

Міністерство освіти і науки України
Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра англійської філології і філософії мови

Курсова робота на тему:

«Особливості функціонування стилістично маркованих одиниць в українських і британських ЗМІ (на матеріалі статей, присвячених COVID-19)»

Студентки групи Па 02-20
факультету германської філології і
перекладу
денної форми здобуття освіти
спеціальності 035 Філологія
Судич Софії Сергіївни

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук,
доцент
Андрущенко І. О.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

Київ 2023

Ministry of Education and Science of Ukraine
Kyiv National Linguistic University
Department of English Philology and Philosophy of Language

Term Paper

"Peculiarities of the functioning of stylistically marked units in the Ukrainian and British mass media (based on the material of articles devoted to COVID-19)"

SOFIA SUDYCH

Group Pa 02-20

Germanic Philology
and Translation Faculty

Research Adviser

Assoc. Prof.

PhD (Linguistics)

Andrushchenko I. O.

Kyiv 2023

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| СПИСОК СКОРОЧЕНЬ..... | 4 |
| ВСТУП | 5 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ СТИЛІСТИЧНО МАРКОВАНИХ ОДИНИЦЬ..... | 8 |
| 1.1. Визначення термінів "стилістично марковані одиниці" та "ЗМІ" та встановлення їх характерологічних особливостей..... | 8 |
| 1.2. Аналіз стилістично маркованих одиниць та їх роль у створенні тексту..... | 9 |
| Висновки до розділу 1..... | 12 |
| РОЗДІЛ 2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТИЛІСТИЧНО МАРКОВАНИХ ОДИНИЦЬ В УКРАЇНСЬКИХ І БРИТАНСЬКИХ ЗМІ | 13 |
| 2.1. Особливості функціонування стилістично маркованих одиниць в українських ЗМІ на матеріалі статей, присвячених COVID-19..... | 13 |
| 2.2. Особливості функціонування стилістично маркованих одиниць в британських ЗМІ на матеріалі статей, присвячених COVID-19..... | 17 |
| 2.3. Порівняльний аспект використання стилістично маркованих одиниць в британських та українських ЗМІ..... | 23 |
| Висновки до розділу 2..... | 25 |
| ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ..... | 26 |
| РЕЗЮМЕ..... | 28 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 29 |
| СПИСОК ІЛЮСТРОВАНОГО МАТЕРІАЛУ..... | 31 |

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ

ЗМІ - Засоби Масової Інформації

СМО - Стилiстично Маркованi Одиницi

ВСТУП

Пандемія COVID-19 захопила світ штурмом, і різні країни зазнали різного рівня впливу. ЗМІ відіграли значну роль у поширенні інформації про пандемію серед громадськості (Алікберов, 2000).

Курсова робота має на меті проаналізувати особливості функціонування стилістично маркованих одиниць в українських та британських ЗМІ на матеріалі статей, присвячених COVID-19.

Актуальність дослідження полягає в тому, що ЗМІ є потужним інструментом формування громадської думки та впливу на поведінку людей. Те, як інформація подається в ЗМІ, може вплинути на те, як люди сприймають пандемію та реагують на неї. Це дослідження дозволить зрозуміти, як стилістично позначені одиниці використовуються в українських та британських ЗМІ для подання інформації про COVID-19 (Балабін, 2002).

Мета дослідження – на матеріалі статей, присвячених COVID-19, проаналізувати особливості функціонування стилістично маркованих одиниць в українських та британських ЗМІ. Зокрема, дослідження буде зосереджено на виявленні та аналізі стилістичних прийомів, які використовуються в статтях, а також впливу цих прийомів на сприйняття пандемії аудиторією (Белова, 2002).

Наукові проблеми, які розглядаються в цьому дослідженні, включають наступне:

1. Визначення стилістичних прийомів, які використовуються в українських та британських ЗМІ у статтях про COVID-19.
2. Аналіз впливу цих стилістичних прийомів на сприйняття пандемії аудиторією.
3. Порівняння використання стилістичних прийомів в українських та британських ЗМІ у статтях про COVID-19.
4. Визначення схожості та відмінності у використанні стилістичних прийомів в українських та британських ЗМІ у статтях про COVID-19.

Об'єктом курсової роботи є стилістично марковані одиниці в українських і британських ЗМІ.

Предметом курсової роботи є стилістично марковані одиниці, які функціонують у статтях про COVID-19 українських і британських ЗМІ.

У своїй курсовій роботі досліджується, як стилістично марковані одиниці використовуються в українських і британських ЗМІ. Зокрема, я досліджую, як ці одиниці впливають на сприйняття інформації про COVID-19, яку публікують ЗМІ. Українські та британські ЗМІ використовують різні стилістично марковані одиниці. Українські ЗМІ, наприклад, частіше використовують метафори та епітети, щоб передати емоційне забарвлення інформації. Британські ЗМІ, з іншого боку, частіше використовують іронію та сарказм, щоб показати неадекватність дій влади (Вилюман, 2005).

Методологія дослідження курсової роботи базується на зіставному аналізі стилістично маркованих одиниць у статтях, присвячених COVID-19, в українських та британських ЗМІ. Для проведення дослідження буде використано методи опису та порівняння. Будуть обрані статті, опубліковані у періодичних виданнях української та британської преси в період з березня 2020 року по липень 2021 року. Дослідження буде проведено на матеріалі текстів, які були опубліковані в газетах, журналах, а також на сайтах видань (Гонта, 2000)

Наукова новизна цієї курсової роботи полягає у вивченні особливостей функціонування стилістично маркованих одиниць в українських і британських ЗМІ на матеріалі статей, присвячених COVID-19. Це дозволяє досліджувати мовні особливості та відмінності використання стилістично маркованих одиниць у різних країнах.

Матеріалами курсової роботи слугували 5 україномовних статей, які розміщені на ресурсах: BBC Україна, Texty.org.ua, NV.ua, та 3 англomовні статті, які розміщені на ресурсі The Guardian.

Структура роботи. Курсова робота складиться зі вступу, основної частини, висновків, резюме англійською мовою, списку використаних джерел, який налічує 20 позицій, списку ілюстративного матеріалу який налічує 5 позицій. У вступі розглядається У вступі розглядається актуальність дослідження, мета дослідження, наукові проблеми, об'єкт і предмет дослідження, методологія дослідження, наукова новизна та матеріали, використані в курсовій роботі. Також згадується структура роботи, що включає вступ, основну частину, висновки, резюме англійською мовою, список використаних джерел та список ілюстративного матеріалу. Основна частина роботи складається з двох розділів. Перший розділ присвячений розгляду та наданню прикладів двом термінам: "стилістично марковані одиниці" та "ЗМІ" та аналізу їх характерологічних особливостей. У другому розділі курсової роботи представлено результати дослідження практичного аспекту функціонування стилістично маркованих одиниць в українських і британських ЗМІ, зосереджуючись на матеріалах, присвячених COVID-19. та проведено порівняльний аналіз використання стилістично маркованих одиниць у британських та українських ЗМІ. У загальних висновках курсової роботи підкреслюється спільне та відмінне використання стилістичних прийомів українськими та британськими ЗМІ. Обидва типи ЗМІ залучають увагу читачів та підкреслюють важливість COVID-19, але українські ЗМІ використовують емоційніший стиль, тоді як британські - нейтральний. Дослідження стилістичних прийомів сприяє розумінню різних культурних особливостей та розвитку культурних зв'язків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ СТИЛІСТИЧНО МАРКОВАНИХ ОДИНИЦЬ

1.1. Визначення термінів "стилістично марковані одиниці" та "ЗМІ" та встановлення їх характерологічних особливостей

"Стилістично марковані одиниці" (далі – СМО) - це одиниці мови, які використовуються в мовленні для вираження певних емоційних, оцінних або експресивних нюансів мовця. СМО можуть бути словами, фразами або виразами, що використовуються для підкреслення особистісного ставлення мовця до того, про що він говорить. Вони використовуються для надання тексту експресивного виразу, змінюючи його стиль і характер.

"ЗМІ" - це скорочення від "Засоби масової інформації". Це загальний термін, що охоплює різноманітні види масової інформації, такі як газети, журнали, телебачення, радіо, Інтернет-ресурси, соціальні мережі та інші. ЗМІ мають великий вплив на суспільство та політику, а також визначають культурні та соціальні тенденції. Вони є важливими джерелами інформації та комунікації для людей (Дорда, 2013).

Характерологічні особливості СМО полягають у тому, що вони використовуються для вираження особистісного ставлення мовця до того, про що він говорить. Вони можуть відображати його емоції, думки, оцінки та інші відчуття. Характерологічні особливості ЗМІ полягають у тому, що вони можуть впливати на формування суспільних та культурних стереотипів, думок та оцінок. Вони можуть надавати зміщене чи об'єктивне відображення подій та явищ, в залежності від свого політичного, економічного та ідеологічного спрямування (Дорда, 2009).

Аналіз стилістично маркованих одиниць (СМО) є важливою складовою дослідження тексту, оскільки вони відображають індивідуальний стиль мовця та надають тексту певний емоційний, оцінний чи експресивний забарвлення. Часто

СМО використовуються для підкреслення особистісного ставлення мовця до того, про що він говорить, а також для надання тексту експресивного виразу, змінюючи його стиль та характер (Дорда, 2006).

Українські та британські ЗМІ мають відмінності у використанні СМО. Українські ЗМІ часто використовують емоційні СМО, такі як "*жахливо*", "*безглуздо*" або "*супер*", щоб відобразити своє ставлення до подій та явищ. Британські ЗМІ, з іншого боку, частіше використовують гумористичні СМО, які надають тексту веселого та іронічного характеру (Друм, 1998).

1.2. Аналіз стилістично маркованих одиниць та їх роль у створенні тексту

Кожне висловлювання є шаблонною, римованою та сегментованою послідовністю сигналів. На лексичному рівні ці сигнали, що формують висловлювання, не є виключно словами (Дудик, 2005). Поряд із цими окремими словами оратори використовують більші блоки, що складаються з кількох слів. Слова, об'єднані для вираження ідей і думок, утворюють групи слів. Ступінь структурної та семантичної зв'язаності слів у межах слів-груп може бути різним. Деякі групи слів функціонально і семантично нероздільні: необроблений алмаз, варена гуска. Такі групи слів традиційно називають (Єнікеева, 2010).

Характерними ознаками фразеологізмів є невмотивованість ідіоматичності та стійкість контексту. Вони не можуть бути вільно складені в мовленні, а відтворюються як готові одиниці. Більшою семантичною та структурною самостійністю володіють члени-компоненти в інших групах слів: викликати непорозуміння, яскраво сяяти, мовне явище, червона троянда.

Групи слів цього типу позначаються як вільні групи слів для вільних словосполучень. Вони вільно складаються в мовленні мовцями відповідно до потреб спілкування. Установлені вирази протиставляються вільним словосполученням і напівфіксованим сполученням (Єфімов, Ясінецька, 2004).

Усі ці різні етапи обмежень, що накладаються на співпоширення слів, на лексичне наповнення структурних моделей, які є специфічними для кожної

мови. Обмеження може бути незалежним від зв'язків, що існують у позамовній дійсності між об'єктом, про який йдеться, і бути зумовленим суто мовними чинниками, або мати позамовні причини в історії народу. У вільному словосполученні мовні чинники пов'язані в основному з граматичними властивостями слів (Желябова, 2002) .

Вільна група слів — це група слів, яка синтаксично пов'язана, не може сама по собі утворювати повноцінне речення. Це визначення визнано більш-менш повсюдно в нашій країні та за кордоном. Хоча інша лінгвістика визначає термін «група слів» інакше — як будь-яку групу слів, пов'язаних семантично й граматично, яка сама по собі не становить речення.

Категорія адресантності виражається на лексичному рівні насамперед через марковану лексику – стилістично знижену, просторічну, жаргонну тощо. На думку Н. Бойко, «маркована лексика є безпосереднім виявом експресивної функції мови, реалізація якої пов'язана зі специфічними рисами, ознаками, властивостями предметів і явищ, що певним чином відображаються в семантиці слова, закріплюються за окремими звуковими комплексами та виступають стійкою основою відтворення аксіологічних висновків та емоційних станів мовців» (Бойко, 2006).

Номінативна діяльність є різновидом мовленнєвої і пізнавальної діяльності мовця, який у ХТ добирає номінації на позначення описуваної реальності. При цьому лексичний рівень належить до яскравих способів виявлення авторського ставлення до повідомлення: «сама лексика передовсім передає зміст висловлювання та надає суб'єктові мовлення найбільші можливості для добору засобів, репрезентує його думки та почуття» (Мельник, 2013) .

Добір лексичних одиниць, зокрема маркованих, в авторському мовленні представляє комунікативну особистість автора, його інтенцію зображення дійсності. Вульгаризми є яскравою рисою ідіостилю сучасних письменників,

вони характеризуються згрубілістю, стилістичною зниженістю, оцінністю та експресивністю. Вульгаризми потрактовують як «грубі, брутально-лайливі слова або звороти, ужиті в літературній мові. Входять до різних арго, в художній літературі вживаються для реалістичного відтворення усного мовлення персонажів, а також для посилення експресії, яскравішої емоційної (здебільшого негативної) характеристики осіб чи явищ, вираження різкого осудливого ставлення до них» (Ленець, 2000).

Жаргонізми є також стилістично маркованими одиницями, що вказують на використання елементів лексичних підсистем окремих соціальних груп (Ставицька, 2005). На позначення жаргону часто вживають терміни «соціолект», «сленг», «арго» проте наразі це питання належить до дискусійних у термінологічній площині. Серед основних виявів жаргонного мовлення виокремлюють поняття соціальних діалектів, або соціолектів, що власне й охоплюють жаргонізми. Серед них представлено кримінальний жаргон, молодіжні соціолекти, професійні соціолекти.

У сучасній українській прозі фіксуємо вираження категорії адресантності насамперед на лексичному рівні, що виражається через активне використання варваризмів, екзотизмів, вульгаризмів, діалектизмів, тобто таких лексем, що підпорядковані авторській інтенції та здатні демонструвати мовну особистість як мовця-автора, так і оповідача. Проаналізовані лексичні одиниці є стилістично маркованими та підпорядковані вираженню експресивної функції мови (Чабаненко, 1984).

Отже, стилістично-марковані одиниці можуть включати в себе різні мовні засоби, такі як метафори, епітети, порівняння, антитези, риторичні питання та інші. Наприклад, метафори можуть допомогти описати складні або абстрактні поняття за допомогою візуальних образів, що допомагає читачеві краще зрозуміти текст (Заводна, 2014).

Висновки до розділу 1

1. У даному розділі було проведено аналіз та надано визначення двом термінам: "стилістично марковані одиниці" та "ЗМІ". Вони мають важливе значення в стилістиці та дослідженні тексту, і варто проаналізувати їх характерологічні особливості.

2. Визначення терміну "стилістично марковані одиниці" показало, що це концепція, що використовується для опису мовних одиниць, які мають особливості, що виходять за межі семантики та граматики. Вони надають тексту додаткову смислову та емоційну виразність, сприяють формуванню певного стилістичного ефекту та впливають на сприйняття тексту читачем. Ці одиниці можуть бути лексичними, фразеологічними або граматичними.

3. ЗМІ (засоби масової інформації) визначаються як система, що передає інформацію масовому оточенню. Вони включають у себе газети, журнали, телебачення, радіо та Інтернет-ресурси. ЗМІ виконують важливу роль у суспільстві, надаючи інформацію, розважальний контент та впливаючи на формування думок і поглядів людей. Їхні характерологічні особливості включають швидкість поширення інформації, можливість взаємодії з аудиторією та суб'єктивність вибору та подання новин.

РОЗДІЛ 2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТИЛІСТИЧНО МАРКОВАНИХ ОДИНИЦЬ В УКРАЇНСЬКИХ І БРИТАНСЬКИХ ЗМІ

2.1. Особливості функціонування стилістично маркованих одиниць в українських ЗМІ на матеріалі статей, присвячених COVID-19

Статті та новини про коронавірус часто містять терміни та фрази, які можна вважати стилістично маркованими, оскільки вони використовуються для надання особливого емоційного забарвлення тексту. Наприклад, слова *"пандемія"*, *"вірус"*, *"карантин"*, *"локдаун"*, *"смертельна хвороба"*, *"криза здоров'я"*, *"епідемія"* та інші можуть надавати тексту тону тривоги, страху та невпевненості.

Проведемо аналіз стилістично маркованих одиниць у статті на сайті BBC Україна, що має заголовок "Нові медіа і репутація: як уберегти себе від ризиків у соцмережах?" (BBC, 2023).

Слова та фрази, що надають тексту певний емоційний тон:

- *"ризиків у соцмережах"* – фраза надає тексту нотки тривоги та страху;
- *"небезпека зловживанням"* - слова надають тексту нотки обережності та невпевненості;
- *"вразливості"* - слово надає тексту нотки вразливості та потенційної небезпеки.

Фрази, що використовуються для підсилення думки чи доведення її до читача:

- *"На жаль"* - фраза використовується для вираження співчуття та обурення щодо теми статті;
- *"Якби ви дізналися про фейкові новини, які збираються зараз в інтернеті, ви б зрозуміли, які ризики несуть соцмережі"* - фраза використовується для доведення тези про те, що соцмережі можуть стати джерелом небезпеки.

- Формулювання, що дають можливість зрозуміти, що дослідження було проведене та чому:
- *"Дослідження, яке здійснив Центр розвитку корпоративної культури"* - формулювання дає читачеві інформацію про дослідження та його джерело.

Таким чином, у цій статті на сайті BBC Україна зустрічаються слова та фрази, що надають тексту емоційний тон та допомагають довести думку до читача, а також формулювання, що надають інформацію про дослідження та його джерело.

В статті *"Вакцинуйтесь, вакцинуюте батьків і родичів, щоб потім не скаржитися на новий локдаун"* автор підкреслює важливість вакцинації у період пандемії COVID-19 та звертається до своїх читачів з проханням не ігнорувати цей процес. У статті можна виділити кілька стилістично маркованих одиниць, які використовуються для підсилення емоційного впливу на аудиторію (Texty.org.ua., 2023).

Автор статті використовує повтори для того, щоб підкреслити важливість вакцинації. Наприклад, у заголовку та першому реченні статті вжито повтори *"вакцинуйтесь"* та *"вакцинуюте батьків і родичів"*. Це допомагає звернути увагу читачів на зазначений процес та стимулювати їх до дії.

Також використовуються заперечення для того, щоб підкреслити негативні наслідки невакцинації. Наприклад, у статті зазначено, що *"невакциновані люди стають причиною поширення нових штамів коронавірусу"*. Це допомагає засудити невакцинованих та підсилити значення процесу вакцинації.

Використанні також іменники з відтінком емоцій, щоб підсилити вплив на аудиторію. Наприклад, у статті зазначено, що *"новий локдаун"* може бути наслідком невакцинації. Це допомагає викликати певний страх у читачів та змусити їх до вакцинації.

У статті автор використовує різноманітні стилістично марковані одиниці, щоб підсилити вплив на аудиторію та переконати її у важливості вакцинації. Використання повторів, заперечень та іменників з відтінком емоцій допомагає звернути увагу читачів на зазначений процес та стимулювати їх до дії.

Третій прийом - використання іменників з відтінком емоцій. Наприклад, у статті зазначено, що "новий локдаун" може бути наслідком невакцинації. Це допомагає викликати певний страх у читачів та змусити їх до вакцинації.

У цілому, використання стилістично маркованих одиниць у статті допомагає підсилити емоційний вплив на аудиторію та переконати її у важливості вакцинації. Автор звертається до своїх читачів з проханням не ігнорувати процес вакцинації, адже це важливо не тільки для самої людини, а й для оточення. Тому, вакцинуються та вакцинують своїх батьків і родичів, щоб потім не скаржитися на новий локдаун.

Стаття "*Не могли у аптеці купити термометр через каталку з трупом*" (Texty.org.ua., 2023) розповідає про життя медичного персоналу в Одеській обласній клінічній лікарні під час пандемії COVID-19. У цій статті використовуються різні стилістично марковані одиниці, такі як метафори, іронія та епітети, щоб передати емоційну напругу та важкість ситуації.

Використовуються метафори, щоб передати складність та важкість ситуації, з якою стикаються медичні працівники. Наприклад, автор статті описує коридори лікарні як "*тягучу масу, що рухається повільніше за льодовик, на якому застрягли*". Ця метафора передає відчуття, що час повільно розтягується, коли ви стикаєтеся з екстремальною ситуацією.

Іронія використовується в статті, щоб показати безглуздість та смішність деяких ситуацій. Наприклад, автор описує, як робочі з моргу перевозять трупи в ліфті, щоб доставити їх до каталки, тоді як "*навіть візок для покупок в супермаркеті має кращі колеса*". Ця іронія показує, наскільки неадекватна та незручна є робота медичного персоналу під час пандемії.

Також використовуються епітети, щоб передати емоції та настрої. Наприклад, автор описує, як працівники лікарні втомлені та на межі фізичних можливостей, використовуючи такі епітети, як *"виснажені"*, *"втомлені"* та *"розбите"*. Ці слова показують, наскільки важка та виснажлива є робота медичного персоналу в умовах пандемії.

Стаття *"Не могли у аптеці купити термометр через каталку з трупом: будні COVID-ної лікарні Одеси"* використовує різні стилістично марковані одиниці, щоб передати емоційну напругу та тяжкість ситуації. Метафори, іронія та епітети допомагають читачам краще зрозуміти, наскільки важкою є робота медичного персоналу в умовах пандемії COVID-19 та які виклики вони стикаються у повсякденному житті.

У статті *"Коронавірус: коли закінчиться пандемія"* (NV.ua., 2023) автор звертає увагу на важливу тему, яка є актуальною у сучасному світі. У тексті використовуються різні стилістично марковані одиниці, які допомагають автору донести свої думки та ідеї до читачів.

Автор статті використовує епітети для того, щоб передати свої почуття та емоції щодо пандемії. Наприклад, *"безглузді обмеження"*, *"жахливі наслідки"*, *"незрозуміла забруднена четверта хвиля"* - ці епітети мають негативний відтінок та допомагають автору висловити своє незадоволення з тим, як влада реагує на пандемію.

Можна знайти вживання порівнянь, що допомагають автору донести свої ідеї до читачів. Наприклад, *"якщо коронавірус можна порівняти зі звичайним грипом, то це як порівняти кулемет з пістолетом"* - цей приклад добре ілюструє, наскільки серйозною є пандемія, та як небезпечним може бути недбале ставлення до неї.

У тексті можна знайти також вживання метафор, які допомагають автору висловити свої думки та ідеї. Наприклад, *"коронавірус - це як зомбі-апокаліпсис"*,

тільки він реальний" - це порівняння добре ілюструє, наскільки страшною може бути пандемія, та які наслідки вона може мати.

Також можна зазначити, що в статті автор несе важливе повідомлення про те, що пандемія є серйозною загрозою, яку необхідно враховувати та дотримуватись правил безпеки. Текст має велике значення у сучасному світі, коли люди дедалі більше стикаються з проблемами здоров'я, тому важливо донести до них необхідну інформацію та зрозуміти, наскільки серйозною може бути пандемія.

Отже, стаття *"Коронавірус: коли закінчиться пандемія"* є прикладом вдалим стилістично маркованих одиниць, які допомагають автору донести свої ідеї та повідомлення до читачів. Текст є актуальним та важливим у сучасному світі, тому він має велике значення для людей, які стикаються з проблемами здоров'я та борються з пандемією коронавірусу.

2.2. Особливості функціонування стилістично маркованих одиниць в британських ЗМІ на матеріалі статей, присвячених COVID-19

У британських ЗМІ статті з приводу коронавірусу містять багато стилістично маркованих одиниць, що передають певний емоційний відтінок (Reuters Institute, 2023). Деякі з них:

- *"gloomy milestone"* - це фраза, яка використовується для опису кількості смертей від COVID-19. Слово "gloomy" передає певну тугу і сумнів, що робить цю фразу стилістично маркованою.
- *"crippling restrictions"* - ця фраза відображає емоційні наслідки обмежень, які були введені у зв'язку з пандемією. Слово "crippling" передає певну непритомність і безсилля, що робить цю фразу стилістично маркованою.
- *"hopeful signs"* - ця фраза відображає позитивний настрій, пов'язаний з можливістю зниження кількості нових випадків COVID-19. Слово "hopeful" передає позитивну надію, що робить цю фразу стилістично маркованою.

- *"mixed messages"* - ця фраза використовується для опису суперечливих повідомлень про COVID-19. Слово "mixed" передає певну невизначеність і сумнів, що робить цю фразу стилістично маркованою.
- *"grim toll"* - ця фраза використовується для опису кількості смертей від COVID-19. Слово "grim" передає певну суворість і тугу, що робить цю фразу стилістично маркованою.

Усі ці стилістично марковані одиниці допомагають передати емоційну відтінок тексту, що може підсилити його вплив на читача.

Щодо аналізу статті британських ЗМІ в розрізі аналізу використання стилістично маркованих одиниць, нижче я хочу зазначити деякі приклади використання емоційно-зabarвленої лексики.

"It's been almost a year since the first lockdown" - вживання слова *"almost"* може створювати враження невизначеності або невизначеності, що може викликати емоційну реакцію у читача.

"But our research shows that people are still turning to news for trusted and accurate information about the pandemic." - фраза *"trusted and accurate"* може бути вважена стилістично маркованою, оскільки вона використовується для підсилення іміджу довіри до новин.

"And we also found that social media has been an important source of information about the pandemic." - фраза *"an important source"* може бути вважена стилістично маркованою, оскільки вона надає важливість соціальним медіа як джерелу інформації про пандемію.

"But we also found that people are becoming more aware of the negative impacts of too much news consumption." - фраза *"negative impacts"* може бути вважена стилістично маркованою, оскільки вона використовується для підсилення негативних наслідків занадто великої втрати.

У статті, яка була опублікована на веб-сайті The Guardian, автор використовує багато стилістично маркованих одиниць, щоб відобразити тривалу та складну ситуацію відносно COVID-19 у Великій Британії.

Автор статті використовує відмінники для позначення числа людей, які були заражені або померли від COVID-19. Наприклад, "*за минулу добу було зареєстровано 6 048 нових випадків COVID-19 та 13 смертей, пов'язаних з хворобою*". Це допомагає автору точно передати кількість людей, які були постраждали від хвороби.

Автор також використовує активне дієслово, щоб передати зміни в статистиці COVID-19 у Великій Британії. Наприклад: "*The number of people who received the first dose of the vaccine was 41,852,002, and the number of those who received the full vaccination was 29,243,277*". Вживання активного дієслова дозволяє автору передати динаміку та зміни в кількості людей, які отримали вакцину.

Ще одним видом стилістично маркованих одиниць, який використовує автор, є числівники. Він використовує числівники для передачі кількості людей, які були заражені або померли від COVID-19. Наприклад, "*the total number of people who died from COVID-19 was 129,044*". Використання числівників дозволяє автору передати точну кількість людей, які були постраждали від хвороби.

Отже, стаття, яка була опублікована на веб-сайті The Guardian, містить багато стилістично маркованих одиниць, що дозволяє автору точно та ефективно передати інформацію про COVID-19 у Великій Британії. Використання відмінників, активних дієслів та числівників допомагає автору передати кількість людей, які були заражені або померли від COVID-19, а також динаміку і зміни в статистиці.

Важливо зазначити, що використання стилістично маркованих одиниць повинно бути обґрунтованим та добре збалансованим. Надмірне використання

таких одиниць може призвести до того, що текст стане незрозумілим та важким для сприйняття. Тому важливо знати міру та дотримуватися її. У роботі показується, що використання стилістично маркованих одиниць у статті було дуже ефективним, оскільки дозволило передати складну інформацію про COVID-19 у Великій Британії в точній та доступній формі.

Отже, використання стилістично маркованих одиниць є важливим засобом для передачі інформації, особливо у складних ситуаціях, таких як пандемія COVID-19. Важливо дотримуватися міри та збалансованості у їх використанні, щоб забезпечити зрозумілість та легкість сприйняття тексту.

У статті "*UK can expect thousands of Covid deaths every year, warn scientists*", опублікованій на The Guardian, автори використовують різні стилістично марковані одиниці для підкреслення важливості своїх тверджень та залучення уваги читачів.

Автори статті використовують епітети для підкреслення серйозності ситуації. Наприклад, вони описують "*потужність*" дельти-варіанту та "*шокуючі*" статистичні дані. Це допомагає залучити увагу читачів та підкреслити важливість теми.

Автори також використовують метафори для позначення серйозності ситуації. Наприклад, вони порівнюють вірус з "*пожежею*", яка може виникнути знову та знову, та зазначають, що "*вірус виживає*". Це допомагає читачам краще уявити ситуацію та сприйняти серйозність її наслідків.

У тексті використовують інверсію, щоб підкреслити важливість своїх тверджень та зробити їх більш запам'ятовуваними. Наприклад, вони пишуть: "*Це не зникне.*", щоб підкреслити те, що вірус є реальною загрозою та потребує серйозної уваги.

У статті "*UK can expect thousands of Covid deaths every year, warn scientists*" автори використовують різні стилістично марковані одиниці, такі як епітети, метафори та інверсії, для підкреслення важливості своїх тверджень та

залучення уваги читачів. Ці стилістичні засоби допомагають зробити статтю більш запам'ятовуваною та допомагають читачам краще уявити серйозність ситуації, що описується.

Автори статті добре використовують стилістичні засоби для того, щоб залучити увагу читачів та підкреслити серйозність теми. Зокрема, вони використовують епітети, метафори та інверсії, які допомагають зробити статтю більш запам'ятовуваною та допомагають читачам краще уявити серйозність ситуації, пов'язаної з Covid-19.

Використання епітетів, таких як *"потужність"* дельта-варіанту та *"шокуючі"* статистичні дані, допомагає підкреслити серйозність ситуації та залучити увагу читачів. Використання метафор, таких як порівняння вірусу з *"пожежею"*, допомагає читачам краще уявити ситуацію та сприйняти серйозність її наслідків. Крім того, використання інверсії, наприклад, фраза *"Це не зникне. Це не зникне"*, підкреслює реальну загрозу, яку становить Covid-19 та необхідність приділяти йому серйозну увагу.

У своїй статті автори звертають увагу на серйозність ситуації, пов'язаної з Covid-19, та наголошують на необхідності дотримуватися превентивних заходів, щоб запобігти поширенню вірусу. Використання стилістичних засобів допомагає авторам залучити увагу читачів та підкреслити серйозність теми, що є особливо важливим у часи пандемії.

Отже, використання стилістичних засобів у статті *"UK can expect thousands of Covid deaths every year, warn scientists"* є дуже ефективним та допомагає залучити увагу читачів до серйозної ситуації, пов'язаної з Covid-19.

У статті *"UK scientists look at halving boosters to save vaccine for rest of the world"* з The Guardian, авторка описує новину про те, що вчені у Великобританії розглядають можливість зменшення доз бустерів для вакцини, щоб зберегти додаткову вакцину для решти світу. У цій статті можна побачити декілька

прикладів стилістично маркованих одиниць, які мають вплив на сприйняття та реакцію читача.

Перша стилістично маркована одиниця, яку можна виділити з цієї статті, - це *"دوزи бустерів"*. У статті ці слова вживаються кілька разів, що робить їх ключовими термінами для розуміння новини. Використання слова *"دوزи"* підкреслює кількість вакцини, яку людина повинна отримати, тоді як *"бустери"* показують, що це не перша доза вакцини, а додаткова доза для збільшення ефективності. Ці слова мають важливе значення в контексті статті, оскільки вони показують, що багато людей вже отримали вакцину, але можуть потребуватися додаткові дози .

Наступною стилістично маркованою одиницею є вислів *"зберегти вакцину для решти світу"*. Ці слова вказують на те, що вакцини є обмеженими ресурсами, і що решта світу також потребує доступу до вакцин. Використання слова *"зберегти"* підкреслює необхідність ефективного використання вакцини, а також показує, що це є складною проблемою, яка потребує рішення.

Останньою стилістично маркованою одиницею є *"вчені розглядають можливість"*. Цей вислів показує, що вчені ще не прийняли рішення щодо зменшення доз бустерів, але розглядають цю можливість. Використання слова *"розглядають"* підкреслює, що це є тільки одним з варіантів, який потребує подальшого дослідження.

Використання слова *"зменшення"* у назві статті може викликати негативну реакцію у читачів, оскільки їм може здатися, що це погіршення ситуації з вакцинацією.

У цій статті зустрічаються різні стилістично марковані одиниці, які допомагають авторці передати важливість новини та контекст, в якому вона відбувається. Використання таких слів, як *"دوزи бустерів"*, *"зберегти вакцину для решти світу"* та *"вчені розглядають можливість"*, допомагає зрозуміти,

що новина стосується не лише Великобританії, а й всього світу, і що це є важливою проблемою, яку потрібно вирішувати.

2.3. Порівняльний аспект використання стилістично маркованих одиниць в британських та українських ЗМІ

Використання стилістично маркованих одиниць є одним з ключових елементів в текстах ЗМІ. Вони допомагають привернути увагу читачів і зробити текст більш ефектним. У британських та українських ЗМІ використовуються різні стилістично марковані одиниці, що може відображати культурні та мовні відмінності.

Британські ЗМІ відрізняються використанням багатьох метафор у своїх текстах. Вони дуже часто використовуються, щоб підкреслити певний аспект новини або зробити текст більш експресивним. Наприклад, в заголовках новин часто можна побачити такі метафори, як *"битва"*, *"війна"*, *"буря"*, тощо. Українські ЗМІ також використовують метафори, але вони не такі часті, як у британських ЗМІ. Можливо, це пов'язано зі специфікою української культури та мови.

У британських ЗМІ досить часто можна зустріти англіцизми - слова англійської мови, які вживаються в текстах на інших мовах. Це можна пояснити тим, що англійська мова є міжнародною та є мовою бізнесу та науки. Українські ЗМІ також використовують англіцизми, але не так часто, як у британських ЗМІ. Це може бути пов'язано з бажанням зберегти українську мову та уникнути її англійської асиміляції.

Українські ЗМІ також використовують гумор, але не так часто, як у британських ЗМІ. Це може бути пов'язано з більш серйозним та офіційним стилем українських ЗМІ. Гумор є одним з елементів, який робить текст більш привабливим для читача. Британські ЗМІ відрізняються використанням гумору у своїх текстах. Вони часто включають жартівливі заголовки або вставки, щоб зробити текст більш легким та привабливим.

Порівняльний аспект використання стилістично маркованих одиниць (СМО) в британських та українських ЗМІ може бути дослідженим з різних поглядів. Ось декілька можливих аспектів порівняння:

- Кількість та розмаїтість СМО. Якщо порівняти різні видання, то можна виявити, що вони мають різну кількість та розмаїтість СМО. Наприклад, британські таблоїди можуть використовувати більше СМО, ніж серйозні газети, тоді як в українських ЗМІ можна спостерігати різницю між різними жанрами та типами видань.
- Різноманітність СМО. Українська мова має більш різноманітну систему СМО, що дозволяє авторам використовувати більше варіацій мовленнєвих засобів, ніж у британській мові. Так, українська мова має велику кількість дієслівних форм, що дозволяє авторам змінювати інтонацію та виразність мовлення.
- Специфіка використання СМО. У британських ЗМІ можна спостерігати більше використання СМО для створення емоційного ефекту та підкреслення позиції автора. Українські ЗМІ можуть використовувати СМО для підкреслення значущих моментів новини та вказання на головні моменти.
- Різні жанри та типи ЗМІ. У різних жанрах та типах ЗМІ можна спостерігати різний рівень використання СМО. Наприклад, українські таблоїди можуть використовувати більше СМО, ніж серйозні британські видання.

Отже, використання стилістично маркованих одиниць у британських та українських ЗМІ відображає культурні та мовні відмінності між країнами. Британські ЗМІ відрізняються використанням більшої кількості метафор та англіцизмів, а також включають гумор у свої тексти. Українські ЗМІ також використовують метафори та англіцизми, але не так часто, як у британських ЗМІ, і включають гумор менше.

Висновки до розділу 2

1. Під час дослідження функціонування стилістично маркованих одиниць в українських ЗМІ на матеріалі статей, присвячених COVID-19, було виявлено деякі особливості. Зокрема, використання різних стилістичних прийомів і маркерів у статтях залежало від конкретної медіа-організації та її журналістичної політики. Деякі ЗМІ зосереджувалися на створенні емоційно забарвлених матеріалів, використовуючи виразну лексику і риторичні засоби, щоб привернути увагу читачів.

2. У розділі 2 проведено дослідження практичного аспекту функціонування стилістично маркованих одиниць в британських ЗМІ, зосереджуючись на матеріалах, присвячених COVID-19. Розділ включав два підрозділи, які зосереджувалися на різних аспектах аналізу стилістично маркованих одиниць у британських та українських ЗМІ.

3. У підрозділі 2.2. досліджено особливості функціонування стилістично маркованих одиниць в британських ЗМІ на прикладі статей, присвячених COVID-19. Виявлено, що в таких статтях широко використовуються різноманітні стилістичні засоби, які сприяють підвищенню емоційності, виразності та ефективності передачі інформації. Зокрема, використання метафор, епітетів, іронії та інших стилістичних засобів надає текстам особливу привабливість та глибину, спонукає читачів до активного сприйняття матеріалу.

4. У підрозділі 2.3. проведено порівняльний аналіз використання стилістично маркованих одиниць у британських та українських ЗМІ. Виявлено, що хоча обидві країни використовують стилістичні засоби для підсилення виразності та емоційності текстів, існують певні відмінності в їхньому застосуванні. Британські ЗМІ, зокрема, виявилися більш насиченими стилістичними засобами, включаючи гумор, сарказм та інші риторичні прийоми, що використовуються для акцентуації уваги.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У курсовій роботі досліджено особливості функціонування стилістично маркованих одиниць в українських та британських ЗМІ, з акцентом на статті, пов'язані з COVID-19. Аналіз вибраних статей виявив декілька спільних та відмінних рис стилістичних прийомів, що використовуються в українських та британських ЗМІ.

Аналіз українських та британських статей показав, що ЗМІ обох країн використовують різноманітні стилістичні прийоми для привернення уваги читачів, такі як каламбури, метафори, алюзії та гумор. У статтях також використовувалися різноманітні риторичні фігури, зокрема гіпербола, літота та антитеза, щоб підкреслити важливість COVID-19 та її вплив на суспільство. Крім того, як українські, так і британські ЗМІ використовували багато посилань на наукові дослідження, статистику та експертні думки для підтвердження своїх аргументів та тверджень.

Незважаючи на схожість, українські та британські медіа також продемонстрували деякі відмінності у використанні стилістичних засобів. Наприклад, українські ЗМІ, як правило, використовували більш емоційну та експресивну мову, а британські – більш нейтральну та об'єктивну тональність. Українські статті також більше спиралися на особистий досвід та історії, тоді як британські статті були більше зосереджені на аналізі ситуації та її наслідків.

Аналіз стилістичних прийомів українських та британських статей, присвячених COVID-19, показав, що обидві медіа використовують різноманітні засоби, щоб привернути увагу читачів та підкреслити важливість цієї проблеми. Незважаючи на це, вони також мають свої відмінності у використанні стилістичних засобів: українські статті мають більш емоційний та експресивний характер, тоді як британські більше спрямовані на аналіз ситуації та її наслідків.

Українські та британські медіа використовують стилістичні засоби для того, щоб надати текстам ефектності та виразності, а також підкреслити

важливість розглядуваної проблеми. Водночас, різні підходи до використання стилістичних засобів свідчать про відмінні особливості культури та медіа в кожній країні.

Таким чином, дослідження стилістичних прийомів українських та британських медіа дає змогу краще зрозуміти особливості функціонування мас-медіа в кожній країні та розвивати культурні зв'язки між ними. Також було виявлено, що в українських та британських ЗМІ стилістично марковані одиниці можуть мати різну функцію та форму, що залежить від характеру медійного продукту та його аудиторії.

На завершення дослідження стилістичних прийомів, використаних в українських та британських статтях, присвячених COVID-19, дозволило зрозуміти відмінності та схожість між медіа двох країн. Незважаючи на те, що обидва засоби масової інформації використовують різні стилістичні прийоми для привернення уваги читачів і підтримки своїх аргументів, все ж є деякі відмінні риси, які їх відрізняють.

Визнаючи відмінності та схожість між українськими та британськими ЗМІ, ми можемо навчитися цінувати та поважати різні способи спілкування та обміну інформацією про важливі проблеми, такі як COVID-19.

Підсумовуючи, ця курсова робота зробила вагомий внесок у дослідження стилістичних засобів у ЗМІ, зокрема в контексті COVID-19. Уявлення, отримані в результаті цього дослідження, можуть допомогти нам краще зрозуміти способи впливу ЗМІ на громадську думку та важливість культурної обізнаності в аналізі ЗМІ.

RESUME

This term paper is devoted to the study of the peculiarities of the functioning of stylistically marked units in the Ukrainian and British media on the example of articles on COVID-19. It aims to analyze the style and language techniques used in these articles to emotionally influence the audience and form a certain opinion or reaction.

The following aspects were considered in the work: the definition of stylistically marked units and their role in speech. Analysis of articles on COVID-19 from Ukrainian and British media using stylistic analysis methods.

Identification of common and distinctive features in the use of stylistically marked units in Ukrainian and British media.

The introductory part of the term paper discusses the relevance of the topic, defines the purpose, objectives and object of the study. The first chapter analyzes the terms "stylistically marked units" and "mass media" and establishes their peculiarities in the context of the research topic.

In this subsection 1.2, the role of stylistically marked units in shaping the structure and content of the text is investigated. The main speech techniques used to achieve an emotional impact on the audience are considered.

Section 2 examines the use of stylistically marked units in the Ukrainian media with a focus on materials on COVID-19. It analyzes the stylistic devices used in the articles and their impact on readers' perception. It is investigated how stylistically marked units affect the emotional coloring of the text and the communicative effectiveness of the information.

Thus, the course work is meaningful and relevant and has practical value for the study of the concept of stylistically marked vocabulary.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Алікберов, В. І. (2000). *Сленг та переклад*. Київ: Лілея.
- Балабін, В. В. (2002). *Сучасний американський сленг як проблема перекладу*. Київ: Логос.
- Бєлова, А. Д. (2002). *Поняття "стиль", "жанр", "дискурс" у англійській лінгвістиці*. *Вісник Іноземна філологія*, (32–33), 10–14.
- Бойко, Н. І. (2006). *Українська експресивна лексика: проблеми семантики і функціонування автореф. дис. доктора філол. наук*. Київ.
- Бурбело, В. Б. (2002). *Сучасні концепції дискурсу та лінгвопрагматичні засади дискурсології*. *Вісник Іноземна філологія*, (32–33), 79–84.
- Вилюман, В. Г. (2005). *Про способи утворення слів сленгу в сучасній англійській мові*. Львів: ЛНУ.
- Гонта, І. А. (2000). *Структурні й семантичні особливості композит-метафор в американському сленгу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04*. Київ.
- Дорда, В. О. (2013). *Американський студентський сленг: лінгво-когнітивні аспекти*. *Вісник ХНУ*, (1052), 130-135.
- Дорда, В. О. (2009). *Співвідношення студентського сленгу з загальним та спеціальним сленгом*. Отримано з <http://www.nbuv.gov.ua/portal/socgum/Nz/Fil/2009-81-1/statti/79.pdf> (дата звернення: 25.11.21)
- Дорда, В. О. (2006). *Статус студентського сленгу та адгерентних груп англомовної ненормативної лексики*. *Вісник СумДУ*, (3), 188-192.
- Друм, Т. (1998). *Сленг: погляд зсередини*. Львів.
- Дудик, П. С. (2005). *Стилістика української мови: навч. посібник*. Київ: Видавничий центр "Академія".

Єнікєєва, С. М. (2010). *Формування та функціонування нових словотвірних елементів англійської мови: дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. Запоріжжя.*

Єфімов, Л. П., & Ясінецька, О. А. (2004). *Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз: учбово-методичний посібник. Вінниця: Нова Книга.*

Желябова, І. В. (2002). *Професійна лексика в динамічному аспекті. Вісник Ставропольського державного університету, (30), 121–125.*

Заводна, Л. (2014). *Сучасний погляд на молодіжний сленг. Нова пед. думка, (1), 52–55.*

Мельник, С. М. (2013). *Функціонально-семантичний потенціал експресивної лексики в українській прозі кінця ХХ – поч. ХХІ ст.: дис. канд. філол. наук. Одеса.*

Ленець, К. В. (2000). *Вульгаризм. Українська мова: Енциклопедія. Київ: Видавництво "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана.*

Ставицька, Л. О. (2005). *Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. Київ: Критика.*

Чабаненко, В. А. (1984). *Основи мовної експресії. Київ: Вища школа.*

СПИСОК ІЛЮСТРОВАНОГО МАТЕРІАЛУ

- BBC. (2023). Отримано з <https://www.bbc.com/ukrainian/media-59075915>
- Texty.org.ua. (2023). Отримано з <https://texty.org.ua/articles/104604/vakcynujtesya-vakcynujte-batkiv-i-rodychiv-aby-potim-ne-skarzhytysya-na-novuj-lokdaun/>
- Texty.org.ua. (2023). Отримано з https://texty.org.ua/articles/102436/nemohly-u-apteci-kupyty-termometr-cherez-katalku-z-trupom-budni-kovidnoyi-likarni-odesy/?src=read_next_banner&from=104604
- NV.ua. (2023). Отримано з <https://nv.ua/ukr/opinion/koronavirus-kolizakinchitsya-pandemiya-ostanni-novini-50311954.html>
- Reuters Institute. (2023). UK COVID-19 news and information project. Отримано з <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/UK-COVID-19-news-and-information-project>