

## ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕКСТІВ МЕДІА-ДИСКУРСУ

**Н.В. БІЛОУС**, кандидат філологічних наук, в.о.доцента,

*E-mail:* bilounat@gmail.com

ORCID:0000-0003-1038-4624

**Л.В.ШОХА**, студентка магістратури,

**Національний університет біоресурсів і природокористування України**

*E-mail:*sholiv11@ukr.net

**Анотація.** Стаття присвячена особливостям перекладу текстів медіа-дискурсу на прикладі статей англomовного видання *The New York Times*. В статті розглядаються лінгвостилістичні особливості перекладу англomовних текстів медіа-дискурсу українською мовою.

**Мета** статті полягає у розгляді та аналізі лінгвостилістичних особливостей перекладу текстів медіа-дискурсу на прикладі англomовного матеріалу медіа-дискурсу.

**Матеріалом** для даного дослідження слугували тексти газети «*The New York Times*» та їх переклади українською мовою.

Дослідженням вищезгаданої проблеми займалися такі видатні науковці як Бархударов Л. С., Бацевич Ф. С., Рецкер Я. І., Навроцький В. В., а серед вітчизняних науковців відомими стали роботи молодих вчених Вероніки Теличко та Головатюк Юлії. Вищезгадані науковці стверджують, що медіа-дискурс стрімко розвивається, адже його першоджерела, тобто медіа, знаходяться у постійному процесі змін.

**Актуальність** теми полягає у необхідності вивчення лінгвостилістичних особливостей перекладу текстів медіа-дискурсу, оскільки у сучасному світі англійська мова змінюється під впливом інших мов та через певні культурні явища певної країни. Мова медіа грає величезну роль у репрезентації інформації реципієнтом.

**Ключові слова:** лінгвостилістичні особливості перекладу текстів, дискурс, медіа-дискурс, переклад, стилістичні фігури, метафора, епітет, ідіома, апозіопезіс, антитеза, метонімія, гіпербола

Оскільки на сьогоднішній день засоби масової інформації грають важливу роль у формуванні свідомості суспільства, вони все більше звертають до себе увагу лінгвістів. У зв'язку з цим було створено таке поняття, як медіа-дискурс, яке має на увазі під собою сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності в сфері масової комунікації. Медіа-дискурс є найбільш «глобалізованим» і актуальним, тобто відображає найостанніші тенденції та феномени соціальної реальності.

**Аналіз дослідження цієї проблеми.** Дослідженням проблеми займалися такі видатні науковці як Бархударов Л. С., Бацевич Ф. С., Рецкер Я. І., Навроцький В. В., а серед вітчизняних науковців відомі роботи молодих вчених Вероніки Теличко, Головатюк Юлії та інші. Проте їх праці вказують, що медіа-дискурс стрімко розвивається та видозмінюється, адже його першоджерела, тобто медіа, знаходяться у постійному процесі змін.

**Мета статті** полягає у розгляді та аналізі лінгвостилістичних особливостей перекладу текстів медіа-дискурсу на прикладі англомовної медіа-літератури.

**Матеріалом дослідження** для даного дослідження слугували тексти газети The New York Times та їх переклади українською мовою.

**Актуальність теми** полягає у необхідності вивчення лінгвостилістичних особливостей перекладу текстів медіа-дискурсу, оскільки у сучасному світі англійська мова змінюється під впливом інших мов та через певні культурні явища всередині країни. А мова медіа займає величезну нішу у отриманні інформації споживачем.

**Результати дослідження** вказують на необхідність подальшого дослідження змін в медіа-дискурсі та глибшого дослідження проблематики особливостей його перекладу українською мовою.

У сучасній лінгвістиці існує як мінімум два підходи до визначення терміну «медіа-дискурс». Відповідно до першого, медіа-дискурс – це специфічний тип мовно-мисленнєвої діяльності, яка характерна виключно для інформаційного поля мас-медіа [3, с 151]. У цьому розумінні слід розрізняти медіа-дискурс та інші самостійні типи дискурсу, як, наприклад, політичний, релігійний, науковий і т.д.[11]. Відмінності між ними визначаються модифікаціями параметрів дискурсу: різними мовними практиками та комунікативними ситуаціями своєї реалізації. Відповідно до другого підходу, під медіа-дискурсом розуміють будь який вид дискурсу, який реалізується в межах масової комунікації, що продукується ЗМІ. Так, можна говорити про політичний, релігійний, педагогічний та інші медіа-дискурси. Мається на увазі, що для своєї реалізації зазначені типи інституційного дискурсу допускають наявність відносно сталого набору практик виробництва, трансляції і інтерпретації масової інформації [5, с. 15] Особливості перекладу медіа-дискурсу і будуть розглянуті в цій статті на прикладі найвідоміших англомовних видань [1].

Л. С. Бархударова стверджує, що переклад – це «процес заміни мовленнєвого тексту на одній мові мовленнєвим текстом на іншій мові, зберігаючи при цьому змістовність та дотримуючись відповідних правил» [2, с. 8]. Так, під час перекладу відбувається заміна одиниць мови, тому найважливішим завданням, що постає перед перекладачем та яке виникає в процесі перекладу є пошук та виявлення мінімальної мовної одиниці у вихідному тексті, яку потрібно підібрати відповідно у мові перекладу, але складові частини якої по окремоті не передаються засобами мови перекладу. Така одиниця називається одиницею перекладу, стверджують у своїй статті Н. М. Акоп'янц і М.Ю Ворожбіт. За визначенням Л. С. Бархударова, під одиницею перекладу мається на увазі така одиниця у вихідному тексті, до якої можна підшукати відповідність в тексті перекладу, складові частини якої, узяті по окремоті, не мають відповідності в тексті перекладу. Інакше кажучи, одиниця перекладу – це найменша (мінімальна) мовна одиниця вихідної мови, яка має відповідність в тексті перекладу [2, с. 174], [4,8,9,10]. Сьогодні переклад текстів ЗМІ став не тільки важливим, але й повсякденним явищем життя світового співтовариства, тому багато уваги приділяється питанню ролі текстів/повідомлень ЗМІ в житті суспільства. Вивчення особливостей перекладу текстів медіа-дискурсу виявляється дуже актуальним у зв'язку з розвитком міжнародних відносин в сфері політики, культури, релігії, фінансів, економіки тощо.

При перекладі медіа-текстів зустрічається ряд лексично-стилістичних труднощів, без подолання яких неможливо здійснити адекватний переклад матеріалу. В своїй статті Н. М. Акоп'янц і М.Ю Ворожбіт зосередились саме на стилістичних труднощах. Під час перекладу інформаційних текстів часто виникає

необхідність звернутися до стилістичних фігур мови. Такі стилістичні фігури застосовуються тоді, коли прагнуть не зберегти стилістичний прийом, а зберегти його функцію в певному контексті. Звертаючи увагу на стилістичні особливості при перекладі, перекладач демонструє не тільки якісний переклад з мови оригіналу на мову перекладу, а й свої навички та майстерність. Так, наприклад, в дослідженні В. Н. Крупнова прокоментовані основні прийоми, які використовуються в мові англо-американської преси: рекламна лексика, сленг, прислів'я, метафори, метонімія, епітети, парафрази, порушення фразеологічного поєднання, синонімічні пари, порівняння, гіперболи, слова і фрази, які особливо популярні в даний момент, анонімна побудова тексту, та евфемізми [5, с. 13–17]. В цій статті ми розглянемо такі стилістичні фігури як: метафори, сленг, гіперболи, епітети, евфемізми, антономазія/метонімія, апозіопезиси, ідіоми, антитези, оксюморон та анонімна побудова речення, так як вони є найбільш вживаними в розглянутих нами медіа. В британському тижневику «Financial Times» найчастіше зустрічалися метафори та епітети. Це обумовлено тим, що це видання консервативного спрямування та розраховане на ділове коло читачів. Таку стилістичну фігуру, як метафора, використовують тоді, коли прагнуть викликати певні асоціації та донести повідомлення в імпліцитній формі. В реченні «Deutsche Bank reviews UK operation in warning shot over EU referendum» [12, с. 1] метафора «warning shot» означає не попереджувальний постріл, а конфліктну ситуацію, яка є попередженням, сигналом чогось більш небезпечного. Іншими прикладами метафори у згаданому тижневику є: «It comes as HSBC is undertaking a review of whether to move its domicile out of the UK because of the growing burden of tax and regulation (податковий тягар)» [12, с. 1], «Other data illustrate the speed with which oil companies have reacted to the crude price collapse (обвал цін)» [12, с. 1], «The move lays down a public challenge to premier Alexis Tsipras as he moves closer to striking a new bailout deal (аварійний стрибок з парашутом, тут же – небезпечна справа)», «The project deferrals already announced could be just the start of a big wave of delays (велика хвиля затримок)» [12, с. 1]. Стилiстичну фігуру епітет було використано, наприклад, в реченні: «The list also featured several “heavy” oil projects, where extraction is closer to mining than conventional drilling» [12, с. 1]. Автор має на увазі не «важкий нафтовий проект», а занадто затратний у фінансовому відношенні. Наведемо інші приклади епітетів з «Financial Times»: «After reaching \$115 a barrel last June, the price of oil plummeted to a low of \$45 in January, as surging output of US shale oil and softening demand in Asia stoked a glut in the market (пом'якшена вимога)» [12, с. 1], «While Andy Burnham, the frontrunner, has widespread trade union support, the shadow home secretary will try to occupy the centre ground with a commitment to “reset” Labour’s relationship with business» [12, с. 1] (тіньовий, неофіційний міністр внутрішніх справ). Стилiстичні фігури мови такі як: метонімія, сленг, гіпербола, ідіома та анонімічна побудова виявилися менш частотними. В прикладі «JCB, the construction equipment company, has dismissed concerns about the impact on business of the country voting to leave the EU, saying it would not make a “blind bit of difference” to trading with Europe» [12, с. 1] словосполучення «a blind bit of difference» (ніяк) є сленгом. Ця фігура мови спостерігається також в наступних прикладах: «BT finds its mojo (привабливий продукт, «своя фішка», «родзинка»)», «Twitter trolls» [9, с. 10] (тролі у Твіттері). До стилістичної фігури гіпербола ми звернулись при перекладі наступних прикладів: «Will the telecoms behemoth’s £20bn reinvention pay off?» (телекомунікаційні гіганти) та «The silent giants» (мовчазні велетні). Анонімна побудова речення широко представлена в наступних фрагментах тексту: «The bank said that clients

had recently approached it looking for advice on the consequences of a UK exit from the EU, but the working group was separate from that» [12, с. 1]. Влучними прикладами оксюмору є «the analysis paralysis of Labour's clever fools (розумні дурні лейбористів) [11, с. 1] та «ethical hackers» (етичні хакери) [12, с. 3]. Ідіоми були використані в реченнях: «Oil slide puts more than \$ 100 bn of projects on ice as majors retreat» [12, с. 1], в якому «put on ice» переладаємо – відкласти до кращих часів, «заморозити», «McCluskey flexes muscles in quest to be kingmaker» [12, с. 2], де ідіома «to flex muscles» – демонструвати силу, похідний вираз від «грати мускулатурою» в бодібілдингу, «to be kingmaker» – вершити долі. Автори статей «Financial Times» також часто вдаються до метафоризації образів, позаяк у такий спосіб розкривається сутність одних явищ через властивості інших, що приймається нами до уваги під час перекладу. Наприклад, «US stocks climb to record highs while Greek bond yields soar amid growing concerns about the state of Athens' finances» [12, с. 29], де «climb to record highs» – сягають рекордних висот, «soar amid» – парять у вишині. Під час аналізу стилістичних особливостей текстів щоденної британської газети «The Guardian», ми виявили такі стилістичні фігури: метафори, епітети, ідіоми, апозіопезис та антитезу. В «The Guardian» найчастіше були використані епітети: «More than five years into the financial and economic crisis, the once-hot topic of "globalisation" is no longer where the action is» [13, с. 1] (hot позначає сенсаційну новину), «The WTO, which polices international trade law as well as being a forum for negotiations, is having to arbitrate in a growing number of international disputes, as the temporary truce called for by the G20 countries in the depths of the financial crisis gives way to a more fractious climate» [12, с. 1] (fractious як непередбачуваний, а не примхливий клімат) та «Meanwhile, the increasingly powerful emerging economies, burned by the experience of the financial crisis, are asserting their right to protect themselves against the surges of "hot money"» [13, с. 1] (спекулятивний грошовий капітал, який переміщують за кордон через острах знецінення). Метафорами є «He says that the WTO just "doesn't want to talk about" questions such as whether world exchange rates are fair or whether globalisation delivers for the poor – while even the International Monetary Fund, usually considered the bastion of the Washington consensus, has overthrown conventional wisdom by questioning the impact of austerity, and throwing open the idea of "capital controls" to limit crossborder investment flows into vulnerable economies» [13, с. 4] («capital controls» – мозковий центр), «Heiner Flassbeck, professor of economics at Hamburg and, until recently, chief economist at Unctad, the UN's trade arm, believes that even now, when few people expect Doha to be revived, the WTO remains stuck with an outdated mindset, in which "free trade" is just about domestic subsidies and taxes on exports» [13, с. 4] («права рука» в торгівлі).

Проаналізувавши щоденну американську газету «The New York Times», можна зробити висновок, що в цьому виданні зустрічається більше різновидів стилістичних фігур. Крім вже згаданих в газетах «The Guardian» та «Financial Times». В «The New York Times» прослідковується висока частотність вживання евфемізмів, які вважаються різновидом перифрази і використовуються для пом'якшення поняття та додання шляхетності. В ЗМІ це практикується для створення політично коректних висловлювань. Наприклад, «The link, which surfaced late Sunday, showed Peppers received some of his highest grades in classes in the Department of African and Afro-American Studies, known as AFAM» [14, с. 32] (евфемізм Afro-Americans дозволяє уникнути образливих вказівок на расову приналежність). В прикладі «The scientists found that those who were of normal weight around the time of their diagnoses were twice as likely to die during the study

period, compared with those who were overweight» [14, с. 48] (люди з надлишковою вагою вжито замість слова «товстий»). Знаходимо також евфемізми, які служать для прикриття агресивних військових дій: «The court declared that the United States was bound by the Geneva Conventions, which guarantee dignified incarceration and fair trials to all persons captured in an armed conflict» [15, с. 5] (воєнний конфлікт звичайно замінює слово «war» – війна), «The bed held a stack of thick pipes packed with homemade explosives» [10, с. 6] (евфемізм homemade explosives – саморобні вибухівки замість bombs). Прикладом частого використання в газеті The New York Times також є така стилістична фігура мови як анонімна побудова речення. 1) “The police said that scores of Jewish youths were involved in the attack late Thursday in West Jerusalem’s Zion Square, leaving one 17-year-old unconscious and hospitalized” [14, с. 1]; 2) “A poll by the Pew Research Center released in January found that 74 percent of American Mormons identified them selves as Republican and 17 percent as Democrat; and 9 percent said that they were independent or did not know their preference” [14, с. 6]; 3) “It’s hard to believe that a decade has passed since the last uproar” [14, с. 5].

**Висновки і перспективи.** За результатами дослідження можна зробити висновок, що існує необхідність у подальшому вивченні медіа-дискурсу та створенні нових підходів до його перекладу. Це продиктоване постійними змінами у іноземній мові, підміною значень слів й особливостями культурного впливу на мову.

#### Список використаних джерел

1. Акоп'янц, Н.М., Ворожбит М.Ю. Лексико-стилістичні особливості перекладу англомовних текстів ЗМІ на українську мову. [Електронний ресурс] / Режим доступу:

[http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Наукова\\_періодика/vestnik/Актуальні\\_проблеми\\_розвитку\\_українського\\_суспільства/2016/13/ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ\\_ОСОБЛИВОСТІ\\_ПЕРЕКЛАДУ.pdf](http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Наукова_періодика/vestnik/Актуальні_проблеми_розвитку_українського_суспільства/2016/13/ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ_ОСОБЛИВОСТІ_ПЕРЕКЛАДУ.pdf)

2. Бархударов, Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) [Текст]/ Л.С.Бархударов. – М. : Между- нар. отношения, 1975. – 240 с.

3. Бацевич, Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник[Текст] / Ф.С. Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 344 с.

4. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи [Текст] / Т.Г. Добросклонская. – М.: УРСС Эдиториал, 2005. – 288 с.

5. Карабан, В.І. Переклад англійської наукової та технічної літератури. Частина 2. Лексичні, термінологічні та жанрово–стилістичні труднощі [Текст]/ В.І.Карабан.– Вінниця: Нова книга, 2001. – 304 с.

6. Исправникова, А.С. Перевод паремиологических трансформаций в медиадискурсе. [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://vkr.pspu.ru/uploads/2513/Ispravnikova\\_vkr.pdf](http://vkr.pspu.ru/uploads/2513/Ispravnikova_vkr.pdf)

7. Мірам, Г.Е., Гон, О.М. Професійний переклад: Навчальний посібник [Текст]/ Г.Е.Мірам О.М.Гон.– К. : Ельга, Ніка–Центр, 2003. – 136 с.

8. Навроцький, В. В. Логічні теорії діалогу і дискурсу: когнітивний підхід / В.В. Навроцький. –К.: Філософська думка, 2001. – 123 с.

9. Остроушко, О. А. Лексичні трансформації при перекладі англійських інформаційних текстів українською мовою [Текст]/ О.А.Остроушко. – К. :Філологічні студії, 2010. – 208 с.

10. Рецкер, Я. И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода [Текст]/ Я. И. Рецкер. – М. : Р. Валент, 2004. – 244 с.

11. Шинкарук, В.Д. Особливості дискурсивних висловлень у латинській мові [Текст]/ В.Д.Шинкарук. // Наукові записки Національного університету “Острозька академія”. Серія філологічна. – Острог, 2005. – С.88-93.

12. Financial Times. – London : published by The Financial Times Limited, Tuesday 19 May 2015. – 30 p.

13. The Guardian Weekly. – Manchester : published by Guardian News & Media Ltd, 18–24 January 2013. – Vol. 188, No. 6. – 48 p.

14. The New York Times. – New York : Tuesday, August 14, 2012. – Vol. CLXI, No. 55,863. – 50 p.

15. The New York Times. – New York : Tuesday, August 21, 2012. – Vol. CLXI, No. 55,870. – 50 p.

### References

1. Akop'yants, N.M., Vorozhbyt, M.Y. Leksyko-stylistychni osoblyvosti perekladu anhlo-movnykh tekstiv ZMI na ukrayins'ku movu. [Lexical and stylistic features of the translation of English media texts into the Ukrainian language]. – Online source: [http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Naukova\\_periodyka/vestnik/Aktual'ni\\_problemy\\_rozvytku\\_ukrayins'koho\\_suspil'stva/2016/13/LEKSYKO-STYLISTYCHNI\\_OSOBLYVOSTI\\_PEREKLADU.pdf](http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Naukova_periodyka/vestnik/Aktual'ni_problemy_rozvytku_ukrayins'koho_suspil'stva/2016/13/LEKSYKO-STYLISTYCHNI_OSOBLYVOSTI_PEREKLADU.pdf)

2. Barkhudarov, L. S. (1975). Yazyk y perevod (Voprosy obshchey y chastnoy teoryy perevoda) [Language and Translation (Questions of General and Particular Translation Theory)] – M. : Mezhdunar. otnosheniya, 240.

3. Batsevykh, F. S. (2004). Osnovy komunikativnoy lingvistyky : pidruchnyk [Basics of communicative linguistics: textbook]. – K. : Akademiya, 344.

4. Dobrosklonskaya, T.H. (2005). Voprosy yzucheniya medyatekstov. Opyt yssledovaniya sovremennoy anhlyskoy medyarechy [Questions of the study of mediatexts. Experience of the study of modern English media language]. – M.: URSS Edytoryal, 288.

5. Karaban, V.I. (2001). Pereklad anhliys'koi naukovoï ta tekhnichnoi literatury. Chastyna 2. Leksychni, terminolohichni ta zhanrovo–stylistychni trudnoshchi [Translation of English scientific and technical literature. Part 2. Lexical, terminological and genre-stylistic difficulties]. – Vinnytsya: Nova knyha, 304.

6. Yspravnykova, A.S. Perevod paremyolohycheskykh transformatsyy v medyadyskurse. [Translation of paralogic transformations in the mediadiscourse]. – Online source: [http://vkr.pspu.ru/uploads/2513/Ispravnikova\\_vkr.pdf](http://vkr.pspu.ru/uploads/2513/Ispravnikova_vkr.pdf)

7. Miram, H.E., Hon O.M. (2003). Profesiynny pereklad: Navchal'nyy posibnyk [Professional translation: Textbook]. – K. : El'ha, Nika–Tsentr, 136.

8. Navrots'kyy, V. V. (2001). Lohichni teorii dialogu i dyskursu: kohnityvnyy pidkhid [Logical theories of dialogue and discourse: a cognitive approach]. –K.: Filofofs'ka dumka, 123.

9. Ostroushko, O. A. (2010). Leksychni transformatsii pry perekladi anhliys'kykh informatsiynykh tekstiv ukrains'koyu movoyu [Lexical transformations in the translation of English information texts in Ukrainian]. – K. : Filolohichni studii, 208.

10. Retsker, Ya. Y. (2004). Teoryya perevoda y perevodcheskaya praktyka. Ocherky lnhvystycheskoy teoryy perevoda [Translation theory and translation practice. Essays on the linguistic theory of translation] – M. : R. Valent, 244.

11. Shynkaruk, V.D. (2005) Osoblyvosti dyskursyvnykh vyslovlenn u latynskii movi [Features of Discourse Speeches in Latin]. Proceedings of National University "Ostrozka akademiia". Seriiia filolohichna. Ostroh, P.88-93.

12. Financial Times. – London : published by The Financial Times Limited, Tuesday 19 May 2015, 30.

13. The Guardian Weekly. – Manchester : published by Guardian News & Media Ltd, 18–24 January 2013. – Vol. 188, No. 6., 48.

14. The New York Times. – New York : Tuesday, August 14, 2012. – Vol. CLXI, No. 55,863, 50.

15. The New York Times. – New York : Tuesday, August 21, 2012. – Vol. CLXI, No. 55,870, 50.

## ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ МЕДИА-ДИСКУРСА

Н.В. Белоус, Л.В. Шоха

**Аннотация.** *Статья посвящена особенностям перевода текстов медиа-дискурса на примере статей англоязычного издания The New York Times. В статье рассматриваются лингвостилистические особенности перевода англоязычных текстов медиадискурса на украинский язык.*

*Цель статьи заключается в рассмотрении и анализе лингвостилистических особенностей перевода текстов медиа-дискурса на примере англоязычной литературы и медиа.*

*Материалом для данного исследования послужили тексты газеты The New York Times и их переводы на украинский язык.*

*Исследованием проблемы занимались такие выдающиеся ученые как Бархударов Л. С., Бацевич Ф. С., Рецкера Я. И., Навроцкий В. В., а среди отечественных ученых известны работы молодых ученых Вероники Теличко, Головатюк Юлии и других. Вышеупомянутые ученые утверждают, что медиа-дискурс стремительно развивается, ведь его первоисточника, то есть медиа, находятся в постоянном процессе изменений.*

*Актуальность темы заключается в необходимости изучения лингвостилистических особенностей перевода текстов медиа-дискурса, поскольку в современном мире английский язык меняется под влиянием других языков и через определенные культурные явления внутри страны. Язык медиа играет огромную роль в репрезентации информации реципиентом.*

**Ключевые слова:** *лингвостилистические особенности перевода текстов, дискурс, медиа-дискурс, перевод, стилистические фигуры, метафора, эпитет, идиома, апозиопезис, антитеза, метонимия, гипербола*

## LINGUOSTYLISTICS FEATURES FOR TRANSLATION OF MEDIA DISCOURSE TEXTS

N.V. Bilous, L.V. Shokha

**Abstract.** *The article is devoted to the peculiarities of the translation of the texts of the media discourse on the example of the articles of the English-language edition The New York Times. The article deals with the lingostylistics features of the translation of English-language media texts into the Ukrainian language. The purpose of the article is to consider and analyze the lingostylistics features of the translation of the texts of the media discourse on the example of English literature and media. The material for this study was the texts of The New York Times and their translations into Ukrainian.*

*The research of the problem was carried out by such outstanding scientists as Barkhudarov L.S, Batsevich F.S, Rezker Y.I., Navrotsky V.V, and among the domestic scientists the works of young scientists Veronica Telichko, Golovatyuk Julia and others are known. However, their works indicate that the media discourse is rapidly evolving and changing, because its primary sources, that is, the media, are in a constant process of change.*

*The relevance of the topic lies in the need to study the linguistic nature of the translation of media texts, because in the modern world English is changing under the influence of other languages and through certain cultural phenomena within the country. And the speech of media occupies a huge niche in obtaining information by the consumer. According to the results of the study it can be concluded that there is a need for further study of the media discourse and the creation of new approaches to its translation. This is dictated by constant changes in the foreign language, substitution of meanings of words and features of cultural influence on language.*

**Keywords:** *linguostylistic features of text translation, discourse, media discourse, translation, stylistic figures, metaphor, epithet, idiom, apoeopype, antithesis, metonymy, hyperbole*

УДК 81'42-028.46

## **ПРАГМАТИКО-КОМУНІКАТИВНИЙ АНАЛІЗ АГРАРНОГО ДИСКУРСУ**

**Н. С. ОЛЬХОВСЬКА**, кандидат філологічних наук, доцент,

*E-mail:* olh\_natali@ukr.net

*ORCID:* 0000-0002-7678-6885

**О. І. КУХАР**, студентка магістратури,

**Національний університет біоресурсів і природокористування України**

*E-mail:* kucharolga2013@gmail.com

*ORCID:* 0000-0002-9044-0127

**Анотація.** *В статті проведено аналіз прагматичних та комунікативних особливостей німецькомовного аграрного дискурсу.*

*Дослідження доводить пріоритетність аграрної галузі в нашій країні та зростання попиту на кваліфікованих філологів-перекладачів текстів аграрної тематики. Важливим є правильне донесення інформації, «без викривлення», від адресанта (відправника інформації) до адресата (одержувача інформації) та моделювання соціально орієнтованих просторів, які створюють підґрунтя для вивчення сутності фахового спілкування та його специфічних відносин з іншими сферами людської діяльності в аспекті діяльнісного та комунікативно-когнітивного підходу.*

*Прагматичні особливості полягають у направленості дискурсу на специфічне коло споживачів, які активно екстрагують інформацію із тексту.*

*Комунікативними особливостями є наявність адресанта й адресата. Інформація закодована адресантом досягає адресата через структурну, мовну організацію тексту, за умови їх паритету.*

*Прагматико-комунікативні аналіз аграрного дискурсу є важливою складовою в перекладознавстві, тому перспективою досліджень можуть бути питання зміни кодів при передачі інформації, прагматико-комунікативні особливості аграрного*