекту та представлення емоцій автора читачеві.



## ВИСНОВКИ

У процесі дослідження було проведено аналіз емоції як лінгвістичного явища та значення емотивного аспекту мови у передачі денотативного та конотативного значення лексичних одиниць. Також за допомогою вивчення праць науковців, зокрема, Н. Красавського, В.Виноградова, В. Шаховського, О. Потебні, Ш. Баллі було встановлено, що виникнення емоцій пов'язане із структурою психіки людини, соціальним та культурним середовищем, а також фізіологічними процесами у корі головного мозку та нервовій системі людини.

У роботі також представлено та порівняно класифікації емоцій за Є. Кротевичем та Н. Родзевичем, а також І. Арнольд, які виділяють слова, що власне називають позитивну чи негативну емоцію; слова, що застосовуються для передачі конотативного значення або асоціацій, а також слова для надання оцінки.

Проаналізувавши динаміку вивчення вченими теми місця емоцій у комунікативному акті та у мові загалом, було виявлено, що протягом тривалого часу деякі науковці не вважали емотивний аспект мови доцільним для вивчення в межах мови, натомість надаючи перевагу когнітивному. Беручи до уваги цю гіпотезу, було досліджено два аспекти у процесі виникнення та функціонування емоцій: конотативний та денотативний. Конотативний підхід позначає розвиток та виявлення емоцій на мовленнєвому рівні, а денотативний позначає лексичні засоби вербалізації емоцій під час комунікативного акту.

Як один із найважливіших характеристик емоцій як лінгвістичного явища в роботі наведена здатність емоцій корелюватися із культурно-духовною спадщиною певного народу. Іншими словами, кожному народові притаманні певні особливості щодо вираження емоцій та їхньої вербалізації, оскільки мова є тлумаченням світу, а емоцій – проекцією стану, що проживає мовець.

Основною проблемою дослідження є характеристика засобів вербалізації емоцій в англійськомовному мас-медійному дискурсі та їх перекладу. У межах цього аналізу було визначено, характерною рисою мас медійного дискурсу є як когнітивна, так і апелятивна функція на читача. Окрім донесення інформації, цей

вид дискурсу також здійснює вплив на реципієнтів за допомогою різноманітних мовних засобів. При цьому може спостерігатися відхилення від ustalених норм граматики, лексики чи синтаксису задля емпатичного ефекту.

У результаті вивчення теоретичних матеріалів та аналізу ілюстративних джерел, зокрема ста фрагментів англійськомовного мас-медійного дискурсу, було встановлено, що основними засобами, які використовуються задля вербалізації емоцій є вигуки, емотивно виразна лексика, фразеологізми та сталі вирази, метафори, епітети серед інших стилістичних засобів та ідіоми.

У другому та третьому розділах було досліджено класифікацію емоцій на матеріалі прикладів з ілюстративного матеріалу, лінгвостилістичні, лексико-граматичні особливості вербалізації емоцій, а також їхні прагматичні функції. Перш за все, засоби вербалізації емоцій впливають на виразність речень та створюють для читача образність і експресивність, таким чином апелюючи до власних емоцій та почуттів реципієнтів. Наводячи суб'єктивну оцінку подіям та явищам, до яких у мовця виробляються певні емоції, автор впливає і на реципієнта, який порівнює свій власний стан із станом мовця і аналізує його, пропускаючи крізь призму власних позитивних чи негативних емоцій.

У ході дослідження також було встановлено, що стилістичні тропи та ідіоми як лінгвостилістична особливість засобів вербалізації емоцій впливають на емотивне збагачення речень та пояснюють читачеві настрій автора та загальну картину тексту. Серед інших лінгвостилістичних засобів вербалізації емоцій було виділено такі: риторичні запитання, еліпсис, порівняння, антитезу, гіперболи, умовчування, метафори, апосіопезу, стилістичну інверсію та повтори.

Під час аналізу ми дійшли висновку, що лексико-граматичними особливостями вербалізації емоцій є використання різноманітних частин мови, а також їх форм, як-от вживання безособових форм дієслова, складених іменних підметів, просторіч, перелічень та пасивного стану, простих, складних та складених речень, дієприкметникових конструкцій, прикладок та модальних дієслів.

Якщо говорити про функції вербалізованих емоцій досліджуваного дискурсу, то окрім когнітивної, вони також виконують апелятивну та персуазивну, оскільки метою мас-медійного дискурсу є не лише проінформувати читача про подію, а й викликати в нього певне ставлення до викладеного, а також зрозуміти емотивний стан мовця.

Під час виконання аналізу ста речень із англійськомовного мас-медійного дискурсу було виявлено вищенаведені лексичні, граматичні та стилістичні засоби, що наближують читача до мовця. Наприклад, повтори допомагають підкреслити значимість певної події, а також наголосити на емоційному стані учасників комунікативного акту. За допомогою акцентування потрібної інформації, читач сприймає послідовність подій та аналізує емотивне навантаження цілого речення або тексту.

У дипломній роботі досліджено найбільш вживані перекладацькі трансформації, що застосовувалися під час перекладу ста речень-фрагментів із англійськомовного мас-медійного дискурсу. Так, найбільш поширеною категорією трансформацій є лексико-граматичні трансформації, що включають транспозицію, граматичну заміну, антонімічний переклад, розділення та об'єднання речення, компенсація, упущення та додавання. Застосування цих трансформацій пов'язане з невідповідністю англійських та українських граматичних систем.

Серед лексико-семантичних трансформацій було виявлено модуляцію, конкретизацію та генералізацію. Ця група трансформацій є досить вживаною, оскільки розширює або звужує значення лексичних одиниць та речень залежно від контекстуальної ситуації.

Останньою групою трансформацій є транскодування, що включає в себе транслітерацію, практичне транскрибування, калькування та нульове транскодування. Ця категорія застосовується здебільшого для відтворення власних назв, а також лексичних одиниць без прямого відповідника.

У фрагментах англійськомовного мас-медійного дискурсу було знайдено 16 (шістнадцять) випадків транскодування; 18 (вісімнадцяти) випадків лексико-

семантичних трансформацій, із яких 7 (сім) є прикладами генералізації, 6 (шість) – модуляції та 5 (п'ять) – конкретизації; а також таких лексико-граматичних трансформацій, як: граматична заміна – 9 (дев'ять) випадків, членування речення – 3 (три) випадки, об'єднання речення – 1 (один) випадок, транспозиція – 8 (вісім) прикладів.

За допомогою використання трансформацій автор має змогу адаптувати лексичні та граматичні норми мовної системи читача, а також спростити зміст висловлення для реципієнтів.

Отже, у ході дослідження було підтверджено тезу про взаємодію мови та емоцій в процесі утворення та розвитку комунікативного акту, а також розглянуто та на матеріалі ста речень із мас-медійного дискурсу ілюстровано лінгвостилістичні, лексико-граматичні особливості та прагматичні функції, а також наочно показано застосування транскодування, лексико-семантичних та лексико-граматичних трансформацій під час перекладу фрагментів із англійськомовного мас-медійного дискурсу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамцева М. Лінгвокогнітивні засоби відтворення емоцій та способи їх відтворення українською мовою (на матеріалі перекладів авторських англійських казок О. Уайльда). *KNLU*. 2019. 132 с. URL: [абрамцева-конвертирован.pdf](#)
2. Агип'юк О. Лексичні засоби вербалізації концепту любов у романі Н. Спаркса “Safe Haven” // *ELLIC*. 2020. С. 110—112. URL: [ELLIC\\_2020.pdf](#)
3. Андрейко Л.В. Стратегії очуження та одомашнення при перекладі інтертекстуальних одиниць в художньому творі // *Філологічні трактати*. 2015. №3. С. 7—13. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Filtr\\_2015\\_7\\_3\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Filtr_2015_7_3_3)
4. Бабенко Л.Г. Лексические средства обозначения эмоций в русском языке. Свердловск, 1989. 184 с. URL: [Бабенко Л.Г., Лексические средства обозначения эмоций в русском языке.pdf](#)
5. Биюмена Анна Александровна Лексические средства экспликации речевой агрессии в русскоязычных печатных изданиях советского периода. *Минский государственный лингвистический университет*. 2020. №18. С. 164—180. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskie-sredstva-eksplikatsii-rechevoy-agressii-v-russkoyazychnyh-pechatnyh-izdaniyah-sovetskogo-perioda>
6. Бойко Т. Фразеологізми як засоби вербалізації емоційних станів персонажів в ідіолекті Володимира Винниченка // *Арватівські читання*. Ніжин, 2019. 89 с. URL: [http://www.ndu.edu.ua/storage/2019/arvat\\_mat\\_2019.pdf](http://www.ndu.edu.ua/storage/2019/arvat_mat_2019.pdf)
7. Вавринюк Т. Емоційно-експресивна лексика в поетичному мовленні // *Філологічні студії*. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. 2010. №4. С. 67—73. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt\\_2010\\_4\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2010_4_11)
8. Воробйова О.П. Поетика хвиль в контексті емоційного резонансу (нарис з когнітивної емотіології) // *Мова, культура й освіта в сучасному світі: зб. наук. праць до 90-річчя проф. Романовського О.К.* Київ : Вид. центр КНЛУ, 2008. С. 126—135. URL: <https://uaclip.at.ua/poetikakhvil2008pdf.pdf>

9. Гадзицька С. Фразеологізми в англomовній пресі та їх відтворення в українському перекладі (на матеріалі британських електронних ЗМІ: Guardian, Daily Mail, Daily Star, Daily Express, The Times, The Independent) // Студентські наукові записки. №14. 2021. С. 3—7. URL: [https://eprints.oa.edu.ua/8531/1/NZ\\_stud\\_Vyp\\_14.pdf](https://eprints.oa.edu.ua/8531/1/NZ_stud_Vyp_14.pdf)
10. Галів У. Засоби вираження емотивності як лінгвоментальні формули. 2013. №9. С.53—60. URL: [https://dspu.edu.ua/native\\_word/wp-content/uploads/2016/04/2013-9.pdf](https://dspu.edu.ua/native_word/wp-content/uploads/2016/04/2013-9.pdf)
11. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. Москва: Наука, 1981. 138 с. URL: [http://issuesinlinguistics.ru/pubfiles/1983-2\\_152-154.pdf](http://issuesinlinguistics.ru/pubfiles/1983-2_152-154.pdf)
12. Головацька Ю. До проблеми перекладу нейтральної та емоційно-забарвленої лексики // Перекладознавство та міжкультурна комунікація. С. 105—111. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu\\_filol\\_2017\\_25\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu_filol_2017_25_29)
13. Гончарук М. До проблеми поняття «емоція» в лінгвістиці. С. 30—39. URL: [Maryna\\_Honcharuk.pdf](#)
14. Григоренко Г. Особливості вербалізації позитивних емоцій у сучасному англomовному художньому дискурсі. 2014. URL: <https://sites.google.com/site/philologyroundtable/categories/cognitive-approaches-to-language-and-communication/osoblivostiverbalizaciiepozitivnihemocijusucasnomuanglomovnomuhudoznomudiskursi>
15. Загнійна М. Прагматичний аспект перекладу емоційно-експресивної лексики у дитячій літературі // Магістерський науковий вісник. 2013. №18. С. 65—67. URL: [Zahniyna.pdf](#)
16. Залевская А.А. Введение в психолінгвістику. Москва: Российск. гос. гуманит. ун-т, 1999. 382 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/112422/>
17. Зіненко О. Національно-культурна специфіка відтворення в перекладі емотивної репрезентації світу (на матеріалі романів Маргарет Етвуд «Оповідь служниці» та «Заповіді»). 2020. URL:

- [https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/45792/1/%D0%97%D1%96%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE\\_%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%B%D0%BE%D0%BC%D0%BD%D0%B0\\_%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0.pdf](https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/45792/1/%D0%97%D1%96%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%B4%D0%B8%D0%BF%D0%B%D0%BE%D0%BC%D0%BD%D0%B0_%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0.pdf)
18. Изард К. Психология эмоций. Питер, 2012. 464 с. URL: [http://library.kpi.kharkov.ua/files/new\\_postupleniya/kerrolizard.pdf](http://library.kpi.kharkov.ua/files/new_postupleniya/kerrolizard.pdf)
19. Іваніна Т. Особливості перекладу емотивної лексики // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. 2008. №3. С. 71—73. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drgn\\_2008\\_2\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drgn_2008_2_15)
20. Кабановская Е. Психолінгвістическіе механізми вираження емоцій в картині мира личности. Дисс. 2004. 197 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/psikholingvisticheskie-mekhanizmy-vyrazheniya-emotsii-v-kartine-mira-lichnosti>
21. Катермина, В.В. Эмотивная лексика и перевод // Научный вестник Воронежского Государственного архитектурно-строительного университета. Воронеж, 2016. №4. С. 82—90. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotivnaya-leksika-i-perevod>
22. Ковалевич І., Сеньків О. Вербалізація емоцій на лексичному рівні (у текстах британських інтернет-газет) // Молодий вчений. 2018. №10. С. 534—538. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2018\\_10%282%29\\_32](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_10%282%29_32)
23. Коляденко О. О. Концептуалізація емоції страху (за матеріалами асоціативного експерименту) // Наукові праці Кам'янець-Подільського університету ім. І. Огієнка: Філологічні науки. № 28. Кам'янець-Подільський. 2011. С. 190—195. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Koliadenko\\_Olena/Leksyko-semantychna\\_reprezentatsiia\\_kontseptu\\_strakh\\_v\\_ukrainskii\\_naivnii\\_ta\\_naukovii\\_kartynakh\\_svit.pdf?PHPSESSID=lh435puuufb54kuje5m52pt617](https://shron1.chtyvo.org.ua/Koliadenko_Olena/Leksyko-semantychna_reprezentatsiia_kontseptu_strakh_v_ukrainskii_naivnii_ta_naukovii_kartynakh_svit.pdf?PHPSESSID=lh435puuufb54kuje5m52pt617)
24. Кондратьева О., Шахновська І. Відтворення емотивних синтаксичних засобів в українському перекладі англомовної драми. Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика: зб. наук. праць. Київ : Аграр Медіа

- Груп, 2014. С. 169—173. URL: <http://eportfolio.kubg.edu.ua/data/conference/2911/document.pdf>
25. Конюхов Е.А. Лексико-семантические средства создания эмотивности в русском и немецком песенных дискурсах (на материале текстов групп кукрыниксы и lacrimosa) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2014. № 4. С. 108—112. URL: <https://www.gramota.net/materials/2/2014/4-1/29.html>
26. Коростова С.В. Эмотивность как функционально-семантическая категория: к вопросу о терминологии // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2009. С. 85—93. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotivnost-kak-funktsionalno-semanticheskaya-kategoriya-k-voprosu-o-terminologii>
27. Кость І. Я. Механізми вербалізації емоційного стану людини в українському прозовому тексті // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. 2011. № 4. С. 279—284. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizmi-verbalizatsiyi-emotsiynogo-stanu-lyudini-v-ukrayinskomu-prozovomu-teksti>
28. Красавский Н.А. Метафора как средство вербализации эмоций в произведениях Стефана Цвейга // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2018. С. 119—126. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metafora-kak-sredstvo-verbalizatsii-emotsiy-v-proizvedeniyah-stefana-tsveyga>
29. Крисанова Т. Сучасний стан розвитку лінгвістики емоцій // Вісник ХНУ. №1124. 2014. С. 79—85. URL: <https://periodicals.karazin.ua>
30. Кузенко Г.М. Мовні засоби вираження емотивності // Наукові записки НаУКМА. 2000. С. 76—83. URL: [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/9836/Kuzenko\\_Movni\\_zasoby\\_vyrazhennya.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/9836/Kuzenko_Movni_zasoby_vyrazhennya.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
31. Кундис О. Емотивний компонент у номінативних реченнях (на матеріалі італійського мас-медійного дискурсу). Львів // Лінгвокогнітивні та



- соціокультурні аспекти комунікації. №3. 2014. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2014/emotyvnij-komponent-u-nominatyvnyh-rechennyah-na-materiali-italijskoho-mas-medijnoho-dyskursu/>
32. Лук'янова Т. Вербалізація емоційних станів в мультимодальному тексті: інтерсеміотичний переклад // Вісник ХНУ ім. В.Н.Каразіна. Іноземна філологія. №88. 2018. С. 105—111. URL: <https://periodicals.karazin.ua/foreignphilology/article/view/12322>
33. Лук'янова Т. Особливості вербалізації емоцій в мультимодальному тексті ілюстрації: інтерсеміотичний переклад (на матеріалі англійської та української мов) // ELLIC. 2020. С. 85—87. URL: [ELLIC\\_2020.pdf](#)
34. Малиненко О. Особливості лінгвістичної категоризації емоцій // Нова філологія. 2014. С. 186—192. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil\\_2014\\_62\\_42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil_2014_62_42).
35. Малярчук О. Прагматичні особливості англійських вигуків як засобів вербалізації емоцій // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2014. № 9. С. 96—100. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_filol\\_2014\\_9\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2014_9_26).
36. Мандер С.М. Емоції та їх вербальна репрезентація в українській та американській лінгвокультурах // Мовні і іконцептуальні картини світу. 2014. №50. С. 42—48. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks\\_2014\\_50%282%29\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2014_50%282%29_8)
37. Матласевич І. Психолінгвістичні механізми вираження емоцій // Студентські наукові записки. №14. 2021. С. 37—42. URL: [https://eprints.oa.edu.ua/8531/1/NZ\\_stud\\_Vyp\\_14.pdf](https://eprints.oa.edu.ua/8531/1/NZ_stud_Vyp_14.pdf)
38. Мац І. І. Різновиди емоцій та способи їх вербалізації (на матеріалі англійської мови) // Вісник Житомирського державного педагогічного університету. 2003. № 11. С. 181—183. URL: <http://www.uk.x-pdf.ru/5mehanka/1642156-1-ii-mac-riznovidi-emociy-sposobi-ih-verbalizacii-na-materiali-angliyskoi-movi-udk-8015-ii-mac-aspirant-zhitomir.php>

39. Мілова М.М. «Експресивність» та «емотивність» у мові та мовленні. Рівні передачі емоцій у художньому англomовному тексті // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2014. № 9. С. 104—107. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_filol\\_2014\\_9\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2014_9_28)
40. Мірошниченко І. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу. С.1—10. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/9998/1/Miroshnychenko.pdf>
41. Мороз А. Сутнісні виміри сучасного мас-медійного дискурсу. URL: [http://vtei.com.ua/konfa/03\\_10\\_19/6/9.pdf](http://vtei.com.ua/konfa/03_10_19/6/9.pdf)
42. Морозкина Е.А. Хамматова С.Р. Выражение эмотивности в художественном тексте (на материале романа У. Г. Симмса «Мартин Фабер») // Вестник Башкирского университета. 2015. № 1. С. 172—177. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyrazhenie-emotivnosti-v-hudozhestvennom-tekste-na-materiale-romana-u-g-simmsa-martin-faber>
43. Мураховська О. Емотивно-оцінна лексика репрезентації образу України в німецькомовній пресі. 2020. URL: [%2B0191642\\_myrahovska\\_1-30.pdf](#)
44. Мороз А. Сутнісні виміри сучасного мас-медійного дискурсу. URL: [http://vtei.com.ua/konfa/03\\_10\\_19/6/9.pdf](http://vtei.com.ua/konfa/03_10_19/6/9.pdf)
45. Насалевич Т., Луханова А. Емоції як об'єкт лінгвістичних досліджень. С.46—49. URL: [Насалевич Т.В. Емоції як обект лінгвістичних досліджень.pdf](#)
46. Негрич Н. Вербалізація емоцій засобами фразеології. С. 112—117. URL: [Nataliia\\_Nehrych курсова.pdf](#)
47. Падалка Ю.М. Емотивність як підкатегорія модальності (на матеріалі іспанської мови) // Мовні і концептуальні картини світу. 2014. №50. С. 174—181. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks\\_2014\\_50%282%29\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2014_50%282%29_28)
48. Петренко Є.М. До проблеми вербалізації емоцій // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2018 № 37. С. 81-84. URL: [http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v37/part\\_4/26.pdf](http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v37/part_4/26.pdf)

49. Поліщук О., Свінціцька О. Інфосфера України: особливості мас-медійного дискурсу у контексті естетичної інформації // Історія. Філософія. Релігієзнавство. 2008. №2. С. 56—59. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/9927/1/%D0%98%D0%A4%D0%A0%202008.pdf>
50. Потенко Л. Репрезентація категорії емотивності в художньо публіцистичних текстах (на матеріалі німецьких фразеологічних дериват) // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. 2011. № 19. С. 144—151. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/psptkl\\_2011\\_19\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/psptkl_2011_19_23)
51. Романова Н.В. Проблема емоційної і емотивної лексики // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2011. С.174—178. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/4147/1/Romanova.pdf>
52. Романова Н. В. Психолінгвістичні методи дослідження емотивної лексики // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». 2012. № 29. С. 176—179. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nznuoaf\\_2012\\_29\\_59.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nznuoaf_2012_29_59.pdf).
53. Свідер І.А. Основні особливості емотивного тексту // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. 2013. №33. С. 275—278. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkpnu\\_fil\\_2013\\_33\\_71](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkpnu_fil_2013_33_71)
54. Сем'янків Н. Психолінгвістичні аспекти вербалізації емоцій в емотивному дискурсі. 2015. С. 279—284. URL: [58.pdf](#)
55. Серажим К. Засоби впливу агресії в політичному медійному дискурсі України // ScienceRise. 2015. URL: [https://www.researchgate.net/publication/276336466\\_Zasobi\\_vplivu\\_agresii\\_v\\_politicnomu\\_medijnomu\\_diskursi\\_Ukraini](https://www.researchgate.net/publication/276336466_Zasobi_vplivu_agresii_v_politicnomu_medijnomu_diskursi_Ukraini)
56. Смахтин Е., Васьбиева Д., Калугина О. Языковая репрезентация наименований эмоций в англоязычных электронных СМИ в области экономики и финансов. 2019. С. 314—319. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-reprezentatsiya-naimenovaniy-emotsiy-v-angloyazychnyh-elektronnyh-smi-v-oblasti-ekonomiki-i-finansov>

57. Стадній А.С. Психолінгвістичний аспект емоційно-оцінної лексики // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство. 2010. №16. С. 321—325. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumo\\_2010\\_18\\_16\\_52](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumo_2010_18_16_52)
58. Стоколос А. Морфологічні та лексико-семантичні засоби вираження психо-емоційних станів у романі Кена Кізі «Пролітаючи над гніздом зозулі» // ELLIC: Сучасні дослідження з лінгвістики, літературознавства та міжкультурної комунікації. С. 61—64. URL: [ELLIC\\_2020.pdf](#)
59. Татаренко К. Вербалізація емоцій в англomовному художньому дискурсі. URL: [tatarenko.ppt](#)
60. Тараненко Л.І. Специфіка перекладу емотивних конструкцій на позначення невдоволення (на матеріалі англomовної художньої прози) // Молодий вчений. 2017. № 7. С. 239—243. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2017\\_7\\_54](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_7_54)
61. Удяк Г., Петриця Л. Специфіка вживання англійських фразеологізмів (на прикладі британських електронних ЗМІ) // Молодий вчений. 2017. № 4.3. С.259—263. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4.3/61.pdf>
62. Федорова Ю. Мовна реалізація емотивного концепту задоволення. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/movna-realizatsiya-emotivnogo-kontseptu-zadovolennya>
63. Хачпанова І. Особливості перекладу емотивної лексики // Актуальні проблеми наук про життя і природокористування. Гуманітарні науки. Київ, 2018. URL: [Особливості перекладу емотивної лексики - Гуманітарні науки - Каталог файлів - Школа Лідерства \(at.ua\)](#)
64. Цинтар Н. Аналіз культурної специфіки емотивності в міждисциплінарній парадигмі // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2018. № 34. С. 55—58. URL: [http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v34/part\\_2/17.pdf](http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v34/part_2/17.pdf)
65. Цинтар Н. Вербалізація емоцій за допомогою вигуків та емотивно-оцінної лексики в англomовному художньому дискурсі авторів-жінок // Молодий вчений. №2. 2019. С. 70—73. URL: [molv\\_2019\\_2\(1\)\\_18.pdf](#)

66. Цинтар Н. Вербалізація емоційних процесів в англійських прозових творах XXI століття. С. 17—21. URL: [ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ЕМОЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.pdf](#)
67. Шаховский В. И. Что такое лингвистика эмоций. [http://tverlingua.ru/archive/012/3\\_shakhovsky.pdf](http://tverlingua.ru/archive/012/3_shakhovsky.pdf)
68. Шидловська В.О. Поняття емоції, емоційності та емотивності у сучасній лінгвістиці //VI Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих науковців за міжнародної участі "Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації". 2014. С. 292—295. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/16477/>
69. Шимановская Л.А. Переводческие исследования и их специфика // Вестник Казанского технологического университета. № 3. 2010. С. 450—456. URL: <http://foreign-languages.karazin.ua/resources/09b4329a8803351a06c91d01e2a3c052.pdf>
70. Штефанюк Н.С. Дослідження емотивності як лінгвістичної категорії у сучасному мовознавстві // Сучасні дослідження з іноземної філології. 2017. №15. С. 199—207. URL: <http://respacoll.uzhnu.edu.ua/article/view/142438>
64. Шепель Ю. Медійний дискурс як засіб маніпулятивного впливу на читача // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2017. С. 302—307. URL: <https://rgf.vnu.edu.ua › rgf › article>
65. Яковлева И. Особенности перевода эмотивной лексики. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-perevoda-emotivnoy-leksiki>
66. Aitchison J. Cognitive clouds and semantic shadows. Oxford, 1985. P. 69—93. URL: <https://ru.scribd.com/document/125336622/Aitchison-1985-Cognitive-Clouds-and-Semantic-Shadows>
67. Belli S. Emociones y lenguaje. Tesis doctoral. 2009. URL: <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/5473/sb1de1.pdf?sequence=1>

68. Besemeres M. Wierzbika A. The verbalization of emotions in social and cultural aspects. 2009. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-verbalization-of-emotions-in-social-and-cultural-aspects>
69. Danes F. Cognition and Emotion in Discourse Interaction: A Preliminary-Survey of the Field. Berlin, 1987. P. 272—291. URL: <https://periodicals.karazin.ua/cognitiondiscourse/article/view/16730>
70. Egorova E., Krasheninnikova E., Krasheninnikova N. Emotional and expressive connotation of regional media vocabulary. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotional-and-expressive-connotation-of-regional-media-vocabulary>
71. Jensen T. Emotion in languaging: languaging as affective, adaptive, and flexible behavior in social interaction // Centre for Human Interactivity, Institute of Language and Communication, University of Southern Denmark. Denmark, 2014. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.00720>
72. Juslin P. N. From everyday emotions to aesthetic emotions: Towards a unified theory of musical emotions // Physics of Life Reviews. 2013. Vol. 10, Issue 3. P.235—266. URL: <https://doi.org/10.1016/j.plrev.2013.05.008>
73. Lewandowska-Tomaszczyk B., Pezik P. Emergent impoliteness and persuasive emotionality in Polish media discourses. 2021. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emergent-impoliteness-and-persuasive-emotionality-in-polish-media-discourses>
74. Lindquist K. Language and Emotion: Introduction to the Special Issue // Affective science. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s42761-021-00049-7>
75. Osintseva T. Ways of emotions verbalization and emotive potential of a language sign // Научный результат. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ways-of-emotions-verbalization-and-emotive-potential-of-a-language-sign/viewer>

76. Ozymenko V., Larina T. Threat and fear: pragmatic purposes of emotionalisation in media discourse. 2021. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/threat-and-fear-pragmatic-purposes-of-emotionalisation-in-media-discourse/viewer>
77. Pinker S. The language of Instinct. How the Mind Creates Language. New York, 1994. P. 23—24. URL: <http://f.javier.io/rep/books/The-Language-Instinct-How-the-Mind-Creates-Language,-Steven-Pinker.pdf>
78. Plutchik R. The emotions: facts, theories and a new model. 1962. URL: [https://openlibrary.org/books/OL5854888M/The\\_emotions\\_facts\\_theories\\_and\\_a\\_new\\_model](https://openlibrary.org/books/OL5854888M/The_emotions_facts_theories_and_a_new_model)
79. Powers A. Emotions Get Lost In Translation. URL: <https://www.forbes.com/sites/annapowers/2019/12/31/emotions-get-lost-in-translation-a-new-study-finds/?sh=71e7d2034dc4>
80. Santamaría-García C. Ferrer-Revull D. International conference on language and emotion. Madrid, 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/international-conference-on-language-and-emotion-madrid-spain-23-25-november-2016>
81. Sapir E. Language: An introduction to the study of speech. New York, 1994. P. 56—61. URL: <https://www.ugr.es/~fmanjon/Sapir,%20Edward%20-%20Language,%20An%20Introduction%20to%20the%20Study%20of%20Speech.pdf>
82. Soriano C. El lenguaje de las emociones. Prensas de la Universidad de Zaragoza. 2016. P. 243—259. URL: [https://www.unige.ch/cisa/files/4615/2387/8993/Soriano\\_2016\\_ElLenguajeDeLasEmociones.pdf](https://www.unige.ch/cisa/files/4615/2387/8993/Soriano_2016_ElLenguajeDeLasEmociones.pdf)

### СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

83. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Москва : Едиториал УРСС, 1996. 598 с. URL: [https://linguistic\\_terms.pdf](https://linguistic_terms.pdf)
84. (TCED) – The Collins English Dictionary. Glasgow: HarperCollins, 2018. 13<sup>th</sup> edition. URL: <https://www.collinsdictionary.com>

### СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

85. (TG) – The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/international>

86. (NYT) – New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/>

87. (BBC) – BBC. URL: <https://www.bbc.com/>



## ДОДАТОК

**Перекладацьке відтворення лінгвальних засобів вербалізації емоцій у  
англійськомовному мас-медійному дискурсі**

	Текст оригіналу	Текст перекладу
1.	<i>Democrats <u>criticised</u> the report, which Republicans requested</i> (TG – 19.12.2021, URL).	Демократи <u>розкритикували</u> звіт, наданий на запит Республіканців (переклад наш – А.В.).
2.	<i>“<u>I can’t bear seeing people being cruel or violent to other people</u>”</i> (TG – 06.01.2022, URL).	« <u>Терпіти не можу</u> , коли людську жорстокість або насилля до інших».
3.	<i>“<u>C’mon, Charlamagne,</u>” Harris snapped. “It’s Joe Biden. <u>No, no, no, no.</u> It’s Joe Biden, and don’t start talking like a Republican, about asking whether or not he’s president”</i> (TG – 18.12.2021, URL).	« <u>Та годі тобі, Карле Великий</u> , - видав Гарріс. Це Джо Байден. <u>Ні-ні-ні</u> , Джо Байден. І не треба говорити наче республіканець і питати, президент він чи ні.
4.	<i>“... <u>I hope that we will bring a strong bill to the floor of the Senate and that Joe Manchin should explain to the people of West Virginia why he <u>doesn’t have the guts to stand up to the powerful special interests</u></u>”</i> (TG – 19.12.2021, URL).	Я <u>сподіваюсь</u> , що ми зможемо досягти схвалення потужного законопроекту Сенатом, і що Джо Манчін <u>набереться сміливості</u> розказати людям Західної Вірджинії, чому він не в змозі протистояти потужним монополіям.
5.	<i>Analysts <u>would counter</u> that Manchin is the only Democrat in major office in a state which voted solidly for Donald Trump and <u>cuts his cloth accordingly</u></i> (TG – 19.12.2021, URL).	Аналітики <u>вважають</u> , що Манчін – єдиний представник керівної Демократичної партії, який безсумнівно проголосував за Дональда Трампа та, відповідно, <u>підтримав його</u> політику.

6.	<p><i>“My Democratic colleagues in Washington are <u>determined to dramatically</u> reshape our society in a way that leaves our country <u>even more vulnerable to the threats we face</u>” (TG – 19.12.2021, URL).</i></p>	<p>Мої колеги-демократи із Вашингтона <u>рішуче налаштовані радикально</u> змінити наше суспільство на таке, де наша країна стає <u>куди більше</u> вразливою до тих загроз, із якими ми наразі стикаємося.</p>
7.	<p><i><u>That’s all. We cut childhood poverty by 40%, an <u>extraordinary accomplishment</u></u> (TG – 19.12.2021, URL).</i></p>	<p><u>Ось і все.</u> Ми скоротили показники дитячої бідності на 40%. <u>Неймовірне</u> досягнення.</p>
8.	<p><i><u>He has never negotiated in good faith, and he is obstructing the president’s agenda, 85% of which is still left on the table and in obstructing the president’s agenda he is obstructing the people’s agenda</u> (TG – 19.12.2021, URL).</i></p>	<p>Він ніколи не проводив переговори <u>добросовісно</u>, і він ускладнює виконання програми дій президента, 85 відсотків з якої усе ще <u>знаходяться в процесі розгляду</u>. Заважаючи виконанню порядку денного президента – він перешкоджає виконанню планів народу.</p>
9.	<p><i><u>I’m heartbroken to miss Christmas with my family – but want to inspire girls with this huge challenge</u> (TG – 20.12.2021, URL)</i></p>	<p><u>У мене розривається серце</u>, що я проведу Різдво далеко від родини, але я хочу надихнути дівчат, прийнявши цей важливий виклик.</p>
10.	<p><i><u>The crinkle of my dad’s old golf socks stuffed full of presents on Christmas morning still makes their [children] faces light up</u> (TG – 20.12.2021, URL).</i></p>	<p>Ранковий шурхіт батькових старих шкарпеток для гольфу, що були наповнені різдвяними подарунками все ще <u>запалює очі моїх дітей</u>.</p>
11.	<p><i><u>My husband has been fully supportive, in the same way that he put up with me doing endless marathons in my 40s</u> (TG – 20.12.2021, URL).</i></p>	<p>Мій чоловік <u>повністю підтримав</u> мене, так само як і тоді, коли мені було 40 і я займалася <u>нескінченними марафонами</u>.</p>

12.	<i>He's the main cook at home as well as the stricter parent, so <u>I have no qualms about leaving him in charge of the household for several weeks</u> (TG – 20.12.2021, URL).</i>	Він – головний кухар у нашій сім'ї, і суворіший за мене, тож <u>мене не мучили напади сумління</u> , що я залишаю його за головного на декілька тижнів.
13.	<i>Finally getting around to writing our will was an <u>unsettling moment</u> – there's <u>nothing like confronting your own mortality</u> (TG – 20.12.2021, URL).</i>	Врешті-решт, написання заповіту <u>було тривожним моментом</u> для нас. Відчуття усвідомлення того, що ти смертний <u>не зрівняється ні з чим</u> .
14.	<i>"<u>I couldn't care less what you do,</u>" my son told me during a last meal out together (TG – 20.12.2021, URL).</i>	« <u>Мені начхати на те, що ти робиш</u> », - сказав мені син під час нашої останньої вечері разом.
15.	<i><u>I've been troubled by the thought that in order to deal with me going away, they've started to withdraw from me</u> (TG – 20.12.2021, URL).</i>	<u>Мене турбувала думка</u> , що для того, щоб прийняти таке моє рішення, вони почали віддалятися від мене.
16.	<i>Their brave faces are even more <u>gut-wrenching than tears would be</u> (TG – 20.12.2021, URL).</i>	Хоробрість на їхньому обличчі <u>роздирала мені душу</u> навіть більше, ніж сльози.
17.	<i>It's not only family who <u>are worried</u> (NYT – 20.01.2022, URL).</i>	Це не єдина <u>занепокоєна сім'я</u> .
18.	<i>I've been <u>immensely moved by the love and affection I've had from friends in recent weeks</u> (TG – 20.01.2022, URL).</i>	<u>Мене надзвичайно зворушила та любов і турбота</u> , яку я отримала від друзів за останні тижні.
19.	<i>They're <u>excited for me</u>, but there's another undercurrent of feeling that only the most outspoken express: what if I don't come back (TG – 20.12.2021, URL)?</i>	Вони <u>схвильовані</u> через мене, але є ще дещо – відчуття, про яке в змозі розповісти лише найбільші сміливці: а що, як я не повернусь?

20.	<i><u>My worst fear is that it won't, and we'll be upside down in our tiny cabin in the middle of a storm</u> (TG – 20.12.2021, URL).</i>	Найбільше я боюсь, що цього не трапиться, і наша невеличка каюта перевернеться догори дном у розпад шторму.
21.	<i><u>I floundered for a while, but then life began to slot into place again</u> (TG – 20.12.2021, URL).</i>	Було важко деякий час, але потім життя почало налагоджуватися.
22.	<i><u>There, I met Debra Searle, who famously did the Atlantic challenge alone in 2001 when her then-husband had to be rescued from their boat, suffering from anxiety</u> (TG – 20.12.2021, URL).</i>	Там я зустріла Дебру Сірла, яка самотужки успішно здійснила Атлантичну подорож у 2001 році, у той час, як її чоловіка, що почав серйозно нервувати, рятували з їхнього човна.
23.	<i><u>It's not selfish to want to push yourself and experience extraordinary things, and I hope it will inspire women and girls to believe that adventures aren't reserved solely for men</u> (TG– 20.12.2021, URL).</i>	Бажання мотивувати себе та проживати незвичний досвід – це не прояв егоїзму, і я сподіваюсь, що це надихне жінок та дівчат вірити, що подорожі – справа не лише чоловіча.
24.	<i><u>I also love the sense of satisfaction I get from raising money by putting myself through intense pain – it's a peculiarly British trait</u> (TG– 20.12.2021, URL).</i>	Я також люблю те відчуття вдоволеності, коли отримуєш гроші за свій неймовірно сильний біль. Типова Британська риса.
25.	<i><u>I will miss them terribly, and they will miss me. But I know they are secretly proud of me and that makes it all worthwhile</u> (TG– 20.12.2021, URL).</i>	Я страшенно за ними сумуватиму, а вони – за мною. Але я знаю, що вони таки пишаються мною, а значить, це того варте.
26.	<i><u>To win is really pretty amazing to me. I'm really happy with this of course</u> (TG– 20.12.2021, URL).</i>	Перемога – це щось неймовірне для мене. Звичайно, я щаслива.

27.	<i>Thanks for all the support I've received, it's been <u>absolutely insane</u>, especially the energy I felt at Wimbledon, playing in front of my home crowd (TG– 20.12.2021, URL).</i>	Дякую за ту підтримку, яку я отримала, вона <u>насправді шалена</u> , особливо енергія, яку я відчула на турнірі у Вімблдоні, граючи перед вболівальниками своєї країни.
28.	<i>"You've come to work!" <u>say astonished</u> male colleagues when she walks in (BBC – 09.12.2021, URL).</i>	«Ти повернулася до роботи!» - вигукнули <u>приголомшені</u> працівники-чоловіки, коли вона зайшла.
29.	<i>I <u>hope</u> Trump does not run. He can do a lot more for the party as an advocate than a candidate (BBC – 09.12.2021, URL).</i>	<u>Сподіваюсь</u> , Трамп не балотується. Він зробить значно більше для партії, як її сторонник, а не як кандидат.
30.	<i>The American people are growing tired of the role of government in their lives. <u>They are sick of lockdowns and masks for Covid</u> (NYT – 20.11.2021, URL).</i>	Громадяни Америки <u>втомилися</u> від ролі уряду в їхніх життях. Вони <u>втомилися</u> від локдаунів та носіння масок через Ковід.
31.	<i>The day the Capitol was under attack, I <u>felt nostalgic</u> for the days when things were a lot more collegial, and when the two parties mixed and laughed together (NYT – 01.01.2022, URL).</i>	У день, коли Капітолію загрожувала небезпека, я <u>відчув ностальгію</u> за тими часами, коли життя було більш згуртованим, і дві партії збиралися та сміялись разом.
32.	<i>I mentioned in my last column that my wife was doing an MA in medieval literature and was always turning up <u>fascinating</u> words (TG – 02.01.2022, URL).</i>	У останній статті я згадував, що моя дружина здобувала ступінь магістра мистецтв із середньовічної літератури, і завжди вміла підбирати <u>неперевершені</u> слова.
33.	<i><u>Feeling sluggish</u> at work? Try the Pomodoro technique: 25 minutes on,</i>	<u>Почуваєтесь в'яло</u> на роботі? Ось «метод помідора»: працюйте 25

	<i>five-minute break, and repeat</i> (TG – 02.01.2022, URL).	хвилин, потім п’ятихвилинна перерва і повторити.
34.	<i>As an archaeologist, <u>I am hoping</u> my new project will connect the continent’s people to the hidden history of their land</i> (TG – 03.01.2022, URL).	Як археолог, <u>я сподіваюсь</u> , що мій новий проєкт з’єднає людей материка із прихованою історією їхньої землі.
35.	<i>My teacher and classmates were lovely, yet I still had <u>this feeling of “What am I, a Somali refugee, doing here?”</u></i> (TG – 03.01.2022, URL)	І хоча мій вчитель та однокласники були дуже милими людьми, я все одно мав <u>це відчуття: «Що я, біженець із Сомалі, роблю тут?»</u>
36.	<i><u>To my astonishment</u> the label read “Somaliland”</i> (TG – 03.01.2022, URL).	<u>Мене дуже вразило, що</u> на етикетці було написано «Сомаліленд».
37.	<i><u>Wow: an axe from my own country. The moment was like a message</u></i> (TG – 03.01.2022, URL).	<u>Овва!</u> Сокира з країни, звідки я родом. Той момент був знаком.
38.	<i>Yet it is also <u>as frustrating as it is enlightening</u>, revealing both the significance of his work and also the confusions that infest contemporary thinking about race</i> (TG – 03.01.2022, URL).	Це <u>розчаровує, але також виявляє</u> як значимість його роботи, так і плутанину, що шкодить сучасним уявленням про раси.
39.	<i>“I think I look <u>terrified</u>”</i> (TG – 03.01.2022, URL).	Думаю, що виглядаю нажаханою.
40.	<i>England’s decision to make Stuart Broad a peripheral part of their Ashes campaign <u>has raised eyebrows</u> in the Australia camp, according to Steve Smith</i> (TG – 03.01.2022, URL).	Рішення Англії зробити Стюарта Борда другорядним гравцем кампанії Ешес <u>не на жарт здивувала</u> Австралійських вболівальників, повідомляє Стів Сміт.

41.	<i>He <u>expressed his own disappointment</u> in a weekend newspaper column and Smith, Australia's vice captain, <u>admitted</u> he expected to see more of his old adversary (TG – 03.01.2022, URL).</i>	У своїй рубриці недільної газети, <u>він виразив власне розчарування</u> . Віце-капітан Австралії Сміт <u>визнав</u> , що від своїх старих суперників він очікував побачити більше.
42.	<i>I <u>always love playing here, it's home for me,</u>" he said (TG – 03.01.2022, URL).</i>	«Грати тут я <u>люблю завжди</u> . Це мій дім», - сказав він.
43.	<i>"<u>Hopefully I can be among the runs this week</u> (TG – 03.01.2022, URL).</i>	« <u>На щастя</u> , цього тижня я можу бути серед учасників».
44.	<i>Georgia have a chance for <u>revenge</u> (TG – 03.01.2022, URL).</i>	Джорджія має шанс <u>відігратися</u> .
45.	<i>We got <u>a wakeup call from a really good team</u> (TG – 03.01.2022, URL).</i>	То був <u>неначе сигнал до дії</u> від надзвичайно сильної команди.
46.	<i>To have another opportunity to play for a national championship ... <u>it's like a dream come true</u> (TG – 03.01.2022, URL).</i>	Отримати ще одну можливість грати у національному чемпіонаті – <u>це мрія, яка збулася</u> .
47.	<i>It looked terrible and was <u>extremely uncomfortable</u> (TG – 02.01.2022, URL).</i>	Це <u>виглядало жахливо</u> та було <u>надзвичайно незручно</u> .
48.	<i>The doctors and I <u>struggled to find an exact cause</u> (TG – 02.01.2022, URL).</i>	Для лікарів, так само як і для мене, <u>було складно</u> знайти точну причину.
49.	<i>I applied for jobs in Australia principally because I <u>wanted to enjoy its renowned beaches and surf</u> (TG – 02.01.2022, URL).</i>	Я подавав заяву на роботу в Австралії, бо <u>хотів отримувати насолоду</u> від її знаменитих пляжів та серфінгу (переклад наш – А.В.).
50.	<i>I don't have <u>any fear or anxiety about storms, because I don't remember being struck</u> (TG – 02.01.2022, URL).</i>	Я <u>не відчуваю ні страху, ані тривожності</u> , бо не пам'ятаю, як мене вдарила блискавка.

51.	<i>Arriving alone in early-morning darkness at Glenshee ski centre in Ballater, Aberdeenshire, I am greeted by friendly voices in the tiny ticket queue and eagerly join the small posse</i> (TG – 02.01.2022, URL).	Коли я рано-вранці приїхав у лижний центр у Глінші у Балатері, Абердінширі, мене <u>привітали дружелюбні</u> голоси у невеличкій черзі за квитками та <u>охоче</u> приєднався до цієї невеликої групи громадян.
52.	<i>“While Covid has been a massive headache, [] it has also provided the opportunity to gain heightened support from the Scottish government and other agencies,” he said</i> (TG – 03.01.2022, URL).	«Коли <u>ковід</u> приносив купу <u>неприємностей</u> , він також надав можливість отримати посилену підтримку від Шотландського уряду та інших установ», – сказав він.
53.	<i>The light is stunning</i> (TG – 02.01.2022, URL).	Світло – <u>приголомшливе</u> .
54.	<i>I head for the car park, happy</i> (TG – 02.01.2022, URL).	І я, <u>щасливий</u> , іду у напрямку паркінгу.
55.	<i>I really enjoy my job,” says Sarah, a customer service agent working for a public sector organisation, “but we’re treated terribly”</i> (NYT – 14.01.2022, URL).	«Мені <u>справді</u> <u>подобається</u> моя робота», - каже Сара, агент центру клієнтської підтримки у державній організації. «Але ставляться до нас <u>жахливо</u> ».
56.	<i>Customer service agents typically have gruelling roles and often bear the brunt of people’s anger when things go wrong – even if the fault had nothing to do with them</i> (NYT – 14.01.2022, URL).	Агенти служб клієнтської підтримки зазвичай мають <u>виснажливу</u> роботу та часто відчувають на собі весь тягар <u>людської злості</u> , коли щось іде не так – навіть коли провина не їхня.
57.	<i>The daily deluge of irate and even abusive customers can take its toll,</i>	Щоденний потік <u>розгніваних та навіть сварливих</u> клієнтів мають суттєвий



	<i>leaving agents <u>feeling anxious and lonely</u> (NYT – 14.01.2022, URL).</i>	вплив на працівника, який через це <u>відчуває тривогу та самотність</u> .
58.	<i>As an adult <u>it feels strange</u> that you're basically asking for permission to go to the toilet (NYT – 14.01.2022, URL).</i>	Питати дозволу сходити в туалет – <u>досить дивне відчуття</u> для дорослої людини.
59.	<i>The longer you're on the phone to someone, the more likely you are to miss a call, which makes you <u>feel guilty and as if you've let the team down</u> (NYT – 14.01.2022, URL).</i>	Чим більше ти говориш по телефону з кимось, тим більше вірогідно, що ти пропустиш дзвінок. Через це ти <u>почуваєшся так, ніби схибив у чомусь або підвів свою команду</u> .
60.	<i>"<u>The fear</u> that we have missed out on so much ... Makes me want to be in a million places at one time," she says (TG – 01.01.2022, URL).</i>	«Через <u>страх</u> від того, що ми пропустили чимало, я хочу бути у багатьох місцях одночасно», - зазначає жінка.
61.	<i>Pat <u>struggled with social connection and loneliness</u> pre-pandemic (TG – 01.01.2022, URL).</i>	Перед пандемією Пет <u>було складно бути на самоті</u> та соціально розвиватися.
62.	<i><u>It's funny, actually, I didn't feel lonely at all during lockdown</u> – but as soon as things opened up this year and last, it started up again (TG – 01.01.2022, URL).</i>	Насправді, <u>кумедно</u> , що я не почувалася самотньо під час локдауна. Проте, зважаючи на теперішній курс подій, це розпочалося знову.
63.	<i>He then <u>became sceptical</u> because of the speed of the vaccination programme rollout (TG – 01.01.2022, URL).</i>	Через швидкість розгортання програми вакцинації, він почав до цього <u>ставитися скептично</u> .
64.	<i>I was <u>hesitant</u> about getting my first vaccine, which I didn't have until about three months ago (TG – 01.01.2022, URL).</i>	<u>Я сумнівався</u> перед першою дозою вакцини, яку я отримав приблизно три місяці тому.

65.	<i><u>The information that was published was worrying, so I thought it was best in the long run to get the vaccine, rather than not, despite what my feelings were at the time</u></i> (TG – 01.01.2022, URL).	Інформація, яку опублікували, <u>хвилювала мене</u> , тож я подумав, що все-таки найкращим рішенням буде отримати вакцину, незважаючи на те, <u>як я почувався</u> на той час.
66.	<i>I quit my <u>depressing job</u> two months into 2020 lockdown. A job that was morally and ethically against my values</i> (TG – 01.01.2022, URL).	Я пішов із роботи, яка <u>робила мене нещасним</u> , і йшла в розріз із моїми моральними та етичними цінностями два місяці тому, під час локдауна у 2020 році.
67.	<i>Think you'd hand in your notice if you suddenly struck it rich? <u>You'd be surprised</u></i> (BBC – 09.12.2016, URL).	Думаєте, що як тільки звільнитесь з роботи, одразу розбагатієте? Ви будете <u>вражені</u> .
68.	<i><u>I felt powerless</u> – so I started filming</i> (TG – 05.01.2022, URL).	Я <u>почувався безсилим</u> , тож почав знімати.
69.	<i>I had <u>a pretty awesome upbringing</u> and was close to my dad</i> (TG – 11.09.2020, URL).	Моє виховання було <u>пречудовим</u> , і зі своїм батьком я був близьким.
70.	<i><u>You hope it will improve other people's safety</u></i> (TG – 11.09.2020, URL).	Ти <u>сподіваєшся</u> , що це покращить безпеку інших людей.
71.	<i>He is <u>not mad, not obsessed, not a vigilante, not on a crusade</u></i> (TG – 05.01.2022, URL).	Він <u>не божевільний, не одержимий</u> , не каратель і не веде ніяку війну.
72.	<i>Macron's political opponents accused the president – who in the early stages of his term faced <u>accusations of arrogance, tactlessness</u> and being out of touch from parts of the French population – of</i>	Політичні опоненти Макрона звинуватили президента, який нещодавно увійшов на посаду, у <u>зверхності, безтактовності</u> та нестачі зв'язку з деякими частинами французького народу.

	<i>excessive language</i> (TG – 05.01.2022, URL).	
73.	<i>Emmanuel Macron says he has learned to love the French, but it seems he especially likes <u>to despise</u> them</i> (TG – 05.01.2022, URL).	За словами Еммануеля Макрона, він навчився любити французів, але, здається, йому особливо подобається їх <u>зневажати</u> .
74.	<i>Polls show a large majority of French voters are <u>growing increasingly frustrated</u> with the pandemic and back the vaccine pass as an effective means to end it</i> (TG – 05.01.2022, URL).	За даними опитувань, переважна більшість французів <u>надзвичайно розчаровані</u> пандемією та вважають, що вакцинація – це ефективний засіб покінчити з бідю.
75.	<i>And there's <u>a certain satisfaction</u> to be derived from a whole new swathe of the population getting to experience the special trepidation formerly associated with taking a pregnancy test</i> (TG – 05.01.2022, URL).	І у цьому є <u>певне задоволення</u> , що походить від великої групи людей, яка переживає особливе хвилювання, пов'язані з тестом на вагітність.
76.	<i><u>I feel confident</u> that a lot of dark, boring hours lie between us and whenever things get less bleak (2026? Never?), so I cannot just go on consuming television as if it was an infinite resource..</i> (TG – 05.01.2022, URL).	<u>Я впевнений</u> , що повинно минути багато темних, нудних годин, і коли б життя не здавалося <u>менш страшними</u> (може, у 2026?), я не можу просто продовжувати дивитися телебачення, ніби це якийсь безкінечний ресурс.
77.	<i><u>The clutching dread, the impotence, the fury</u> – the minute most of us see that lectern we're triggered</i> (TG – 05.01.2022, URL).	<u>Заціпенілий жах, безпомічність, гнів</u> – у ту хвилину більшість у нас бачать ту трибуну, в якій ми бачили необхідність до використання.
78.	<i>John, a father of three from Melbourne, remembers back in the <u>very anxious</u></i>	Джон, батько трьох дітей з Мельбурну, згадує <u>дуже напружені</u> дні, коли його

	<i>early days his 10-year-old daughter asked if they were going to die. He <u>cried</u> (TG – 04.01.2022, URL).</i>	десятирічна донька запитала, чи вони всі помруть. Він <u>заплакав</u> .
79.	<i>People drew <u>real strength</u> from that, and <u>were almost surprised</u> by how much they <u>enjoyed</u> their time together (TG – 04.01.2022, URL).</i>	Це стало <u>джерелом сили</u> для людей, які <u>були вражені</u> тим, наскільки вони <u>насолоджувалися</u> своїм часом, проведеним разом.
80.	<i>This is all they did. The kid <u>was delighted</u> (TG – 04.01.2022, URL).</i>	Це те, що робили всі. Дитина <u>була задоволена</u> .
81.	<i>Now <u>we can appreciate</u> that ability to do stuff <u>that's just nonsensical</u>, like just putting leaves into piles (TG – 04.01.2022, URL).</i>	Тепер <u>ми цінуємо здатність</u> займатися тими речами, які <u>здаються безглуздими</u> , наприклад, збирати докупи листя.
82.	<i><u>Solitude is terrible</u> for an adolescent but <u>invaluable</u> for learning to think for yourself (TG – 05.01.2022, URL).</i>	<u>Самотність</u> – жахлива річ для юнака, але <u>надзвичайно цінна</u> , бо вчить думати самостійно.
83.	<i>I was <u>so outraged</u> at seeing this happen that I wrote an article about it for the Evening Times (NYT – 14.01.2022, URL).</i>	Це так <u>мене розгнівало</u> , що я написав статтю про те, що сталося у Івнінг Таймс.
84.	<i><u>To my amazement</u> it was published (NYT – 14.01.2022, URL).</i>	<u>Я був вражений</u> , що це опублікували.
85.	<i><u>Encouraged</u>, I wrote about other injustices (NYT – 14.01.2022, URL).</i>	<u>Натхнений</u> , я писав про інші несправедливості.
86.	<i>I remember giving a <u>cry of joy</u> (NYT – 14.01.2022, URL).</i>	Я пам'ятаю, як <u>плакав від радості</u> .
87.	<i>But <u>there was the worry</u> that I'd not really given him the tools in life to grasp why the £349.99 model of Hogwarts was</i>	<u>Мене бентежило</u> , що я насправді не дав йому зрозуміти, чому ми не могли

	<i>absolutely not going to happen</i> (TG – 05.01.2022, URL).	купити макет Хогвартса, який коштував 349.99 фунтів.
88.	<i>I think we'd become locked into a cycle of buying him a magazine here, a sticker book there, that giving him money on top <u>felt extraneous</u></i> (TG – 05.01.2022, URL).	Думаю, що ми знаходилися у замкненому колі: тут купили йому журнал, там – альбом з наклейками, тому додаткові гроші змушували його <u>почуватися відчужено</u> .
89.	<i>He doesn't even make it to the opening credits of Toast of Tinseltown's first episode before <u>a furious</u> Larry David is yelling: "Are you serious? Is this guy a real actor?"</i> (TG – 05.01.2022, URL).	Він навіть не встиг до вступних титрів першого епізоду серіалу «Тост Тінселтаун», перед тим, <u>розгніваний</u> Ларі Девід почав <u>волати «Ти серйозно? Він що, правда актор?»</u>
90.	<i>I went out too much and overspent on things like designer clothes and bags (one Louis Vuitton tote cost over £1,000, which <u>I feel sick</u> about now)</i> (TG – 05.01.2022, URL).	Я занадто багато розважалася та витратила гроші на дизайнерські речі та сумки (одна сумочка Луї Вітон коштувала більше, ніж тисячу фунтів, і я <u>почуваюся кепсько</u> через це зараз).
91.	<i><u>I feel awful</u> now as the money could have been used for my children's futures</i> (TG – 05.01.2022, URL).	Зараз я <u>почуваюся препогано</u> , бо гроші могли знадобитися моїм дітям у майбутньому.
92.	<i>Nadal said he thought it was "normal" for the Australia people to <u>feel frustrated</u> over the case given ongoing lockdowns and people's inability to return to Australia</i> (TG – 05.01.2022, URL).	Надал сказав, що він думав, що для австралійців <u>почуватися пригніченими</u> через тривалий карантин та відсутність можливості повернутися в Австралію – нормально.
93.	<i>"I would be <u>ropeable [furious]</u> if I was [Djokovic]"</i> (TG – 05.01.2022, URL).	«Якби я був ним, то <u>почувався б розлюченим</u> ».

94.	<i>She added: “I understand why they may <u>be frustrated</u> with the decision” (TG – 05.01.2022, URL).</i>	Вона додала: «Я розумію, чому це рішення <u>могло їх засмутити</u> ».
95.	<i>My son’s growth this year <u>is impressive</u> (TG – 02.01.2022, URL).</i>	Те, як виріс цього року мій син – <u>вражає</u> .
96.	<i>It feels as if he can’t acknowledge that she is <u>depressed</u>, despite her GP confirming this to be the case (TG – 02.01.2022, URL).</i>	Здається, що вона не усвідомлює, що <u>перебуває у депресії</u> , незважаючи на те, що її сімейний лікар підтвердив хворобу.
97.	<i>I’m <u>fearful</u> that this is like lining up chess pieces to win a game (TG – 02.01.2022, URL).</i>	<u>Боюся</u> , що це щось на кшталт ходів у шаховій грі задля перемоги.
98.	<i><u>Astonishingly</u>, three of her four movies – Red Road, Fish Tank and American Honey – have won the Jury prize at the Cannes film festival (TG – 06.01.2022, URL).</i>	<u>Дивовижно</u> : три із чотирьох її кінокартин – «Червона Дорога», «Акваріум» та «Американський Мед» отримали приз журі на Канському кінофестивалі.
99.	<i>But the boy <u>feels humiliated</u> and takes a terrible revenge on the dog (TG – 06.01.2022, URL).</i>	Однак, хлопець <u>почувається пригніченим</u> , і жахливо мстить псу.
100.	<i>“I remember Mum <u>going absolutely mad</u> when we got back with the lamb” (TG – 06.01.2022, URL).</i>	«Пам’ятаю, як мама <u>страшенно розсердилася</u> , коли ми повернулися з ягням».

## SUMMARY

The Master Degree Thesis is dedicated to the study of lingual means of emotions verbalization within English mass media discourse. The main aims of the research are the following:

- 1) to single out the role of emotions as a lingual and physiological phenomenon, taking into consideration the nature of its appearance and socio-cultural peculiarities of the nations;
- 2) to analyze the lingual, stylistic, lexical and grammatical characteristics of emotions verbalization in mass media discourse;
- 3) to describe the pragmatic functions of the means of emotions verbalization
- 4) to analyze the transformations employed in the process of translation, such as transcoding, lexical and semantic, and lexical and grammatic transformations;
- 5) to illustrate various classifications of means of emotions verbalization, suggested by scholars.

Furthermore, in the process of the research, we have analyzed and translated 100 sentences of English online media sources, such as The Guardian, The BBC, The New York Times.

Theoretical background was concluded on the basis of the of foreign and Ukrainian scholars' works, as well as different articles, dissertations and students' articles on the topic.

The thesis consists of the introduction, three chapters, list of reference sources, conclusions, summary and annex, which includes 100 sentences of English mass media discourse.

The introduction defines the essence of a scientific problem and its value. Each Chapter is subdivided into subchapters: the first one is theoretical, the second is analytical, and the third one is a practical analysis of the research material.

In the process of the study there were defined the main approaches and methods to the research, as well as the following conclusions:

1) The means of emotions verbalization are subdivided into the lexemes that directly name the emotion; the lexemes that presuppose the connotation and context; and the lexemes that are used for associations.

2) Means of emotions verbalization in mass media discourse perform the following pragmatic functions: informative, persuasive, manipulative functions as they appeal to the readers' emotions and present the author's feelings through verbal means.

3) To achieve the pragmatic functions mentioned above, the author may use different lexical, grammatical and stylistic means, such as figures of quality (metaphors, personifications, metonymy, epithets etc.), figures of quantity (hyperbole, meiosis, litotes) and syntactic stylistic means (alliteration, assonance, simile, inversion, ellipsis, aposiopesis and repetition).

4) In the process of translation of emotionally coloured lexicon, various transformations are to be applied: transcoding (calque, transcription and transliteration), lexical and semantic transformations (modulation, concretization and generalization) and lexical and grammatical transformations (grammatical replacement, transposition, antonymic translation, compensation, omission, division and unification of the phrase and addition).

As for the lexical and grammatical intricacies of the lingual means of emotions verbalization, they include the use of the following parts of speech: adverbs, adjectives, nouns, forms of the verb (participle I and participle II), interjections and conjunctions, the passive voice and relative clauses.

It was figured out that the syntactic features include the use of simple and compound sentences, and nominative sentences. Idioms were also proved to be an effective way to achieve the pragmatic persuasive effect and make the recipient understand the author's intention and feelings.

All things considered, an emotion is a complicated unit of linguistic studies, which suggests applying a variety of lingual means to be verbalized. Thus, it is essential to achieve the necessary pragmatic aims and establish the adequate rendition to the target audience.



