

МОШЕНЕЦЬ КАТЕРИНА ЮРІЇВНА

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОГО ГАЗЕТНОГО
ТЕКСТУ(ТРОПИ, ФІГУРИ І ТД)

035 ФІЛОЛОГІЯ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Газетний стиль в системі функціональних стилів сучасної англійської мови.....	5
1.1 Жанрово-стильове розмаїття текстів.....	5
1.2 Газетний стиль в системі функціональних стилів.....	10
1.3 Жанрові особливості газетної мови.....	13
1.4 Функціональні особливості газетного стилю.....	18
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. Стилістичні особливості англійського газетного тексту.....	32
2.1 Щодо стилістичного аналізу тексту.....	32
2.2 Англійський газетний текст як предмет стилістичної розвідки.....	33
Висновки до розділу 2.....	52
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57
ДОДАТКИ	63

ВСТУП

Важливість лінгвістичного вивчення газетних текстів є очевидною, оскільки, незважаючи на потужний розвиток таких засобів масової комунікації, як радіо і телебачення, газета продовжує займати важливе місце в житті сучасного суспільства. У сучасному суспільстві існують необмежені можливості спілкування та передачі інформації. Будь-які події, що відбуваються сьогодні у світі, завтра стануть надбанням усієї планети завдяки роботі ЗМІ. Можна з впевненістю сказати, що сучасна людина не уявляє свого життя без користування всесвітньою інформаційною системою, саме тому постає потреба у якісному перекладі засобів передачі інформації, до яких, зокрема, належать газетні матеріали.

Актуальність цієї роботи визначається тим фактом, що сьогодні інформація, що поступає до нас із засобів масової інформації, є невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Будь-хто, хто дивиться телевізор, слухає радіо, користується Інтернетом, купує друковані видання або просто виходить на вулицю автоматично поповнює численні ряди її споживачів. Дослідження є актуальним не лише в силу великої поширеності цього явища, але також враховуючи його важливість для відображення навколишньої дійсності в мові та мовленні.

Важливість стилістичного аналізу газетних текстів зростає відповідно до розвитку сучасного суспільства, оскільки газетна інформація, живо реагуючи на події, що відбуваються у світі, активно бере участь у формуванні громадської думки. Газетний стиль, таким чином, виступає своєрідним лінгвістичним індикатором мовного розвитку суспільства.

Об'єктом дослідження цієї роботи є газетна стаття сучасної англійської мови.

Предметом дослідження є стилістичні засоби організації газетного тексту, його комунікативно-прагматична спрямованість.

Мета дипломної роботи полягає в науковому осмисленні й описі лінгвостилістичних особливостей англомовних газетних текстів.

Завдання дослідження є наступними:

- визначити місце газетного стилю в системі функціональних стилів,
- дослідити специфіку газетних текстів та їх жанрове розмаїття й особливості
- виявити стилістичні особливості текстів англомовних газет.

Стилістичний аналіз є важливим під час перекладу інформації, що подана в засобах ЗМІ, зокрема, в газетах та журналах, тому що на відміну від перекладу художньої літератури, в якій перекладач зобов'язаний передати художньо-естетичні достоїнства оригіналу, дещо відрізняється за формою, мовним засобам, а також яскраво вираженою комунікативною спрямованістю. В процесі перекладу таких текстів перекладачеві доводиться вирішувати як чисто мовні, лінгвістичні проблеми, зумовлені відмінностями в семантичній структурі і особливостями використання двох мов в процесі комунікації, так і проблеми соціолінгвістичної адаптації тексту.

Матеріалом дослідження є п'ять статей політичного характеру, відібраних з сучасної англомовної преси:

- *The Guardian view on universities and Brexit: culture wars;*
- *Michael Bloomberg: Brexit is stupidest thing any country has done besides Trump*
- *The Guardian view on Chinese politics: an age of ambition*
- *The Guardian view on the Catalan crisis: wanted: an honest broker*
- *The Observer view on the crisis in Europe*

Практична цінність роботи визначається можливістю використання матеріалу дослідження і його висновків на заняттях з питань стилістики мови та жанрових проблем перекладу.

Поставлені цілі і завдання зумовили структуру цієї дипломної роботи. Вона складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1.

ГАЗЕТНИЙ СТИЛЬ В СИСТЕМІ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СТИЛІВ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСКОЇ МОВИ

1.1 Жанрово-стильове розмаїття текстів

Сучасна мова - це продукт довгого історичного розвитку, в процесі якого мова змінюється. Зміни торкаються всіх сторін (рівні, яруси, аспекти) мовної структури, але діють в них по різному. Історичний розвиток кожного рівня залежить від конкретних причин та умов, які стимулюють зміни в лексичному складі мови, в її фонологічній (фонетичній) організації та в її граматичному устрої.

Ми стикаємося з різноманітними текстами щодня: деякі «закликають» нас щось придбати (рекламні лозунги), інші розповідають захоплюючу історію (художня література), третіми ми користуємося для передачі інформації нашому співрозмовникові (розмовна мова). Ми бачимо, чуємо або вимовляємо деяке поєднання букв, і іноді навіть не замислюємося, до якого стилю вони належать, які жанри тексту ми використовуємо. Ми робимо це інтуїтивно - лаконічно розмовляємо з діловими партнерами, дозволяємо собі сленг в дружній бесіді, чекаємо красивих описів від художньої літератури і чіткого викладу інформації від наукової.

Як добре відомо, в середні і подальші віки поняття стилю було нерозривно пов'язане з жанром літературного твору і ґрунтувалося на рецептах відомих класиків, філософів, енциклопедистів. Три класичні літературні жанри (стилі) (піднесений, помірний і простий) еволюціонували і нині існують в численних варіаціях. [1, 45]

Сьогодні це становище кардинально змінилось. Вчені дійшли висновку, що мова - це соціальне явище, продукт суспільства. Він народжується, живе, розвивається і помирає разом з суспільством. Мова - дзеркало розвитку суспільства і на різних етапах своєї еволюції якісно різний. Тому, знаходячись ще

на примітивному ступені свого розвитку, зберігаючи первісну організаційну структуру суспільства, людина не потребувала того різноманіття слів і їх зв'язків, які потрібні цивілізованій людині. Адже слово - це відображення «шматочка» матеріальної дійсності, воно називає предмети, явища, процеси і зв'язки між ними. Тому мова будь-якого народу детермінована рівнем його розвитку. Але ще не було і, ймовірно, ніколи не буде випадку, коли та або інша мова «йшла позаду» або ж «йшла попереду» духовних, соціально-економічних та інших потреб людей, що говорять нею. [1, 16-17]

Говорячи про стилі й жанри мови, слід відзначити, що стиль є одним з об'єктів вивчення стилістики як самостійної галузі науки про мову. Проте, лінгвісти розуміють стиль по-різному: можна без перебільшення сказати, що існує стільки визначень стилю, скільки стилістів. Це тому, що кожен лінгвіст розуміє стиль і будує свою типологію стилів залежно від методологічних принципів, що розділяються їм, які можуть бути скільки завгодно різними.

Крім того, як зазначає А.Я. Алексєєв, до такого положення підштовхує також і полісемія самого слова «стиль», про яку пишуть усі університетські підручники. Нині стиль розуміється дуже широко: з філософської точки зору – це універсальна категорія мистецтва взагалі, певний спосіб мислення. В стилістиці його розуміння є вужчим і безперечно, воно викристалізувалося в результаті свого тривалого історичного розвитку. [1, 44-45]

Стилі реалізуються у багаточисленних жанрах, які мають свої мовні особливості. Говорячи про специфіку того або іншого жанру, варто розуміти, що ж мається на увазі під терміном «жанр».

В теорії тексту жанр – це об'єктивний екстралінгвістичний чинник текстотворення. М.М. Бахтін визначав жанри як «відносно стійкі тематичні, композиційні й стилістичні типи висловлювань». Межі жанру в даному випадку пов'язують зі зміною суб'єктів мови і смисловою закінченістю.

Серед жанрів виділяють:

- 1) повідомлення, вітання, прохання;
- 2) спор, бесіду і тому подібне;

3) розповідь, поему, роман та інше.

М.М. Бахтін розрізняв:

- 1) прості (первинні) жанри, характерні для безпосереднього спілкування;
- 2) складні (вторинні), такі, що виділяються у рамках художньої, наукової та іншої форми «культурного спілкування».

В.А. Салімовський виділяє жанри академічних текстів на функціонально стилістичній основі. У нього жанри мови виступають як культурні форми (моделі, зразки), у відповідності до яких в текстах об'єктивувалися соціально необхідні види духовної діяльності. Він описує жанрові форми як актуалізацію типового авторського задуму, що відповідає визначеній соціокультурній меті, за допомогою деякої системи комунікативно-пізнавальних дій [48, 204].

Л.Р. Дускаєва класифікує газетні мовні жанри на основі типових цілеустановок, розглядаючи монологічні, діалогічні і макродіалогічні типи тексту.

За основу класифікації Л.Р. Дускаєва бере цілеустановку діалогу автора і читача, виділяючи:

1) інформуючі жанри, спрямовані на відображення дійсності: жанрові моделі «Хід події», «Простір дій», «Причини події, «Подія та її наслідки»;

2) оцінні жанри: «Оцінка й прогноз громадських змін», «Оцінка послідовності й причин соціальних дій, що ведуть до змін»;

3) спонукальні жанри, що включають жанрові моделі: «Визначення цілей і завдань громадської діяльності», «Спонування до вибору варіанту вирішення громадської проблеми» та ін. Сьогодні один з найпоширеніших жанрів - це жанр реклами, що припускає прагматичний характер тексту, основна функція якого - дія на адресата і пряме або непряме спонування до певних дій. [19, 78]

Згідно з ще одним визначенням, жанр - це форма організації мовного матеріалу, що виділяється у рамках того або іншого функціонального стилю, вид висловлювань, що створюється на основі сталих, повторюваних, моделей і структур в мовних ситуаціях, де є хоч скільки-небудь стійкі, закріплені побутом і обставинами форми життєвого спілкування (М. М. Бахтін). Твори, що належать до того або іншого конкретного жанру, характеризуються своєрідністю і

впізнанністю композиційної організації, структури і стилю. Жанр також характеризується установкою на певний тип, спосіб зображення, характер і масштаб узагальнень.

Відповідно до сучасних уявлень термін «жанр» використовується в трьох значеннях. По-перше, це феномен, що входить до певного класу явищ, що мають загальні властивості і ознаки. У цьому сенсі жанр (наприклад, роман, стаття, бесіда) є об'єктом дійсності і, отже, об'єктом пізнання.

Друге значення слова жанр виявляється в процесі його дослідження. З'ясовується, що загальні для жанру відтворні ознаки інституціоналізуються, жанр створюється і сприймається через віднесеність до норми, яку диктує така інституціоналізація. У цьому сенсі термін «жанр» функціонує як горизонт очікування для тих, хто слухає і модель створення для тих, хто говорить. В основі такої моделі лежить інтерсуб'єктивний комплекс, що регулює кожен конкретну сферу мовної поведінки (висловлювань-пропозицій, висловлювань-надфразової єдності, висловлювань-текстів), що має різну міру категоричності.

Нарешті, третє значення терміну «жанр» - це значення еталону, матриці, яка накладається на дійсність і є інструментом наукового опису.

Слід ще розмежовувати повсякденне, таке, що відповідає усвідомлюваній частині жанрової компетенції, та наукове, що створюється в генологічних теоріях, використання терміну «жанр».

Таким чином, жанр – це елемент дійсності, факт суспільної свідомості і жанрової компетенції та інструмент наукового опису. [43]

З лінгвістичної точки зору жанр є підсистемою в системі стилів національної мови. Розуміння жанру, також як стилю, сьогодні розпливчато, що теж багато в чому через багатозначність самого терміну. Тому нерідко одні й ті ж підсистеми в структурі мови одні лінгвісти називають стилями, а інші - жанрами. У «Словнику лінгвістичних термінів» О.С. Ахманової жанр визначається як «різновид мови, що визначається умовами ситуації і метою вживання». Але таке розуміння жанру легко застосовується й до поняття стилю.[1, 46]

В лінгвістичній стилістиці бажано розмежовувати жанр і стиль, бачити в них різні стилістичні категорії. Як правило, стиль тут розуміють як систему засобів вираження і виразних засобів мови, що історично склалася, знаходиться в кореляції зі сферою його функціонування в суспільстві, - політикою, економікою, наукою, художньою творчістю і так далі. Жанри у такому разі виступатимуть як різновиди таких мовних систем, що склалися, характеризуються специфічними для них рисами, але і що не виходять за рамки специфіки їх стилю в цілому. Наприклад, стиль художньої літератури підрозділяється на такі жанри, як роман, розповідь, драма, комедія, новела, поезія, байка і деякі інші, які, в свою чергу, можуть підрозділятися, наприклад, на жанр міського, сільського, поліцейського, жіночого роману і так далі. Те ж саме можна сказати і про газетно-публіцистичний або, як це зараз прийнято говорити, медійний стиль як макросистему, що включає такі мікросистеми, як газетний стиль, публіцистичний стиль, стиль радіомовлення, телевізійний стиль, який у свою чергу підрозділяється на типи текстів, або жанри. Наприклад, газетний стиль включає такі жанри як передова стаття, офіційне комюніке, коментар (політичний, економічний, спортивний і так далі), хроніка, оголошення, різне і так далі. Кожен з цих жанрів, або підстилів, характеризується своїми лінгвістичними і паралінгвістичними властивостями, притаманними тільки йому, але які відповідають основним функціональним критеріям того стилю, якому вони належать. [1, 47]

1.2 Газетний стиль в системі функціональних стилів

Система функціональних стилів знаходиться в стані безперервного розвитку. Самі стилі відособлені різною мірою: межі деяких з них визначити нелегко, а стилі як такі важко відокремити від жанрів. Ці труднощі особливо помітні, коли йдеться про стиль газет.

Взагалі, публіцистичний стиль є прямим нащадком давньої риторики. Хоча саме поняття публіцистичного стилю різні автори трактують неоднаково. Так, І.В. Арнольд ототожнює його з газетним стилем, Ю.М. Скребнев розглядає його як одну з різновидів газетного стилю, І.Г. Гальперин поєднує в це поняття стиль газетних статей, стиль ораторський і стиль есе.

При такому підході поняття публіцистичного стилю охоплює мовні здобутки різних жанрів, об'єднаних завданням комунікації. Аргументація тієї чи іншої точки зору, що має метою схилити адресата до прийняття цієї точки зору, переконати його в правильності висунутих положень, викликати в ньому бажану реакцію на сказане.

Проте, можна із впевненістю сказати, що в будь-якому випадку призначенням публіцистичного стилю є повідомлення, переконання, вплив на маси, формування в людей певного відношення до різноманітних проблем, повідомлення інформації, що має суспільне значення. Публіцистичний стиль використовується в газетах, журнальних статтях, у передачах на радіо і телебаченні, у виступах на зборах, нарадах і мітингах.

Публіцистичний стиль знаходить застосування в суспільно-політичній літературі, періодичній пресі (газетах, журналах) та в різноманітних виступах і промовах. У межах публіцистичного стилю широке поширення одержав його газетно-журнальний різновид. До основних рис якого відносяться: економія мовних засобів, лаконічність викладу при інформативній насиченості; наявність суспільно-політичної лексики і фразеології, переосмислення лексики інших стилів (зокрема, термінологічної) для цілей публіцистики; використання характерних для даного стилю мовних стереотипів, кліше; жанрова розмаїтість і зв'язана з цим

розмаїтість стилістичного використання мовних засобів багатозначності слова, ресурсів словотвору (авторські неологізми), емоційно-експресивної лексики; використання зображувально-виразних засобів мови, зокрема засобів стилістичного синтаксису (риторичні питання і вигуки, паралелізм побудови, повтори, інверсія тощо).

Можна сказати, що поняття газетно-публіцистичного стилю будується з мови газет, суспільно-політичних журналів, доповідей, виступів, бесід, промов, дискусій, мови радіо й телепередач, документально-публіцистичного кіно.

Власне газетно-публіцистичний стиль є найпопулярнішим зі всіх функціональних стилей, оскільки його розповсюдженню сприяють засоби масової інформації – преса, радіо, кіно, телебачення.

Також важливим фактором формування газетно-публіцистичного стилю є й фактор швидкості створення газетно-журнальних текстів, що пов'язано з необхідністю оперативно реагувати на події, що відбуваються. Чималий вплив на вибір мовних засобів і на структуру газетно-публіцистичного тексту має обмежений обсяг такого тексту, необхідність вмістити в нього якомога більше інформації.

У книзі І.Р. Гальперина «Нариси зі стилістики англійської мови» газетному стилю присвячений великий розділ глави про мовні стилі. В середині газетного стилю автор розрізняє два різновиди: стиль газетних повідомлень, заголовків і оголошень які і складають, на думку І.Р. Гальперина, основу газетного стилю і стиль газетних статей, що становить різновид публіцистичного стилю, куди також входять ораторський і стиль есе. [12, 41]

М.Д. Коваль і Ю.М. Скребнєв, автори «Стилiстики англiйської мови», вважають, що об'єднувати специфічні риси мови газети в поняття газетного стилю неправомірно, оскільки при цьому ознаки функціонального стилю підміняються ознаками жанру. Ці автори також вказують на те, що в різних розділах газети: передових статтях, текстах політичних документів і виступів, в статтях з різних питань культурного життя, науки й техніки відбиваються різні стильові системи мови. Разом з публіцистичним стилем в газеті можна зустріти й

офіційно-діловий в контексті публікації інформації загального значення і науковий, нарешті, в газетах публікуються і художні твори або уривки з них.[56, 124]

Деякі автори пропонують виділяти не газетний, а інформаційний стиль, який може використовуватися в газеті, на радіо і телебаченні. Його також називають стилем масової комунікації.

Виділити загальні риси газетного стилю все ж можна, оскільки для стилістики як науки предметом є загальне і закономірне, а не можливі частковості. Наприклад, виділяється науковий стиль, хоча в ньому, безумовно, є жанрова диференціація: мова журнальної статті відрізняється від звіту про виконаний експеримент, а технічна документація поєднує в собі риси офіційно-ділового і наукового стилів.

Соціальна ситуація спілкування для газети є дуже специфічною. Газета – це засіб інформації і засіб переконання. Вона розрахована на масову аудиторію і притому дуже неоднорідну аудиторію, яку вона повинна утримати, змусити себе читати. Газету зазвичай читають в умовах, коли зосередитися досить важко: в метро, в потязі, за сніданком, відпочиваючи після роботи, в обідню перерву, заповнюючи короткий проміжок часу, що звільнився, і тому подібне. Звідси необхідність так організувати газетну інформацію, щоб передати її швидко, стисло, повідомити основне, навіть якщо замітка не буде дочитана до кінця, і вплинути на читача певною мірою. Виклад не повинен вимагати від читача попередньої підготовки, залежність від контексту має бути мінімальною. В той же час разом із звичайною тематикою, що повторюється, з'являється тематика, що є новою й актуальною саме на цей момент. Потім ці нові ситуації й аргументи теж починають повторюватися. Ця повторюваність, а також і те, що журналіст зазвичай не має часу на ретельну обробку матеріалу, ведуть до частого використання штампів, певних структур. Усе це і визначає своєрідність газетного тексту. [46, 54]

Газетний текст є складним і багатоплановим явищем, що має різноманітні характеристики. Щоб мати повніше представлення, необхідно зупинитися на деяких основних питаннях, що характеризують його.

1.3 Жанрові особливості газетної мови

Газетний текст, передусім, - це твір мовнотворчого процесу, що має завершеність і виконаний у вигляді газетної статті. Він має інформуючу цілеспрямованість і певну установку дії на читацьку аудиторію. Питанню вивчення газетних текстів присвячені численні роботи таких лінгвістів як Г.Я. Солганік [54], Е.А. Курченкова [32, 33], Л.А Кочетова. [30], І.Р. Гальперін [12, 13, 14], І.В. Арнольд [2], М.П. Брандес [6, 7] і багатьох інших.

Коли пишуть про газетну мову, багато авторів підкреслюють його високу стандартизованість та експресивність. На думку Г.Я. Солганіка, основні типи газетних текстів будуються за готовим шаблоном, з використанням штамів і кліше, вироблених в ході газетного виробництва [54, 19]. Говорячи про специфіку газетній мові, М.Н. Кожина відмічає особливу і навмисну її виразність, експресивність висловлювання з одного боку, а застандартизованість і штампи - з іншого боку. [29, 182]

Газетно-публіцистичний стиль, як частина системи масової комунікації, не є знеособленою, на відміну від офіційно-ділового стилю. Залежно від мети комунікації, газетно-публіцистичний стиль «підлаштовується» під певну групу людей за віковими, освітніми, ідеологічними і соціальними ознаками.

У загальному комплексі засобів масової інформації газеті належить особливо важлива роль. Це пов'язано і з найширшою повсякденною доступністю газети, і з величезним діапазоном багатопрофільного вибору, і з інформаційною оперативністю газети.

Щодо, умовно кажучи, типів газетних статей, то можна зазначити, що каналами комунікації газетно-журнальної публіцистики виступають газети та

суспільно-політичні журнали, які складаються з різних типів тексту та мовних жанрів:

- статті, які підрозділяються на директивні, проблемні, такі, що узагальнюють досвід;
- кореспонденції, що аналізують факт, явище з політичного, економічного, культурного життя;
- замітки, що висвітлюють більш специфічну, ніж кореспонденції, тему;
- інформації щодо міжнародних та внутрішніх, національних та локальних повідомлень;
- огляди, що узагальнює передовий досвід преси;
- рецензії, нариси, фельетони. [7, 152]

Говорячи про різні типи газетних статей, слід сказати кілька слів і власне про типи англomовних газет, в яких такі статті можна зустріти. Отже, газети в своїй спрямованості підрозділяються на кілька типів. Наприклад, у Великій Британії масовому читачеві пропонується так звана *popular paper* - масова газета, що друкує, в основному, матеріали сенсаційного характеру з великою кількістю фотографій, зазвичай, така газета має багатомільйонний тираж. Це такі видання, як «Daily Express» і «The Sun». На відміну від масової газети, читачеві пропонують більш солідну респектабельну газету, так звану *quality paper*; таке видання спрямовано на більш освіченого читача, вона містить значну кількість інформації на міжнародні, політичні та економічні теми, а також аналітичні огляди. Такі газети, прикладом яких є «The Times», «The Guardian» та «The Observer», зазвичай мають менший тираж.

В Сполучених Штатах існує різниця між так званими *tabloids*, малоформатними газетами, що публікують сенсаційні повідомлення, що супроводжуються багаточисленними ілюстраціями, і більш солідною пресою. Типовим прикладом *tabloids* є нью-йоркська *Daily Mirror*. Такі видання є дуже популярними серед малозабезпечених та і малоосвічених читачів. Більш освіченій читацькій аудиторії пропонуються такі газети, як «New-York Times», «Washington Post» тощо.

Цікавим фактом є те, що дослідження мовних засобів газети дає змогу робити висновки про чітке розмежування інформаційних та передових статей, про що зазначає В.І. Забелін. Перші за характером використання мовних засобів близькі до науково-ділового стилю, виявляючи ознаки фактологічності, документальності в передаванні інформації. Другі ж мають виразно оцінний, яскраво публіцистичний характер і спрямовані передусім на емоційний вплив, певною мірою наближаючись більше до художнього мовлення.

Власне інформаційний матеріал становлять статті, у яких наявність авторського «я» мінімізована, тобто це матеріали, основне призначення яких – повідомлення про події політичного життя без їх оцінки, коротка інформація, комюніке. У передових статтях, навпаки, превалюють чинники суб'єктивної оцінки, що й зумовлює добір мовних засобів, які реалізують комунікативні завдання впливу, переконання, критичного осмислення подій. [21, 40]

У великій кількості статей поєднуються інтелектуальне й емоційно-оцінне, тобто інформацію подають з позицій суб'єктивного сприйняття, хоч і обмеженого прагненням не спотворювати реальну інформацію. Чергування елементів експресивного та стандартизованого планів, їх взаємоперехід мають привернути й підтримати увагу читача.

Отже, протиставлення стильових різновидів газетного стилю є дещо умовним. Крім того, стиль передових статей має спільні риси не лише з художнім, але й з науковим стилем, тобто має елементи аналітичності. Водночас інформаційні тексти позначені певним динамізмом, що надає їм рис авторського художнього мовлення. [21, 41]

Говорячи про найважливіші жанри газетних матеріалів, В.В. Зайцева виокремлює інформаційну замітку, нарис та передову статтю.

За її словами, інформаційна замітка – це мовний газетний жанр, в основі функціонування виражальних засобів якого лежать такі екстралінгвальні чинники: 1) домінантна комунікативна інтенція жанру – оперативно повідомляти, інформувати про події, відповідаючи змістом на три основні запитання: що? де? коли? відбулося; 2) предмет інформації – злободенна,

суспільно важлива подія; 3) адресат інформаційного повідомлення–кореспондент будь-якого органу друку, інформаційного агентства. [16]

Характерним є те, що суб'єктивного авторського «я» у замітці немає, уся увага зосереджена тут на об'єктивному відображенні подій, що підтверджується документально. Стилість викладу зумовлює композиційну структуру замітки, її чітку логічність, послідовність будови речень: кожне речення – це продовження попереднього з додаванням нових фактичних елементів змісту. Домінантна комунікативна інтенція інформаційної замітки визначає й іншу стильову ознаку жанру – відсутність авторської суб'єктивної оцінки події, що підкреслює достовірність й об'єктивність повідомлення. В інформаційній замітці не використовують такі стилістичні прийоми, як риторичні питання, вигуки тощо, мета яких – емоційний вплив на читача. Ефект достовірності та впливовість матеріалу визначають передусім повідомлювані факти. В інформаційному тексті використовують переважно суспільно-політичну лексику, терміни, географічні назви, власні імена, назви посад, звань, номінації часу як обов'язкові компоненти називання подій, що відбуваються. [21, 42]

Серед газетних жанрів виокремлюють різновид передової статті. Дослідники наголошують на оперативності, злободенності, публіцистичності її змісту. Передову статтю традиційно називають «флагманом номера». Основна відмінність передової статті від інших газетних жанрів з погляду вираження полягає в її директивному характері на тлі висвітлення масштабних питань. У передовій статті поряд з вищою інтенцією – впливати на читача – виражаються ще й такі інтенції: інформувати та активізувати. Домінантна комунікативна інтенція передової статті здебільшого зумовлена екстралінгвальними чинниками, що істотно впливають на її композиційно-структурні особливості та мовні засоби, а саме: чинниками директивності, публіцистичності, інформаційності, масштабності проблематики. Директивність пов'язана з такими стилістичними рисами жанру, як конкретність, аргументованість, ясність думки, строгість. Як і хронікальна замітка, передова стаття щодо стилю – найоднорідніший жанр, менш

синтетичний і багатогранний, ніж нарис. У ній використовують, хоч й обмежено, термінологічну лексику, цифрові дані, антропоніми та топоніми. [21, 43]

Нарис, як жанр газетної публіцистики і як тип тексту, становить своєрідне явище серед інших газетних жанрів. Це зумовлено його складною функційно-стильовою природою: нарис функціонує і в публіцистиці, і в художній літературі. Належність до цих двох сфер мовної діяльності пояснює різне трактування нарису як жанру.

Для характеристики нарису як жанру важливо враховувати, на думку В.П. Вомперського, де надруковано, для якого видання він призначений, бо не можна не бачити відмінності між газетним нарисом обсягом у 250–500 рядків, журнальним нарисом і нарисами, що являють собою цілі кліше. І справді, обсяг нарису пов'язаний із проблематикою, стилем, властивістю організації матеріалу. Ми дотримуємося погляду на газетний нарис як на художньо-публіцистичний жанр, специфіка якого зумовлена його багатоплановістю, стилістичним насиченням, особливим характером художності. Однією з рис нарису як художньо-публіцистичного жанру є оцінність його виражальних засобів (розмовних елементів, фразеології, тропів тощо). [21, 42]

1.4 Функціональні особливості газетного стилю

Як вже зазначалось раніше, в «Нарисах зі стилістики англійської мови» І.Р. Гальперіна газетному стилю присвячується великий розділ про мовні стилі. Власне в газетному стилі він розрізняє два різновиди: а) стиль газетних повідомлень, заголовків й об'яв, які й складають суть газетного стилю; б) стиль газетних статей, які складають різновид публіцистичного стилю, куди також входять ораторський і стиль есе. [12, 383-405]

Цілком очевидно, що система екстралінгвістичних стилістворюючих факторів має багато спільного навіть в різних типах газетних матеріалів, а оскільки організація мовних елементів стилю найбільше залежить від екстралінгвістичних факторів, специфіка газети як суспільного явища і взагалі специфіка масової комунікації об'єктивно призводять до необхідності визнання газетного стилю як одного із функціональних стилів. Соціальна ситуація спілкування для газети надто специфічна. Газета – засіб інформації і засіб переконування. Вона розрахована на масову і притому дуже неоднорідну аудиторію, яку вона повинна утримати, змусити себе читати. Газету звичайно читають в умовах, коли зосередитися довільно важко: в метро, в потязі, за сніданком, відпочиваючи після роботи, в обідню перерву тощо. Звідси необхідність так організувати газетну інформацію, щоб передати її швидко, стисло, повідомити основне, навіть якщо замітка не буде дочитана до кінця, і наскільки найбільше вплинути на читача емоційно. Висловлювання не повинно вимагати від читача попередньої підготовки, залежність від контексту повинна бути мінімальною. [2, 76]

Крім того, газетна стаття повинна бути побудована таким чином, щоб привернути увагу читача й утримувати його протягом всієї статті, але водночас читач, читаючи «між ділом» або швидко переглядаючи статтю, повинен опанувати максимум інформації.

Разом із цим поряд із звичайною тематикою в газеті з'являється практично будь-яка тематика, яка чомусь стає актуальною. Потім ці нові ситуації й

аргументи теж починають повторюватися. Ця повторюваність, а також і те, що журналіст звичайно не має часу на пильну обробку матеріалу, ведуть до частого використання штампів. Все це й створює своєрідність стилеутворюючих факторів газетного тексту. [2, 76]

Газетна та журнальна стаття є різновидом публіцистичного стилю, в деяких випадках надто наближеного до живого спілкування. Стель газетної статті відрізняється свободою в порівнянні, наприклад, з діловим або науковим стилем, однак він не такий багатий, як, наприклад, художній.

Для досягнення експресивності автори використовують певні засоби, специфічні для даного стилю. Жанри газетного стилю активно взаємодіють з іншими функціональними стилями, використовуючи їхні прагматичні засоби і прийоми. У ньому, за словами дослідників, спостерігається змішування розмовної мови, щоб бути зрозумілим, наукового стилю, щоб бути точним, художнього, щоб справити враження. Вплив на читача (переконання, полеміка, агітація, пропаганда) вимагає широкого використання експресивних мовних засобів. Якщо в художній літературі експресивність носить індивідуально-образний характер і має на меті емоційний і естетичний вплив на читача, то експресивність у газетній публіцистиці служить завданню впливати на маси з метою спонукання їх до активних дій, а також формування суспільної думки.

У мові преси виявляється тенденція до зближення норм усної і писемної мови: з одного боку, оскільки варіанти писемної мови сприймаються як найбільш очевидно нормативні, то вони починають діяти і в усному мовленні, з другого боку - навіть у діловому стилі відбувається процес поступової відмови від застарілих, книжно-писемних форм і конструкцій, що закріплюється мовною практикою газет.

Функції мови в пресі неоднорідні: тут зустрічаємо, поряд з комунікативною функцією, також і експресивну й функцію впливу. Це залежить насамперед від газетного жанру (комунікативна функція проступає на перше місце в інформації, повідомленні; експресивна - у репортажі, фельтоні тощо, функція впливу - у публіцистичній статті). Цей факт також утруднює бездоганне користування

мовою в газеті, тому що від журналіста вимагається володіння літературною лексикою і фразеологією в дуже широкому її обсязі (нарис, есе), діловою лексикою (повідомлення, інформація), лексикою повсякденного спілкування, тобто усним варіантом літературної мови (репортаж, фельєтон тощо).

Лексика будь-якої мови неоднорідна за уживаністю в різних функціональних стилях. Частина лексичного складу є відносно універсальною і може вживатися всіма носіями мови у будь-якій ситуації. Це загальноживана або стилістично нейтральна лексика. Стилiстично обмежена (чи стилістично забарвлена) лексика - це ті слова, що, крім денотативного значення мають ще й стилістичні конотації. [11, 88]

Як відомо, кожен з нас, а значить і журналіст, реалізує в своєму мовленні тільки певну частину тих можливостей, які дає йому мова, залежно від віку, освіти, професійної належності, особистих властивостей і уподобань, внутрішнього, духовного життя, а також від потреб і обставин мовлення. Жодна людина не знає всього лексичного запасу своєї мови; мовний досвід кожного з нас частковий і однобічний. Проте газета - продукт колективної творчості, тому вона й повинна прагнути до оптимальної лексичної і фразеологічної повноти. Про негативні риси мови газет писалося й говорилося вже багато. Найголовніші з них - «штампований пафос», зловживання іншомовними словами, засмічення лексики професіоналізмами і жаргонними словами, надто ускладнений синтаксис, погано мотивована образність, невиправдана строкатість лексики та ін. Мовна помилка - завжди і скрізь риса індивідуального мовлення: адже у мові як системі помилок бути не може. Навіть найбільш «закоренілі» канцеляризми і штампи як явище мови є результатом потреб мови у постійно відтворюваних засобах вислову з точним, локальним і звичайно вузьким змістом. Тому можна погодитися з дослідниками, які твердять, що в мові немає шаблону, проте у мовленні він є: ми натрапляємо на нього в текстах, автори яких пишуть шаблонно (адже саме кількаразове повторення у тексті певного мовного засобу створює враження шаблону, якщо цей мовний засіб аж надто високомовний, недоречно вишуканий або загалом не властивий повсякденному мовленню).

Мова публіцистики дає багатий матеріал для досліджень у галузі функціональної і практичної стилістики, для з'ясування проблем функціональних стилів, для розроблення теорії газетних жанрів і чітко виділяється як окремий об'єкт вивчення. На газетних шпальтах публіцистичний стиль репрезентований якнайширше, і тому поняття «мова газети» і «публіцистичний стиль» часто ототожнюються. Досі дослідники найбільшу увагу звертали на газетно-журнальний різновид цього стилю – найпопулярніший вид масової комунікації. До основних рис мови газети належать: економія мовних засобів, стислість викладу і водночас інформативне його навантаження; вживання зрозумілих слів та висловів; використання суспільно-політичної термінології; помітна наявність мовних кліше, штампів; переосмислення лексики інших функціональних стилів, чіткість синтаксичних конструкцій, ретельно продумане вживання слів, використання різних виразних та зображальних засобів.

Лексичні, граматичні або ж синтаксичні особливості газетних текстів часто базуються на основних функціях таких текстів, на тому, з якою метою вони створюються. Зокрема, твори публіцистики мають велику кількість функцій, ось лише кілька з них:

- інформаційна
- виховна
- функція впливу
- пропагандистська або агітаційно-пропагандистська
- просвітницька
- популяризаторська
- організаторська
- гедоністична (розважальна) тощо.

Дві з них можна виокремити, як найважливіші:

Функція впливу (агітації та пропаганди, та, що впливає, або ж експресивна, пропагандистська функція) є переконанням за допомогою фактів, системи доказів і образів. Завданням публіцистичного тексту є наступне: інформуючи про будь-

яку подію або факт з життя, вплинути на переконання читачів, змусити їх діяти так, як пропонує автор публікації. Ця функція має на увазі формування світогляду людини (читача, слухача, глядача), включаючи формування життєвих (політичних, соціальних тощо) установок, мотивів поведінки, системи цінностей. Публіцистичні твори торкаються актуальних проблем сучасності, що є цікавими для суспільства (політичні, економічні, філософські, моральні, питання культури, мистецтва тощо). Впливаючи на читача й слухача, публіцистика не тільки орієнтує в цих подіях, але й прагне вплинути на його поведінку. Кінцевою метою є створення певної суспільної думки стосовно окремих персон, організацій, партій, подій та ін.

Комунікативно-інформаційна функція повідомлення новин втілюється у прагненні будь-якого періодичного видання, будь-якого органу ЗМІ якнайшвидше повідомити про найостанніші новини.

Самі ці дві функції є стилеутворюючими. Їх реалізація знаходить своє відображення в стилі мови публіцистичних творів, визначає особливості лексики, синтаксису й структури публіцистичних документів, складу жанрів публіцистики. [11,198]

Отже, основою будь-якого стилю є загальноживана лексика, тому що вона представлена у всіх типах літературного, книжково-писемного та усномовленнєвого матеріалу, адже саме ця лексика створює ту основу, на якій взагалі можливе розуміння. Загальноживана лексика створює той фон, на якому виділяються, з яким вступають у відповідні відношення різноманітні елементи словникового складу мови.

Аналіз газетної лексики, зокрема, виявляє великий відсоток власних імен: топонімів, антропонімів, назв установ і організацій тощо, а також більш високий в порівнянні із іншими стилями відсоток числівників і велику кількість дат.

Важливу роль у газетно-публіцистичному стилі відіграють терміни певної тематики, імена та назви, а також особливий характер заголовків, широке використання газетних кліше, наявність елементів розмовного стилю і жаргонізмів тощо; крім того, для газетно-інформаційних текстів характерним є

використання фразеологічних зворотів, що найчастіше зустрічаються у даному жанрі, у відповідності до його цілеспрямованості.

Оснoву мoви гaзeтнo-публіцистичнoгo стилю склaдaє книжкoвo-пoвсjaкдeннa лeксикa, щo явлjaє сoбoю пoєднaння eлeмeнтів лeксики і синтaксичних стpуктур рiзних стилів. Aлe трeбa зaзнaчити, щo при цьoму часткoвo збepігaeться чи втpачaeться стилістичнe забaрвлeння. Книжкoвий хaрaктер мoви гaзeтнoгo стилю визнaчaeться тим, щo він виpажae цілісну інфoрмaцію, зaздaлeгідь пpoдумaну тa oрганізoвaну.

Ширoкe використання в гaзeтнo-інфoрмaційнoму стилі імен тa нaзв рoбить пoвідoмлeння кoнкpетним і співвіднoсить дaні відoмoсті з пeвними oсoбaми, зaклaдaми чи рaйoнaми. Цe пeрeдбaчae знaчні пoпeрeдні (фoнoві) знaння у читaчa, якi дoпoмaгaють їмy пoв'язaти нaзвy з oб'єктoм, щo нaзивaють. Tак, aнглійськoму читaчeві дoбрe відoмo пoзa кoнтeкстoм, щo Park Lane – цe вулиця, a Columbia Pictures – кінoкoмпaнія.

Нaзви тa імeнa дoсить чaстo використoвyютьсья в гaзeтнo-інфoрмaційних мaтepіaлax у скoрoчeній фoрмі. Чaстo ці скoрoчeння мoжyть бyти нeвідoмими ширoкoмy кoлy читaчів і їх знaчeння тyт жe рoзшифрoвyютьсья. Aлe існує бaгaтo тaких скoрoчeних нaзв, дo яких читaчі гaзeти дaвнo звикли, і тoмy їх нe пoтpібно тлyмaчити. Вeликa кiлькiсть тaких скoрoчeнь – цe хaрaктeрнa рисa гaзeтнo-інфoрмaційнoгo стилю сyчaснoї aнглійськoї мoви. Сyди віднoсятьсья нaзви пapтій, рiзних oрганізацій тa пoсaд: ILM – Industrial Light & Magic (кiнoкoмпaнія, щo ствopює цифрoві тa звyкoві eфeкти), CEO – Chief Executive Officer (гeнepaльний дирeктop кoмпaнії); пpізвищa відoмих пoлітичних дiячів: JFK – John Fitzgerald Kennedy; гeoгpafічні нaзви: LA – Los Angeles тoщo. Пoдiбні скoрoчeння зyстpічaютьсья у гaзeтних тeкстax, нeзaлeжнo від їх тeмaтики.

Щo стoсується фpазeології, тo гaзeтнo-інфoрмaційний стиль визнaчaeться ширoким використанням гoтoвих фoрмyл aбo клішe. Tyт виділяютьсья числeнні встaвні звoрoти, щo вкaзyють нa джepeлo інфoрмaції (*it is reported, it is stated, it is stressed, according to well-informed resources*), стійкi слoвoспoлyчeння із стepтoю oбpазністю (*to set the tone, to throw light*).

Як зазначає С.В. Топіліна, англomовна преса, зокрема, газети США і Великої Британії, відрізняється не тільки експресією, але й елементами розмовної мови. Вона посилається на В.С. Жука, який докладно розглядав функції розмовної лексики в газетному стилі і зазначав, що якщо в своєму «рідному» мовному середовищі форма слова в розмовній мові не помічається, то в газетному тексті вона несе в собі нову інформацію і, отже, стає значущою. Слова, вжиті в розмовному стилі, стають легко впізнаваними в свідомості читача і текст сприймається адекватно, що дуже важливо для газети, як засобу масової інформації. Надзвичайна широта і різноманітність лексики є наслідком необмеженості тем і сюжетів газетно-публіцистичного стилю. Тому публіцистика є найбільш багатим різновидом літератури. [56]

Взагалі, можна сказати, що газетно-журнальна публіцистика характеризується не тільки актуальністю обраних тем, але й мовними особливостями, які виокремив Н.М. Наєр:

- позначення реалій (имен, місць, точних дат);
- фразеологія;
- суспільно-політичні терміни;
- неологізми;
- модні слова – слова, які широко вживаються тільки у певний період, потім відбувається «спад» в їх вживанні;
- ключові, популярні слова - слова, що відображають актуальні явища суспільно-політичного життя країни;
- іншомовні та запозичені слова. [41, 32]

Грамматична своєрідність мови газети в інформаційному стилі досліджена, зокрема, В.Л. Наєром [41]. Він відзначає своєрідність у використанні часів та станів, часте вживання неособових форм, численність складних атрибутивних утворень, особливі форми введення прямої мови та перетворення прямої мови на непряму, а також особливості у порядку слів і широке використання складнопідрядних речень. Так, наприклад, цей дослідник звертає увагу на місце обставин певного часу не на початку та не в кінці речення, як звичайно, а між

підметом і присудком, що своєю незвичайністю концентрує увагу на присудку. Сама обставина часу при цьому не має основного значення, вона несуттєва, оскільки газетна інформація, як правило, описує події, що відбулися напередодні. Якщо в реченні є декілька різних обставин, то обставина часу за правилами граматики, повинна бути на останньому місці. Але у газетних повідомленнях цей порядок часто порушується, так як інформацію несуть більше обставини місця, а не часу; обставини місця виражаються зворотами із декількох слів та стоять в кінці речення.

Дослідники газетно-публіцистичного стилю відзначають також безліч цитат прямої мови і розвинену систему різних способів передачі чужої мови. Один з цих специфічних способів - недослівна, скорочена передача мови з примітками журналіста; цитована мова наводиться при цьому без лапок. Таку пряму мову називають «вільної прямою мовою», «незауваженою» або «адаптованою». Але існує ще більше випадків прямої мови, зазначеної лапками. Іноді сама цитата, дана в лапках, містить іронічну переробку змісту того чи іншого висловлювання. Відзначається також тенденція до опущення артиклів.

Прийменниковим зворотам завжди надається перевага перед герундієм (*by examination of* замість *by examining*). Аналогічне явище спостерігається в області сполучників і прийменників, де прості короткі слова замінюються такими зворотами, як *with respect to, having regard to, in view of, on the hypothesis that*.

Щодо стилістичних особливостей, то можна сказати, що для усіх газетних жанрів характерні загальні форми реалізації стислості: компресія інформації та передача певної частини повідомлень імпліцитно. Як результат стислості відбувається економія мовних засобів за рахунок комунікативно менш важливих фрагментів повідомлення. Основний принцип організації мови в публіцистиці – поєднання стандарту та експресії.

В стилістичному плані для лексики газетного тексту досить характерною є наявність емоційно-експресивних складових значення. Це зближує його з розмовною мовою. Необхідно звернути увагу на тенденцію до художнього перебільшення, про наявність якої свідчать підсилювальні значення прикметників

(*massive*) і модальних слів (*undoubtedly, really*), які стають інтенсифікаторами значення. В газетно-публіцистичному тексті такі слова підсилюють емоційне відношення до теми статті, отже, це впливає, в свою чергу, на посилення позитивної або негативної оцінки, що має вплив на адресата. [57]

Слід відзначити і деякі особливості синтаксичної організації тексту газетно-інформаційного стилю: наявність коротких самостійних повідомлень (1-3 висловлення), які складаються з довгих речень із складною структурою; максимальний поділ тексту на абзаци, коли майже кожне речення починається з нового рядка; наявність підзаголовків у всьому тексті для підвищення зацікавленості читачів; використання численних атрибутивних груп.

Багато дослідників звертають увагу на таку відмінну рису газетно-публіцистичного стилю, як тенденція до скорочення, досягнення максимальної стислості. Зазвичай це пояснюється історично первісною функцією газети – надавати інформацію, а тому проявляється, передусім, в інформаційних повідомленнях, заголовках та рекламі. Найчастіше під мовної стислістю розуміють вираз певного змісту за певної економії мовних засобів. Стислість в такому визначенні аж ніяк не передбачає широкого використання в газеті коротких речень, а найчастіше, навпаки, веде до їх сильного поширення і великої семантичної ємності. В газетних інформаційних повідомленнях мовна стислість є результатом прагнення дати якомога більше фактів обмеженим обсягом тексту. Стислість в газеті досягається не тільки за рахунок стислості синтаксичних конструкцій. Вона проявляється на всіх мовних рівнях - текстовому, синтаксичному, морфологічному, семантичному. Таким чином, якщо еліпсис розмовної мови впливає з її діалогічності, можливості відновлення повної структури висловлювання з навколишнього контексту, то лаконізм газетно-публіцистичного стилю зумовлений такими причинами. Останнім часом причиною прагнення до стислості також є й комерційна, фінансова причина, тобто економія друкованого простору газетного аркуша.[57]

На відміну від офіційно-ділового стилю, газетно-публіцистичний стиль, входячи до системи масової комунікації, не є знеособленим. Він

індивідуалізований за групами людей: віковим, освітнім, соціальним, ідеологічним, за інтересами тощо. На відміну від художніх творів, в газетно-публіцистичному стилі не підтекст, а сам текст цілком виразно висловлює оцінне ставлення до фактів, що викладаються.

Риса, що наближує цей стиль до стилю художньої мови, - це прояв індивідуального у викладі змісту. І тут, звичайно, ступінь прояву індивідуального є обмежений особливостями самого стилю.

Серед стилістичних засобів зображальності та виразності використовуються порівняння, гіперболи, алегорії, евфемізми, прислів'я, приказки, крилаті слова, цитати. Дуже сильним засобом створення публіцистичності виступають авторські оновлення стилістичних засобів, тобто навмисна зміна форми цих засобів. Для виділення і підкреслення тих чи інших слів або словосполучень застосовується навмисне порушення звичайного порядку слів у реченні - інверсія, антитеза, риторичне питання, питально-відповідна структура висловлювання.

Можна стверджувати що всі зазначені стилістичні, лексичні та граматичні особливості газетних текстів направлені саме на створення емоційно збагаченого тексту, тексту, який би одразу привертав увагу читача, змушував його замислюватися над прочитаним матеріалом та реагувати на нього. На думку Т.І. Коваль, експресивність – це не тільки лексико-семантична, а й комунікативно-прагматична категорія, оскільки служить для створення переконливості матеріалів мас-медіа, активізації уваги читача та налагодження з ним контакту, а також для вираження певної оцінки явищ, фактів, подій. Експресивність у межах газетного дискурсу свідомо створюється журналістом відповідно до його комунікативного задуму. Лінгвістичний аналіз газетних текстів засвідчує, що емоційно-експресивну оцінку забезпечує й посилює вживання різноманітних фонетичних, словотвірних, морфологічних, лексико-фразеологічних засобів, а також синтаксичних і стилістичних конструкцій, які є досить продуктивними в сучасному дискурсі преси. Різноманітні засоби експресивізації не лише активно взаємодіють між собою, а й компенсують або підсилюють один одного. [27]

Дуже цікавим, зокрема, є зауваження К.Г. Бойчук щодо того факту, що однією з концепцій, які дозволяють краще зрозуміти особливості функціонування інформаційного простору ЗМІ, є концепція інфосфери або інформаційної оболонки Землі, запропонована Т.Г. Добросклонською. Згідно із запропонованою концепцією, інфосфера складається з медіа текстів, кількість та варіативність яких збільшується щодня. ЗМІ не просто дзеркально відображають події, а фактично створюють їх віртуальне відображення на основі певних технологій впливу. Таким чином, події та факти можна помістити їх в ту чи іншу культурно-ідеологічну рамку, тобто фрейм, користуючись термінологією сучасного дискурсного аналізу. [5]

Організація тексту газет, зумовлена особливостями стилю. Оскільки основним його призначенням є інформувати, висловити певну громадянську позицію, переконати людей в її істинності, а деколи і сформувати громадську думку, то для цього ЗМІ мобілізують усі ресурси мови. Причому, вибір мовних засобів зумовлений їх соціально оцінними характеристиками і можливостями ефективного, цілеспрямованого впливу на масову аудиторію. Це часто досягається шляхом поєднання логічності викладу з емоційним забарвленням, що є визначальною рисою текстів публіцистики.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

З розвитком функційної стилістики увага дослідників до вивчення особливостей функціонування мови у сфері засобів масової інформації помітно зросла, оскільки функційний стиль поза жанрами можна розглядати лише як наукову абстракцію. Тому питання щодо жанрової своєрідності газетної мови, лінгвістичних ознак кожного окремого жанру є одним із центральних під час вивчення мови сучасної газети.

Можна із впевненістю сказати, що прикметною ознакою газетної мови є органічність засобів образності, хоч кількісні та якісні параметри їх урізних жанрах газети неоднакові. Вони, зокрема, внутрішньо притаманні публіцистичним і художньо-публіцистичним формам (стаття, кореспонденція, нарис, фельєтон тощо), але їх уживання досить обмежене в замітці, повідомленні й інших коротких формах.

Найбільш популярними типами газетних текстів є: інформаційна замітка, передова стаття й нарис.

Основними рисами будь-якого газетного тексту є логічна чіткість синтаксичних конструкцій, ретельно продумане вживання слів, використання різних виразних та зображальних засобів.

Публіцистичний стиль займає проміжне місце між стилем наукової прози і стилем художньої мови. Зі стилем наукової прози його зближує логічна послідовність у викладенні фактів, розгорнутість висловлювання, більш або менш суворий розподіл на логічні відрізки (абзаци). З іншого боку, публіцистичний стиль (особливо есе) має ряд спільних рис зі стилем художньої мови. Образність мовлення, і, в особливості, емоційні елементи мови, є дуже характерними для публіцистичного стилю. Засоби емоційного впливу, які застосовуються в публіцистичному стилі, підпорядковуючись його загальним закономірностям, не мають тієї свіжості й суб'єктивної забарвленості, які характерні для стилю художньої мови.

В публіцистичному стилі образність мови носить сталий характер. Метафори, порівняння, перифрази та інші засоби емоційного впливу беруться із загального мовного фонду виразних засобів.

Притаманною рисою публіцистичного стилю є також стислість викладу. В деяких його різновидах ця риса набуває характеру особливого прийому. Так, в есе стислість викладу набуває форми сентенції.

Газетно-публіцистичний стиль більш або менш однорідний за своїм стилістичним характеристикам, однак і тут часто можна зустріти випадки поєднання літературно-книжкової та розмовної мови. Це пояснюється надзвичайно різноманітними сферами суспільної діяльності, які знаходять своє висвітлення на сторінках газет.

РОЗДІЛ 2. СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОГО ГАЗЕТНОГО ТЕКСТУ

2.1 Щодо стилістичного аналізу тексту

Стилістичний аналіз ґрунтується на лінгвістичному розгляді тексту (дослідженні його мовних засобів різних рівнів і їх організації), але цим не обмежується. Стилістичний аналіз тексту має бути комплексним, таким, що враховує екстралінгвістичні чинники мовного спілкування, що виявляються в текстовій діяльності.

Стилістичний аналіз тексту ґрунтується на основних засадах стилістики, її меті й завданні. Він направлений на вдосконалення мовної і комунікативної культури і покликаний розширити знання про стилістичні аспекти текстової діяльності: яка роль в текстовій діяльності відводиться стилістичній маркованості тексту; що таке функціональний стиль, яка його природа (мовна або мовленнєва); у чому специфіка мовної системності стилю; якими стильовими ознаками характеризується кожен з функціональних стилів; як вибір стилю і жанру пов'язаний з метою текстової діяльності, сферою спілкування, чинником адресата й індивідуальними особливостями автора тексту тощо.

У даній роботі буде використана схема стилістичного аналізу за Н.С. Болотовою [61], яка передбачає урахування таких понять, як:

- стиль, підстиль і жанр тексту;
- сфера спілкування і ситуація, на яку текст орієнтований;
- основні функції тексту (спілкування, повідомлення, дія);
- характер адресата із врахуванням стилістичних особливостей тексту;
- тип мислення, відбитий у тексті: конкретний; узагальнено-абстрагований, образний тощо;
- форма (письмова, усна), тип мови (опис, оповідання, міркування та їх можливе поєднання), вигляд мови (монолог, діалог, полілог);

- стильові межі, характерні для тексту, враховуючи його стилістичну маркованість;
- мовні прикмети стилю, відбиті в тексті;
- образ автора і мета його текстової діяльності;
- індивідуально-авторські стилістичні особливості тексту на рівні відбору мовних засобів та їх організації, включаючи стилістичні прийоми.

2.2 Англійський газетний текст як предмет стилістичної розвідки

Для стилістичного аналізу газетних текстів було відібрано п'ять статей англійської преси. Всі вони відносяться до публіцистичного стилю; підстилем якого є газетно-публіцистичний. За сутністю обрані статті є проблемними, тобто кожна з них присвячена певній, зокрема, політичній проблемі та можливим шляхам її вирішення.

Сфера повідомлення є публіцистичною, пов'язаною з обговоренням суспільно важливих політичних і соціально-економічних тем; за характером ситуації, тексти орієнтовано на масову комунікацію у зв'язку із повідомленням актуальної інформації та впливу на читачів з метою формування суспільної думки.

Основні функції тексту: *інформаційна* (повідомлення про сучасні політичні події у світі) і *функція впливу* (зокрема, переконати суспільство в тому, що вихід Каталонії зі складу Іспанії є поганою думкою, що може призвести до подальшого подрібнення європейських країн).

Характер ситуації – тексти орієнтовано на широке коло читачів, які цікавляться світовими політичними подіями, тому що інформують про важливі політичні події, що мають значний вплив на багато країн світу.

Тип мислення, відображений у тексті, — узагальненоаналітичний. Приводиться переконлива аргументація для підтримки основних тезисів.

Форма мовлення: письмова; тип мовлення: міркування щодо ситуації, що склалася; вид мовлення: монолог.

Зараз проаналізуємо мовні стилістичні особливості, що є присутніми в обраних текстах. Почнемо з лексичних особливостей, серед яких, зокрема, можна виділити наступні:

- використання дат, назв документів, статистичних відомостей, конкретних імен для документалізму викладення запропонованого матеріалу:

the Chinese president, Xi Jinping	Президент Китаю, КсіДжінпінг
the 19th Communist Party Congress in Beijing	19-тий Конгрес комуністичної партії в Пекіні
2,300 delegates to the Communist Party of China's congress	2300 делегатів комуністичної партії китайського конгресу
Mariano Rajoy, the prime minister (of Spain)	Маріано Рахой, прем'єр- міністр (Іспанії)
inconclusive elections in 2015 and 2016	неоднозначні вибори у 2015 та 2016 роках
People's party leader, Sebastian Kurz (Austria)	Лідер Народної партії, Себастьян Курц (Австрія)
influential Brexiter Tim Montgomerie	Впливовий прихильник виходу Великої Британії з ЄС
universities minister, Jo Johnson	Голова об'єднання університетів, Джо Джонсон
the US education secretary, Betsy DeVos	Секретар з питань освіти США, Бетсі ДеВос
Michael Bloomberg, the billionaire media mogul and former mayor of New York	Майкл Блумберг, мільярдер, медіа магнат та колишній мер Нью-Йорка
Bloomberg employs 4,000 staff in the UK and 20,000 worldwide	На Блумберга працюють 4000 чоловік у Великій Британії та

	20000 робітників на глобальному рівні
Sadiq Khan, the mayor of London	Садік Хан, мер Лондона
Bloomberg is worth an estimated \$47.5bn (£36.2bn) according to Forbes and was given an honorary knighthood in 2015	За оцінками Форбс, Блумберг «коштує» \$47.5 млрд (£36.6 млрд); крім того, у 2015 році його посвятили у почесні лицарі
He was a Republican mayor of New York between 2002 and 2013 before he reassumed his position as chief executive of Bloomberg.	Він був мером Нью-Йорка від республіканців у період між 2002 та 2013 роками, поки він не повернув себе свою посаду голови компанії Блумберга.
The president of Spain's Basque region, Iñigo Urkullu	Президент регіону Басків, Іспанія, ІньігоУркулью
two leaders, Mariano Rajoy in Madrid and Carles Puigdemont in Barcelona	Два лідери, МаріаноРахой в Мадриді та КарлесПьюдемонт в Барселоні
the Higher Education Act	Акт про вищу освіту

А також: *Madrid, Catalonia, Lombardy and Veneto, the Basque country, Flanders, Transylvania, Corsica or Bavaria; Emmanuel Macron, Marine Le Pen, Angela Merkel, Chris Heaton-Harris, Donald Trump* тощо.

- використання власних назв та понять зі світу політики:

- The populist Alternative for Germany stormed into the **Bundestag**. As of today, Merkel is still trying to form a government. (Додаток А, 2) – Популістська

партія «Альтернатива для Німеччини» увірвалась до Бундестагу. Станом на сьогодні, Меркель все ще намагається сформувати уряд.

- Mr Johnson is technically correct. Following sustained pressure in **the House of Lords** during the passage of the higher education bill in the spring, academic freedom is expressly protected in legislation. (Додаток А, 3) – Містер Джонсон технічно правий. Під постійним натиском в Палаті Лордів протягом просування закону про вищу освіту навесні, академічна свобода є явним чином захищеною законодавством.
- They are an invaluable public repository of fact-based research, all the more precious when information from **Whitehall** is so partial and hard to come by. (Додаток А, 3) – Вони є недооціненим відкритим репозиторієм досліджень, заснованих на реальних фактах, вони є тим більш цінними через той факт, що інформація, що надходить з Вайтхолу, є мізерною, та й той обсяг інформації важко отримати.
- The widespread local belief that Catalan society is somehow closer than Spain's to **“European values”** is being tested to destruction. (Додаток А, 5) – Розповсюджені місцеві ідеї про те, що Каталонське суспільство є певним чином ближчим до Іспанських «Європейських цінностей», зараз випробується на міцність.
- **Downing Street** said the letter was sent in a private capacity. (Додаток А, 3). – ДаунінгСтріт говорить про те, що лист було надіслано приватним чином.

- використання метонімії:

- The populist Alternative for Germany stormed into **the Bundestag**. (Додаток А, 2) – під власною назвою мається на увазі парламент Німеччини та політики, що там працюють. - Популістська партія Альтернатива для Німеччини увірвалась до Бундестагу.
- **Downing Street** said the letter was sent in a private capacity. (Додаток А, 3) – під власною назвою DowningStreet маються на увазі політики, що працюють

у закладі, що розташовано на цій вулиці. – ДаунінгСтріт говорить про те, що лист було надіслано приватним чином.

- They are an invaluable public repository of fact-based research, all the more precious when information from **Whitehall** is so partial and hard to come by. (Додаток А, 3) – під назвою вулиці Whitehall мається на увазі британський уряд, що надає журналістам певну інформацію. – Вони є недооціненим відкритим репозиторієм досліджень, заснованих на реальних фактах, вони є тим більш цінними через той факт, що інформація, що надходить з Вайтхолу, є мізерною, та й той обсяг інформації важко отримати.
- All this talk in **Washington** – words have consequences. (Додаток А, 4) – під назвою міста мається на увазі уряд, що розташовано в столиці США, який обговорює важливі світові політичні питання. – Всі ці розмови у Вашингтоні – всі слова мають наслідки.
- Nevertheless **Madrid** has most to lose, even if the current crisis eases. (Додаток А, 4) – під Мадридом мається на увазі офіційна Іспанія, на противагу Каталонії. – Тим не менш, Мадрид має більше чого втрачати, навіть якщо сьогоднішня криза мине.
- He added: “Whatever London and the UK’s relationship to the EU proves to be, London’s language, timezone, talent, infrastructure and culture all position it to grow as a global capital for years to come. We are very optimistic about London’s future and we are really excited to be a part of it.” (Додаток А, 4) – Лондон тут уособлює як уряд, так і всіх його жителів. – Він додав: «Незважаючи на відношення Лондона та Великобританії до Європейського Союзу, мова Лондона, часові пояси, талант, інфраструктура та культура – все це вказує на зростання його статусу в якості світової столиці. Ми є дуже оптимістичними щодо майбутнього Лондона та дійсно схвилювані тим, що ми є частиною цього процесу».

- використання перифрази:

- TherewasatimewhenalleyeswouldhaveturnedforleadershipandinspirationtoAngela Merkel, Germany's **iron chancellor**. (Додаток А, 2) – Були часи, коли всі погляди було прикуто до лідерських якостей та натхнення Ангели Меркель, залізного канцлера Німеччини.

- посилення на історичні події:

- disasters of the Great Leap Forward and the Cultural Revolution – нещастя, пов'язані з «Великим Стрибком» та Культурною Револуцією
- bloody crackdown on the Tiananmen protests in 1989 – криваве придушення протестів на площі Тяньяньмень у 1989
- opium wars – опіумні війни (з історії КНР)
- the repression of the Franco-era past – репресії з минулої ери режиму Франко (з історії Іспанії).

- вживання термінології відповідної тематики: зокрема, одна з обраних статей стосувалася проблем освіти в розрізі виходу Великої Британії з Євросоюзу, отже в ній автор вживає наступні терміни з освітньої лексики: *campus, lecturer, higher education; Institutions, the act says, may determine the content of particular courses and the manner in which they are taught, supervised and assessed, and the criteria for the selection, appointment and dismissal of academic staff; degree-awarding power*. (Додаток А, 3)

Крім того, в обраних статтях можна знайти приклади, коли автор проводить аналогії з поняттями з інших сфер діяльності (спорт, медицина тощо), щоб максимально яскраво зобразити ситуацію та донести свою думку до читача. Наприклад:

- Universities could never escape being **drawn into** the culture wars. Now they find themselves, the values they represent and the benefits they bring, **in the frontline**. (з військової тематики, щоб підкреслити важливість та напруженість ситуації). (Додаток А, 3) – Університетам ніколи не оминати

того, щоб не бути втягнутими в культурні війни. Зараз вони віднайшли себе; цінності, які вони уособлюють, та переваги, що вони несуть в собі, знаходяться на передовій.

- Scotland is still **going through similar convulsions**, while two of Italy's richest northern regions, Lombardy and the Veneto, have just voted for increased autonomy from Rome. (медицина) (Додаток А, 5) – Шотландія й досі проходить через ті ж самі конвульсії, тоді як два найбагатших італійських регіони, Ломбардія та Венето, тільки-но проголосували за відділення від Риму та отримання статусу автономії.
- MrPuigdemont has always wanted international mediation as a means of securing recognition as an equal partner with Madrid. That is why the EU was bound to be opposed. But a respected independent third party could play a role as an **honest broker**. (економіка) (Додаток А, 5) – Містер Пьюдемонт завжди хотів міжнародного посередництва як засобу забезпечення визнання статусу партнера, рівного з Мадридом. Саме тому ЄС був змушений протистояти. Проте, поважна незалежна третя сторона могла би зіграти роль чесного брокера.

- широке використання суспільно-політичної лексики та книжнихслів, а саме:

<i>to elide contradictions</i>	<i>ігнорувати протиріччя</i>	<i>coalition</i>	<i>Коаліція</i>
<i>to vote</i>	<i>голосувати</i>	<i>technocrat ic (approach)</i>	<i>технократичний (підхід)</i>
<i>to thwart</i>	<i>протидіяти</i>	<i>ideology</i>	<i>Ідеологія</i>
<i>constitution</i>	<i>конституція</i>	<i>alleviation</i>	<i>пом'якшення</i>
<i>leadership</i>	<i>управління</i>	<i>patriotic (education</i>	<i>патріотичне (виховання)</i>

)	
<i>pledge</i>	брати зобов'язання	<i>legitimacy</i>	Легітимність
<i>euphemism</i>	евфемізм	<i>body politic</i>	політичний клас
<i>socialism</i>	соціалізм	<i>triumph</i>	Тріумф
<i>to boycott</i>	бойкотувати	<i>referendum</i>	Референдум
<i>electorate</i>	електорат	<i>tribalism</i>	Трайбалізм
<i>immigration</i>	імміграція	<i>populist</i>	Популіст
<i>integration</i>	інтеграція	<i>nationalist</i>	Націоналіст
<i>multiculturalism</i>	мультикультуралізм	<i>solidarity</i>	Солідарність
<i>refugee</i>	біженець	<i>corruption</i>	Корупція
<i>hitherto</i>	до цього часу	<i>polls</i>	Опитування
<i>existential crisis</i>	екзистенційна криза	<i>pro-EU</i>	
<i>verbiage</i>	багатослів'я	<i>extremist</i>	екстреміст
<i>government whip</i>	урядовий «батоґ» (парламентський організатор урядової партії)	<i>xenophobia</i>	ксенофобний
<i>McCarthyism</i>	Маккартизм	<i>separatism</i>	сепаратизм
<i>saboteur</i>	саботажник	<i>alliance</i>	альянс
<i>todiscredit</i>	дискредитувати	<i>campaign</i>	кампанія
<i>liberal and progressive values</i>	ліберальні та прогресивні цінності	<i>media mogul</i>	медіа магнат
<i>fervent supporters</i>	ярыеприверженці	<i>to de-</i>	зменшувати,

	<i>ы</i>	<i>escalate</i>	<i>скорочувати</i>
<i>a political solution based on dialogue and negotiation</i>	<i>політичне рішення, засноване на діалозі та перемовинах</i>	<i>to ratchet</i>	<i>затримувати</i>
<i>declaration of independence</i>	<i>декларація незалежності</i>	<i>provocative actions</i>	<i>провокаційні дії</i>
<i>outsiders</i>	<i>аутсайдери</i>	<i>unilateral</i>	<i>однобічний</i>
<i>opposition</i>	<i>опозиція</i>	<i>senate</i>	<i>сенат</i>
<i>heavy-handedness</i>	<i>засилля</i>	<i>to antagonize</i>	<i>викликати протидію</i>
<i>nationalist</i>	<i>націоналіст</i>	<i>onus</i>	<i>тягар відповідальності</i>
<i>Government</i>	<i>уряд</i>	<i>civil society</i>	<i>громадянське суспільство</i>

- широке використання назв політичних партій та політичних об'єднань: *Communist Party, Conservative Popular Party, Freedom and Direct Popular Party, Podemos (Spanish political party), the Socialists, neo-Nazi, the Northern League, Socio-Democrats, the Tory, center-left and center-right parties.*

- вживання загальновідомих аббревіатур: *CEO*(chief executive officer), *MP* (Member of Parliament), *US* (United States), *EU* (European Union), *UK* (United Kingdom)

- використання неологізмів:

- For those yet to read the full text of this week's resolution, or to parse last week's speech from Mr Xi, there is much to sift through (his marathon address included a pledge to oppose "unprincipled **nice guy-ism**"). (Додаток А, 1) – Для тих, хто

все ще не прочитав повний текст резолюції, або ж не проаналізував промову від містера Ксі, є багато чого профільтрувати та зрозуміти (його довге звернення включало в себе заклик протистояти «безпринципній політиці «славного малого»).

- He was advancing from the position staked out last month by the influential **Brexiter** Tim Montgomerie who suggested that the Tory problem in the battle to win back the hearts and minds of young voters from Labour was the hold that liberal and progressive values have on teachers. (ДодатокА, 3) – Він просувався від посади, за якою минулого місяця спостерігав впливовий Брекзітер (прихильник виходу Великої Британії з Євросоюзу) Тім Монтгомері, який запропонував, щоб проблема Торі виграти битву за прихильність юного електорату у Лейбористів, була вирішена тим, що ліберальні та прогресивні цінності контролювались викладачами університетів.
- Polls suggest the ruling, pro-EU Social Democrats face defeat by the upstart populist, **Eurosceptic**, anti-immigrant Action of Dissatisfied Citizens led by a pro-Russia billionaire. (ДодатокА, 2) – Опитування демонструють, що правляча, про-ЄС партія соціал-демократів стикається з поразкою з боку новомодного популістського євроскептичного анти-іммігрантського руху під назвою Дії Незадоволених Громадян під керівництвом проросійського мільярдера.
- The Socialists registered their worst ever performance last year amid record low turnout. Yet would-be **mould-breakers** such as Podemos failed to achieve a breakthrough. (Додаток А, 2) – Соціалісти зареєстрували їх минулорічний найгірший за весь час існування показник в умовах рекордно низького показника кількості виборців у день голосування. Однак, потенційним порушникам спокою, таким як партія Подемос, все ще не вдалося здійснити прорив.
- As of today, Merkel is still trying to form a government. Yet this is the weakened, buffeted leader on whom rest Theresa May's hopes of rescuing **Brexit**. (Додаток А, 2) – На сьогодні Меркель все ще намагається сформувати уряд. Однак,

вона все ще є ослабленим лідером, що постійно бореться з труднощами, на якого Тереза Мей покладає надії зі спасіння Брекзиту (виходу Британії з ЄС).

- He added: “I did say that I thought it was the single stupidest thing any country has ever done but then we **Trumped** it.”(Додаток А, 4) – Він додав: «Я дійсно говорив про те, що я вважав це найдурнішим, що могла б зробити будь-яка країна, але потім ми змогли це перетрампити, тобто перевершити, обравши Трампа».
- The universities minister, Jo Johnson, **tweeted** that academic freedom is enshrined in the Higher Education Act. Nomatter. (Додаток А, 3) – Голова об'єднання університетів, Джо Джонсон, написав у твіттері, що академічна свобода є закріпленою у Вищому Акті про Освіту.

- використання емоційно-обарвлених прикметників, прислівників, щобмаксимально підсилити емоції читача під час ознайомлення із запропонованим матеріалом:

- As **ruthlessly** realistic as the leadership is, words matter – not only to those it rules, but to the rest of us.(Додаток А, 1) – Наскільки це управління є безжально реалістичним, слова мають значення – не тільки для керівників, а й для всіх нас.
- The reaction of survivors was **intensely** pragmatic. (Додаток А, 1) – Реакція тих, що вижив, була напружено прагматичною.
- It suggests firstly that the Chinese people, relieved from **desperate** poverty, are looking beyond immediate material needs; this is politically expedient, since the high growth years are over, and psychologically astute. (Додаток А, 1) – По-перше, мається на увазі, що народ Китаю, звільнений від відчайдушної бідності, дивиться на те, що знаходиться за межами матеріальних цінностей; це є політично раціональним, тому що роки великого росту пройшли, та психологічно мудрим.

- The **unprecedented** measures initiated on Saturday by Spain's government, aimed at thwarting Catalonia's secession, are but the latest expression of a developing, Europe-wide crisis of identity and political legitimacy. (Додаток А, 2) – Безпрецедентні засоби, ініційовані в суботу урядом Іспанії, націлені на те, щоб завадити виходу Каталонії зі складу країни, є останніми проявами прогресуючої, європейської кризи ідентичності та політичної легітимності.
- More than half the Austrian electorate-backed parties **fiercely** opposed to immigration, integration and multiculturalism. (Додаток А, 2) – Більш ніж половина австрійських партій за підтримки електорату різко протистояли імміграції, інтеграції та мультикультуралізму.
- Now switch focus to northern Italy and, again, anger over political failings at the centre can be seen combining, **negatively and corrosively**, with fears about personal and regional identity. (Додаток А, 2) – А зараз перенесемо увагу на північну Італію, де поєднуються, негативно та агресивно, невдоволення політичними провалами в центрі із страхами щодо особистої та регіональної ідентичності.
- The **peremptory** demand to universities for the details of Brexit lectures and the content of their courses from Chris Heaton-Harris, a government whip – revealed in the Guardian – has been officially disowned. (Додаток А, 3) – Безапеляційну вимогу до університетів щодо деталей про лекторів з питань Брекзиту та змісту їх курсів від Кріса Хітон-Харріса, урядового «батога» - як повідомляється у «Гардіан» - офіційно відхилено.
- Its whiff of McCarthyism will linger **corrosively** along with older memories and earlier **offensively** antagonistic slogans – enemies of the people, saboteurs, citizens of nowhere – that increasingly divide the two tribes, the them and us of last year's referendum. (Додаток А, 3) – Відголоски Маккартизму будуть відчуватися, із постійною негативною дією, разом із старими спогадами та новими прикро антагоністичними слоганами – вороги народу, саботажники, громадяни з нізвідки – все це поступово розділяє на два табори, на «вони» та «ми» минулорічного референдуму.

- Mr Johnson is technically correct. Following sustained pressure in the House of Lords during the passage of the higher education bill in the spring, academic freedom is **expressly** protected in legislation. (Додаток А, 3) - Містер Джонсон технічно правий. Під постійним натиском в Палаті Лордів протягом просування закону про вищу освіту навесні, академічна свобода є явним чином захищеною законодавством.
- This line of attack has an unmistakable echo of the **aggressive** tribalism of Donald Trump in the US. (ДодатокА, 3) – Лінія критики має безпомилкове відлуння агресивного трайбалізму Дональда Трампа в США.
- The crisis remains resolvable and **overwhelmingly** peaceful.(Додаток А, 5) – Криза залишається вирішуваною та повністю мирною.
- Who can save Europe from this **fatal** fragmentation, this **pernicious**, creeping dissolution of its ideological, democratic and territorial unity? (ДодатокА, 2) – Хто може врятувати Європу від такого фатального подрібнення, цього шкідливого, поступового розчинення її ідеологічної, демократичної та територіальної єдності?

- широке використання цитат для того, щоб наведена інформація сприймалась максимально достовірною:

- Bloomberg argued that “it is really hard to understand why a country that was doing so well wanted to ruin it”. (Додаток А, 4) – Блумберг доводить, що: «Дійсно важко зрозуміти, чому країна, в якій все було настільки добре, забажала все зруйнувати».
- “My former wife was a Brit, my daughters have British passports, so we love England – it’s the father of our country, I suppose. But what they are doing is not good and there is no easy way to get out of it because if they don’t pay a penalty, everyone else would drop out.”(Додаток А, 4) – «Моя колишня дружина була британкою, мої дочки мають британські паспорти, отже ми любимо Британію – це батько нашої країни, я так вважаю. Але те, що вони роблять

зараз, не є правильним, немає легкого шляху позбутися цього, адже якщо вони не заплатять штраф, будь-хто інший в майбутньому вийде (з ЄС)»

- He added: “I did say that I thought it was the single stupidest thing any country has ever done but then we Trumped it.”(ДодатокА, 4) – Він додав: «Я дійсно говорив про те, що я вважав це найдурнішим, що могла б зробити будь-яка країна, але потім ми змогли це перетрампити, тобто перевершити, обравши Трампа».
- On his visit to London, Bloomberg was more circumspect. Giving a speech next to Sadiq Khan, the mayor of London, Bloomberg insisted his company was “strongly committed to London”.(ДодатокА, 4) – Свого наступного візиту до Лондона Блумберг був більш обачним. Виступаючи з промовою одразу за Садик Ханом, мером Лондона, Блумберг наполягав на тому, що його компанія була «дуже віддана Лондону».
- He added: “Whatever London and the UK’s relationship to the EU proves to be, London’s language, timezone, talent, infrastructure and culture all position it to grow as a global capital for years to come. We are very optimistic about London’s future and we are really excited to be a part of it.”(ДодатокА, 4) – Він додав: «Незважаючи на відношення Лондона та Великобританії до Європейського Союзу, мова Лондона, часові пояси, талант, інфраструктура та культура – все це вказує на зростання його статусу в якості світової столиці. Ми є дуже оптимістичними щодо майбутнього Лондону та дійсно схвилювані тим, що ми є частиною цього процесу».

- використання фразеологізмів та образних висловів для кращої передачі думки автора:

- Private universities with degree-awarding powers have been **given the green light**.(ДодатокА, 3) – Привітним університетам із правом надавати вчені ступені сьогодні дали зелене світло.
- Deng Xiaoping said **he didn’t care if a cat was black or white, as long as it caught mice**: he introduced socialism with Chinese characteristics – capitalism

within a Leninist political cage. (ДодатокА, 1) – ДенгКсяопінг сказав, що йому все одно, чорна кішка, чи біла, допоки вона ловить мишей: він представив соціалізм з китайським колоритом – капіталізм уленіністській політичній клітині.

- And Europe, in any case, is ultimately an **enriching patchwork of like-minded peoples** immutably linked by shared values and beliefs. (ДодатокА, 2) – І Європа, в будь-якому разі, є, кінець-кінцем, постійно збагачуваною мозаїкою народів, що однаково мислять, народів, що є нерозривно пов'язаними між собою спільними цінностями та ідеями.

- використання алюзій:

- Secondly, it demands greater global stature for the nation, building on his existing “**China dream**” of national revival. (ДодатокА, 1) – По-друге, це вимагає більш глобального масштабу для нації, що будує своє життя на існуючій «китайській мрії» національного відродження. (Тут можна простежити алюзію на дуже поширений вислів «американська мрія», який вживають, говорячи про справедливий успіх простої талановитої людини в результаті наполегливої та кропіткої праці).

Щодо синтаксичних стилістичних особливостей обраних текстів, можна виокремити наступні:

- використання пасивних конструкцій:

- Meanwhile Catalans are said to be increasingly uneasy that they could be set upon a path to a full secession from Spain that many of them do not seek, and which the rest of Europe, not just Spain, opposes. (Додаток А, 5) – В той же час повідомляється, що каталонці все більше й більше стурбовані, тому що не по своїй волі можуть опинитись на шляху повного відділення від Іспанії, чого багато з них не бажають, і чому інша частина Європи, не тільки Іспанія, протистоїть.

- But it has also been fuelled by the perceived failures of national political leadership. (Додаток А, 2) – Проте ж це було ще більше підігріто відчутними провалами національного політичного управління.

- використання складних поширених речень:

- The quality of the student experience has been challenged, and universities only narrowly averted being ranked by an untested system of student assessment in a way that would have influenced their access to fees and government funding. (Додаток А, 3) – Якість студентського досвіду зараз піддалася сумніву, університети тільки попереджують про такий стан, рейтинуючи їх шляхом неперевіреної системи студентського оцінювання, що, в результаті, вплине на доступ до гонорарів та отримання університетами урядового фінансування.
- It was opening a new front in the post-referendum culture wars between younger and older voters, voters with and without a university education, voters who look outwards and those who look inward. (Додаток А, 3) – Після референдуму відкривався новий фронт культурних війн між молоддю та старшими виборцями як з університетською освітою, так і без неї.
- At that event, Bloomberg, 75, also warned that some workers at the financial media company that bears his name were asking to leave the UK and US because they think the two countries no longer like immigrants and are no longer welcoming. (Додаток А, 4) – На тому заході Блумберг, якому зараз 75 років, також попередив про те, що деяких робітників фінансових компаній, що носять його ім'я, просили поїхати з Великої Британії та США, тому що вони вважають, що ці дві країни більше не люблять іммігрантів, тобто вони вже не такі привітні.

- використання скорочень, задля відображення живого емоційного мовлення:

- He added: “They **didn't** have an immigration problem and they **didn't** need control of their borders. They have the English Channel – that gave them control

of their borders.” (Додаток А, 4) – Він додав: «В них немає проблем з іммігрантами, і їм не потрібно контролювати свої кордони. Вони мають Ла-Манш – ось що контролює їх кордони».

- використання коротких речень для більшого ефекту висловлювання

- The universities minister, Jo Johnson, tweeted that academic freedom is enshrined in the Higher Education Act. Nomatter. (Додаток А, 3) – Голова об'єднання університетів, Джо Джонсон, написав у твіттері, що академічна свобода є закріпленою у Вищому Акті про Освіту. Незважаючи ні на що.
- But allowing the verbiage to put us off does a disservice to ourselves, not the party. This is a statement of intent. We should listen. (Додаток А, 1) – Але дозволяючи, щоб багатослів'я зашкодило нам, не є вирішенням проблеми. Це декларація про намір. Ми повинні слухати.

- використання питань для того, щоб читачі замислились над проблемою, що висвітлено у статті, для встановлення ще більшого контакту між журналістом та читачем:

- So what if fringe minorities in the Basque country, Flanders, Transylvania, Corsica or Bavaria are unhappy with their lot?(Додаток А, 2) – Отже, що якщо маргінальні меншини країни Басків, Фландрії, Трансильванії, Корсики чи Баварії не є задоволеними своєю долею?
- Who can save Europe from this fatal fragmentation, this pernicious, creeping dissolution of its ideological, democratic and territorial unity? (Додаток А, 2) – Хто може врятувати Європу від такого фатального подрібнення, цього шкідливого, поступового розчинення її ідеологічної, демократичної та територіальної єдності?
- And Europe, in any case, is ultimately an enriching patchwork of like-minded peoples immutably linked by shared values and beliefs. Or is it? (Додаток А, 2) –

І Європа, в будь-якому разі, є, кінець-кінцем, постійно збагачуваною мозаїкою народів, що однаково мислять, що є нерозривно пов'язаними між собою спільними цінностями та ідеями. Але чи так є насправді?

- Two questions therefore face the two sides, as well as those who observe from outside: can Spain and Catalonia step back from conflict? And what, if anything, can the outside world do to help that happen?(Додаток А, 5) – Таким чином, два питання постають перед обома сторонами, а також перед тими, хто за всім цим спостерігає зовні: чи може Іспанія і Каталонія вийти з конфлікту? І що, якщо щось в принципі можливо, може весь інший світ зробити, щоб цьому допомогти?

Образ автора: автор постає як узагальнена особа, що знайомить читача з актуальною інформацією та висловлює власні думки з приводу політичних ситуацій у світі.

Індивідуально-авторські стилістичні особливості: авторська індивідуальність відчувається в явному наданні переваги книжним засобам порівняно з розмовними, проте помітно використання неологізмів, помірному використанні емоційно виразних засобів.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

Газетні тексти становлять особливу сферу для функціонування мови, в якій відбуваються процеси, що не тільки відбивають мовленнєву ситуацію взагалі, а й впливають на структуру мовної системи. Внаслідок цього мова використовується як засіб впливу, що має загальні системні та специфічні текстові характеристики. Поєднання цих характеристик зумовлює виконання мовою газет пізнавальної, інформативної та інших функцій.

Текст газети – це не хаотичне нагромадження одиниць різних мовних рівнів, а впорядкована система, в якій усе взаємопов'язане та взаємозумовлене. Доцільним є розгляд його у всій складності граматичних і семантичних відношень, а також співвідношень компонентів мови та мовлення.

У ході стилістичного аналізу англійських статей можна помітити, що їх автори відбирають пласт лексики, керуючись певними принципами. Перш за все, прослідковується тенденція до передачі настрою та характеру події. По-друге, журналістам рідко вдається повністю позбутися особистісного ставлення до проблематики, що відображається у виборі деталей події та лексичних одиниць для їх опису.

Основну увагу було звернено на лексичні особливості мови англійських газет та їх аналіз. Було досліджено наступні аспекти: використання газетних кліше та сталих виразів; кількість термінів та сфера їх спеціалізації; вживання скорочень; використання власних імен осіб, підприємств, організацій, установ, назв історичних подій; використання слів книжного стилю тощо.

В результаті проведеного дослідження було з'ясовано, що мова газетних публікацій є, в основному, стилістично нейтральною, оскільки переважна більшість слів відповідають встановленим літературним нормам та є неемоційними. Однак, окрім цього, газетний стиль має специфічні риси словникового запасу, в якому часто вживаються: спеціалізовані політичні та економічні терміни; політичні слова, які не є термінами; газетні кліше, тобто стереотипні вислови, звичні фрази, що є відомими для читача та сприяють

виникненню відповідних асоціацій; скорочення, серед яких часто використовуються назви приватних та державних установ, політичних організацій, промислових організацій тощо; неологізми, адже публіцистичний стиль швидко реагує на нові тенденції в розвитку суспільства шляхом поповнення словникового запасу словами на їх позначення; різноманітні художні засоби, тобто, використання стилістично-зabarвлених лексичних одиниць, що здійснюється з метою забезпечення виразності та експресії (метафора, метонімія, епітети, перифрази, алюзії).

ВИСНОВКИ

Газетні тексти створені так, щоб привернути увагу читацької аудиторії та викликати її зацікавленість. Переслідуючи мету інформування населення, журналісти нерідко вдаються до занадто експресивних засобів, надаючи словам певних значень та впливаючи на процес сприймання повідомлень у читачів. Відтак, інформативно-маніпулятивні риси газетних текстів виявляються у лексико-граматичних та стилістичних мовних засобах.

Газетно-публіцистичний стиль можна охарактеризувати як функціональний стиль мови, який обслуговує широку сферу суспільних стосунків, і найповніше він використовується в газетах, суспільно-політичних журналах, на радіо, телебаченні, у документальному кіно.

Газетно-публіцистичний стиль мовлення виконує інформаційну функцію та функцію впливу, він спрямований на донесення до читачів будь-якої інформації, а так само на спонукання споживача, його наснагу.

Цим обумовлено стилістичне різноманіття даного функціонального жанру. Зважаючи на безліч розглянутих тем, даний стиль наповнюється різноманітним за видами словниковим запасом; набуває стилістичні риси різних стилів. Але саме це і виділяє його з безлічі інших функціональних видів мовлення, робить його складним і водночас унікальним об'єктом дослідження.

До мовних особливостей газетного стилю належить вживання оцінної лексики, яка має яскраве стилістичне забарвлення, великої кількості кліше та фразеологічних одиниць, скорочень, використання іноземних слів, неологізмів, а в деяких випадках навіть історизмів, функцією яких у статтях на актуальні теми є проведення історичних паралелей.

Характерною особливістю газетної та журнальної лексики є назвати вживання великої кількості суспільно-політичних термінів, термінів військової справи, термінів сфери мистецтва та літератури, спортивних термінів, імен та назв, аббревіатур тощо.

На граматичному рівні характерним є використання часів і станів, великої кількості складних атрибутивних утворень, особливі форми введення прямої мови і перетворення прямої мови в непряму, а також наявність цитат.

Серед стилістичних засобів зображальності та виразності використовуються порівняння, гіперболи, алегорії, евфемізми, прислів'я, приказки, крилаті слова.

Вплив на читача або слухача з метою переконати його у правильності висунутих положень або викликати в нього бажану реакцію на сказане не стільки логічно обґрунтованою аргументацією, скільки силою, емоційною напруженістю висловлювання, демонстрацією тих рис явища, які найбільш ефективно можуть бути використані для досягнення поставленої мети, тобто для реалізації своєї функції впливу, що відрізняє публіцистичний стиль від інших мовних стилів.

Газетно-публіцистичному стилю властиві всі мовні функції за винятком естетичної та функції встановлення контактів. Однак, це справедливо по відношенню не до всіх газетних матеріалів. Статті й публіцистика можуть більшою чи меншою мірою наближатися до наукового або ж до художнього тексту і мати відповідний набір функцій.

В роботі було проаналізовано п'ять газетних англомовних статей. Стилiстичний аналіз біло проведено за схемою, запропонованою Н.С. Болотовою. Було виявлено певні стилістичні особливості, що є властивими газетним текстам, зокрема:

- використання дат, назв документів, статистичних відомостей, конкретних імен для документалізму викладення запропонованого матеріалу;
- використання власних назв та понять зі світу політики;
- використанні метонімії;
- використання перифрази;
- посилання на історичні події;
- вживання термінології відповідної тематики;
- широке використання суспільно-політичної лексики та книжних слів;
- широке використання назв політичних партій та політичних об'єднань;

- вживання загальновідомих абревіатур;
- вживання неологізмів;
- використання емоційно-обарвлених прикметників, прислівників;
- широке використання цитат;
- використання фразеологізмів та образних висловів;
- використання алюзій;
- використання пасивних конструкцій;
- використання складних поширених речень
- використання скорочень
- використання коротких речень

Отже, підсумовуючи, зазначимо, що зберігається головна тенденція до експресивного викладення матеріалу, насиченість текстів фразеологізмами, розмовними кліше та неологізмами. Основними стилеутворювальними рисами цих текстів у поєднанні з екстралінгвістичними чинниками є спрямованість на оцінку, м'яка стандартизованість та зрозумілість мовних засобів.

Уважаємо перспективним подальше дослідження лінгво-стилістичних особливостей іншомовних газетних текстів та екстралінгвістичних засобів впливу на читацьку аудиторію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеев А.Я. Сопоставительная стилистика: уч. пособие/А.Я. Алексеев. – Д.: Национальный горный университет, 2012. – 471 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка: Стилистика декодирования / Арнольд И.В. - М.: Просвещение, 1990. – 301 с.
3. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров / М.М Бахтин. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1986. – С. 250-296.
4. Богомолова Н.Н. Массовая коммуникация и общение / Богомолова Н.Н. – М: Наука, 1988. – 220 с.
5. Бойчук К.В. Мова газетних текстів як засіб впливу на читача [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: <http://naub.org.ua>
6. Брандес М.П. Стилистика текста. Теоретический курс / М. П. Брандес. – М.: ИНФАРМ – М.: 2004. – 456 с.
7. Брандес М.П. Стилистика немецкого языка / Брандес М.П. – М.: Высшая шк., 1983. - 271 с.
8. Будагов Р.А. Литературные языки и языковые стили / Будагов Р.А. – М.: Высшая школа, 1967. - 376 с.
9. Васильева А.Н. Газетно-публицистический стиль. Курс лекций по стилистике русского языка для филологов / Васильева А.Н. – М.: Русский язык, 1982. - 198 с.
10. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: <http://evartist.narod.ru/text12/03.htm>
11. Верба Л.Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. Посібник для перекладацьких відділень вузів / Верба Л.Г. – Вінниця.: Нова книга, 2003. - 160 с.
12. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка / Гальперин И.Р. – М.: Изд-во литер. на ин.яз., 1958. – 460 с.

13. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 139 с.
14. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка: учебник. - 3-е изд. / Гальперин И.Р. – М.: Высш.школа, 1981. - 334 с.
15. Гонтаренко А.С. Англomовні газетні заголовки та їх переклад українською мовою [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: <http://lingvj.oa.edu.ua/articles/2014/n45/65.pdf>
16. Гуревич В. В. Стилистика английского языка / Гуревич В. В. – М.: Флинта, 2005. – 72 с.
17. Домовец О.С. Манипуляция в рекламном дискурсе / Домовец О.С. / Языковая личность: аспекты лингвистики и лингводидактики. - Волгоград: Перемена, 1999. - С. 61-65
18. Дубенко О. Ю. Порівняльна стилістика англійської та української мов. Посібник для студентів та викладачів вищих навчальних закладів / О. Ю. Дубенко. – Вінниця: Нова Книга, 2005. – 224 с.
19. Дускаева Л.Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Под ред. М.Н.Кожинной. - СПб.: Изд. 2-е, доп., испр. / Дускаева Л.Р. – СПбГУ: Филол. факультет, 2012. – 274 с.
20. Єфімов М.П. Стилiстика англійської мови та дискурсивний аналіз. Учбово-методичний посiбник / Єфімов М.П., Ясінецька О.А. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2004. – 240 с.
21. Зайцева В.В. Про жанрову своєрідність газетної мови / Зайцева В.В. // Український смисл. – 2015. – с. 39-48.
22. Завальнюк І. Комунікативно-прагматичні функції та стилістичні вияви вставних одиниць у сучасному українському газетному мовленні [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua>
23. Знаменская Т.А. Stylistics of the English Language. Fundamentals of the Course / Знаменская Т.А. – М.: Наука. - 120 с.
24. Зильберт Б.А. Социопсихолінгвістическе исследование текстов радио, телевидения, газеты / Зильберт Б.А. – Саратов: Изд-во СГУ, 1986. – 210 с.

25. Иванова Т. П. Стилистическая интерпретация текста / Иванова Т. П., Брандес О. П. – М.: «Высшая школа», 1991. – 144 с.
26. Иванова О.О. лінгво-стилістичні особливості перекладу англійських газетних текстів українською мовою [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: <http://intkonf.org/ivanova-oo-lingvo-stilistichni-osoblivosti-perekladu-angliyskih-gazetnih-tekstiv-ukrayinskoju-movoyu>
27. Коваль Т. Експресивність та засоби її творення в сучасному дискурсі преси [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: <http://litmisto.org.ua>
28. Кожина М.Н. Стилистика русского языка / Кожина М.Н. – М.: Просвещение, 1993. – 223 с.
29. Кожина М.Н. Функциональный стиль и лексика языка газеты / Кожина М.Н. – М.: Просвещение, 1977- 223 с.
30. Кочетова Л.А. Лингвокультурные характеристики рекламного дискурса Великобритании (на материале рекламных объявлений периодической печати). Автореф. дис. канд. филол. Наук / Кочетова Л.А. – Волгоград, 1999. – 18 с.
31. Кудрявцева Л.О., Дяченко Л.П., Дорофеева О.М., Філатенко І.О., Черненко Г.А. Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу / Кудрявцева Л.О., Дяченко Л.П., Дорофеева О.М., Філатенко І.О., Черненко Г.А. // Мовознавство. – 2005. – №1. – С. 58–66.
32. Курченкова Е.А. Культурно-языковые характеристики текстов газетных объявлений (на материале английской и русской прессы). Автореф. дис. канд. филол. Наук / Курченкова Е.А. – Волгоград, 2000. – 20 с.
33. Курченкова Е.А. Функциональные особенности текстов газетных объявлений [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: <http://www.volsu.ru/download.php?id=00000025562-1.pdf>.
34. Кухаренко В.А. Интерпретация текста. - 2-е изд. / Кухаренко В.А. – М.: Просвещение, 1988. - 192 с.
35. Ляховицкий М.В. Некоторые психолингвистические характеристики научно-технического текста / Ляховицкий М.В., Емельянова А.А.,

- Гринюк Т.А. // Психолінгвістическа і лінгвістическа природа текста и особенности его восприятия. Киев, 1975. - с. 110-155.
- 36.Микоян А.С. Проблемы перевода текстов СМИ [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <http://evartist.narod.ru/text12/12.htm>
- 37.Мороховский А.Н. Некоторые основные понятия стилистики и лингвистики текста / Мороховский А.Н. // Лингвистика текста и методика преподавания иностранных языков. – К.: Высш. школа, 1981.
- 38.Мороховский А. Н. Стилистика английского языка / Мороховский А. Н., Воробьева О. П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З. В. – Киев: Вища школа, 1984. – 272 с.
- 39.Нагіна В. Про деякі особливості сучасного публіцистичного дискурсу / Нагіна В. // Південний архів. Зб. наук. праць Херсонського державного педагогічного університету. Філологічні науки. – В.ХV. – Херсон, 2002. – С. 118–121.
- 40.Найденкова Т.А. Сопоставительный анализ синтаксических конструкций текстов газетных рекламных объявлений на материале русской и английской прессы [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: Научная библиотека КиберЛенинка: <http://cyberleninka.ru>
- 41.Наер Н.М. Стилистика немецкого языка: Учеб. пособие /Н.М. Наер. – М.: Высшая школа, 2006. – 271с.
- 42.Орлов Г.А. Функциональная стилистика английского языка (основы стилистического анализа дискурса) / Орлов Г.А. – М.: Изд-во Моск. гос.ун-та, 1993. -120 с.
- 43.Педагогическое речеведение. Словарь-справочник. // Под ред. Т. А. Ладыженской и А.К. Михальской. – М.: Флинта, Наука. 1998.
- 44.Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Почепцов Г.Г. – К.: Видавничий центр „Київський університет”, 1999. – 308 с.
- 45.Разинкина, Н. М. Функциональная стилистика английского языка / Н. М. Разинкина. – М.: 1989. – 259 с.

46. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. – 296 с.
47. Рождественский Ю.В. Проблемы влиятельности и эффективности средств массовой информации / Рождественский Ю.В. // Роль языка в средствах массовой коммуникации: Сб. обзоров / под ред. Ф.М. Березина и др. - М.: ИНИОН АН СССР, 1986. - 244 с.
48. Салимовский В. А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении / Салимовский В. А. – Изд-во Перм. ун-та: Пермь. – 236 с.
49. Сербенська О. Мова газети в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства / Сербенська О. // Мовознавство. – 1988. – №4. – С. 21–26.
50. Сиротинина О.Б. В чем лексическое своеобразие публицистического стиля? / Сиротинина О.Б. // Лексика. Терминология. Стили. - Горький, 1977. - вып.6. - С.100-102.
51. Скребнев Ю. М. Основы стилистики английского языка / Скребнев Ю. М. – Изд.: АСТ, 2003. – 224 с.
52. Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, испр-е и дополн. // под ред. Т.В. Жеребило. – Назрань: Изд-во «Пилигрим», 2010.
53. Смирнова М.Г. Пресса и общество - опыт социологического исследования провинциального читателя / Смирнова М.Г. // Журналист. - 1994, №2. - С.16-27.
54. Солганик Г.Я. О языке газеты. Учебно-методическое пособие для студентов-заочников факультетов и отделений журналистики / Солганик Г.Я. – М.: Изд-во МГУ, 1968. - 47 с.
55. Стилистика английского языка: учебник. / А.Н.Мороховский и др. – К.: Вища шк.,1991. - 272 с.
56. Стилистика английского языка: учебник. / М.Д. Коваль, Ю.М. Скребнев. – К.: Вища шк.,1991. - 257 с.
57. Топилина С. К проблеме выделения газетно-публицистического стиля [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: http://scjournal.ru/articles/issn_1993-5552_2008_8-2_81.pdf

- 58.Трескова С.И. Социолнгвистические проблемы массовой коммуникации / Трескова С.И. – М.: 1989. - 152 с.
- 59.Тураева З.Я. Лингвистика текста (текст: структура и семантика) / Тураева З.Я. – М.: Просвещение, 1986. - 127 с.
- 60.Текст как явление культуры / Антипов Г.А., Донских О.А., Марковина И.Ю., Сорокин Ю.А. - Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1989. - 197 с.
- 61.Филологический анализ текста : учеб. пособие / Н.С. Болотнова. — 4 е изд. — М. : Флинта : Наука, 2009. — 520 с.
- 62.The Guardian [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL: <https://www.theguardian.com/international>